

Educatie in Soapseries

Een onderzoek naar de samenwerking tussen televisieprofessionals en medewerkers van belangenorganisaties om educatie te verwerken in Goede tijden, Slechte tijden en Onderweg naar Morgen



GTST



ONM

Master Thesis Media en Journalistiek
Erasmus Universiteit Rotterdam
Faculteit der Historische en Kunstwetenschappen

Naam: Patricia Stuivenberg

Studentnummer: 299308

Email: patriciastuivenberg@hotmail.com

Eerste lezer: Dr. A. F. M. Krijnen

Tweede lezer: Prof. dr. H. Beunders

Datum: mei 2008

Educatie in Soapseries

Een onderzoek naar de samenwerking tussen televisieprofessionals en medewerkers van belangenorganisaties om educatie te verwerken in
Goede tijden, Slechte tijden en Onderweg naar Morgen

Master Thesis Media en Journalistiek
Erasmus Universiteit Rotterdam
Faculteit der Historische en Kunstwetenschappen

Naam: Patricia Stuivenberg

Studentnummer: 299308

E-mail: patriciastuivenberg@hotmail.com

Eerste lezer: Dr. A. F. M. Krijnen

Tweede lezer: Prof. dr. H. Beunders

Datum: mei 2008

VOORWOORD

Soapseries zijn televisieprogramma's waar vaak op wordt neergekeken. De combinatie educatie en soapseries is er dan ook één waar niet iedereen zich even veel bij kan voorstellen. Als ik iemand vertelde over mijn scriptieonderwerp kreeg ik dan ook vaak verbaasde reacties. Ik vond het leuk om te werken aan een bijzonder onderwerp, wat toch voor iedereen begrijpelijk is.

Bij het schrijven van de laatste letters van deze Master Thesis voel ik me opgelucht en blij. Opgelucht omdat er aan het project waar geen einde aan leek te komen toch een einde is gekomen. Blij omdat ik trots ben op het resultaat. Met het inleveren van dit document is niet alleen mijn scriptie klaar, maar ook mijn studententijd aan zijn einde gekomen. Na twee studies, bijna een jaar vertraging, een prachtige uitwisseling naar Stellenbosch, Zuid-Afrika en niet te vergeten een lidmaatschap bij een studentenvereniging heb ik er alles uitgehaald wat er in zat. Het was mooi en geweldig, maar helaas komt aan alles een einde. Het werkende leven wacht.

Een scriptie kan niet geschreven worden zonder de hulp en steun van familie, vrienden en docenten. Die wil ik daarvoor erg bedanken. Het enthousiasme over mijn onderwerp van mijn begeleider Tonny Krijnen zorgde ervoor dat ik gemotiveerd bleef. Ook voor haar nauwkeurigheid en de deadlines die ze elke twee weken instelde ben ik erg dankbaar. De resultaten van het onderzoek konden nooit tot stand komen zonder de hulp van de respondenten. Ik ben hen dankbaar dat ze tijd wilden vrijmaken voor mij. De meesten waren erg enthousiast over mijn scriptie en ik hoop dan ook dat dit onderzoek bruikbaar voor hen zal zijn.

Uiteraard wil ik ook mijn ouders bedanken voor hun steun. Ik ben er blij om dat ze altijd achter me hebben gestaan en er voor me waren. Ik ben vooral erg blij dat ze me gesteund hebben bij het doen van een tweede studie, mijn uitwisseling en steunde in het feit dat ik iets langer heb gedaan over deze scriptie dan hoort. Daarnaast wil ik hen ook bedanken voor het financieel mogelijk maken van mijn studie. Hopelijk zal blijken dat het een goede investering was. Als laatst wil ik Thomas bedanken voor alle hulp. Je stond altijd klaar met goede adviezen en je was er voor me als ik mijn scriptie even helemaal zat was. Dat heeft me er regelmatig doorheen geholpen. Ik vergeef het je daarom dat je voor zoveel afleiding hebt gezorgd in Zuid-Afrika.

Patricia Stuivenberg
Rotterdam, mei 2008

SAMENVATTING

In deze thesis wordt onderzoek gedaan naar de samenwerking tussen televisieprofessionals en belangenorganisaties om zo educatie te verwerken in soapseries. Dit onderzoek is uitgevoerd aan de hand van de volgende probleemstelling: *hoe komen onderwerpen, gebeurtenissen of verhaallijnen, die zijn bedoeld als Entertainment-Education, in de soapseries Goede tijden, Slechte tijden en Onderweg naar Morgen tot stand tijdens het samenwerkingsproces tussen televisieprofessionals en belangenorganisaties?* In het onderzoek ligt de nadruk op de inhoud, productie en organisatie achter het schrijven van een script voor een soapserie waarin educatie is verwerkt. Daarnaast moet het inzicht geven in het verloop van de samenwerking tussen televisieprofessionals en belangenorganisaties. In het onderzoek worden de twee Nederlandse soapserie betrokken: *Onderweg Naar Morgen (ONM)* en *Goede tijden, Slechte tijden (GTST)*. Het belangrijkste uitgangspunt is het model 'fases van een Entertainment-Education samenwerking' (Bouman, 1999). Dit model geeft het proces van een E&E samenwerking weer.

Na de inleiding wordt er dieper ingegaan op de theorie achter het medium televisie en de theorie over het genre soapserie. Duidelijk wordt dat televisie de mogelijkheid heeft om een verhaal te vertellen. Dat verhaal kan verteld worden met behulp van meerdere televisiegenres. De soapserie leent zich hier bijzonder goed voor. In soaps worden namelijk een wereld en personages gecreëerd die overeenkomsten tonen met die van de kijker. De personages maken van alles mee en de kijker kan zich hiermee identificeren. Door die identificatie kunnen de fictieve personages een voorbeeldfunctie hebben. Dat is waar de Social Learning Theory van Albert Bandura (1977) vanuit gaat. Op basis daarvan kwam Miguel Sabido (Nariman, 1993, in: Bouman, 1999) op het idee om rolmodellen te verwerken in zijn educatieve soapseries. Deze rolmodellen maken ontwikkelingen door waar de kijker van kan leren.

In hoofdstuk drie is de definitie en werking van een E&E samenwerking uitgelegd. Volgens de theorie van Bouman (1999) is deze gestructureerd en worden er onderling veel afspraken gemaakt. Ook wordt duidelijk dat Bouman (1999) in haar onderzoek een aantal knelpunten tegenkwam die een samenwerking tussen televisieprofessionals en belangenorganisaties moeilijk maken. Het hoofdstuk werd afgesloten met het nut en de voordelen van E&E. Zo biedt het onder meer een vernieuwende mogelijkheid voor belangenorganisaties om hun publiek te bereiken ten opzichte van meer gebruikte communicatievormen als reclamecampagnes (Kahane, 2004, in: Singhal, 2006). Een belangrijk voordeel van E&E is dat het volgens Singhal en Rogers (1999), reacties van kijkers op kan wekken, dat kan zorgen voor publieke discussies en dat zorgt ervoor dat er wordt gesproken over sociale kwesties.

Na de theorie komen de resultaten van het onderzoek aan bod. Er zijn twee onderzoeken gedaan. Ten eerste zijn vier verhaallijnen geanalyseerd uit *GTST* en *ONM*. Hierbij wordt gekeken naar de invulling van educatie in soapseries in de praktijk. Ten tweede zijn scriptschrijvers en medewerkers van belangenorganisaties geïnterviewd. Hiermee is onderzocht hoe een samenwerking tussen beide partijen eruit ziet. De belangrijkste conclusie uit deze onderzoeken is dat het model van Bouman (1999) in de praktijk niet wordt toegepast. Er is eigenlijk helemaal geen sprake van een samenwerking. Dat komt omdat de macht in het contact tussen de scriptschrijvers en de medewerkers van de belangenorganisaties ligt bij de scriptschrijvers. In plaats van een samenwerking kan er daarom worden gesproken van eenrichtingsverkeer.

Voor de producenten is namelijk de tevredenheid van kijkers het meest belangrijk, dat komt omdat soapseries een commercieel product zijn. Daarom zorgen, om protest van kijkers te voorkomen, de schrijvers er wel voor dat het verhaal in de serie klopt met de realiteit. Om feiten te controleren zoeken contact met belangenorganisaties. Gedurende dit contact wordt er niets contractueel vastgelegd en belangenorganisaties betalen dan ook niet voor het onderwerp. Doordat belangenorganisaties geen inspraak krijgen over de inhoud -slechts advies mogen geven- is er geen sprake van een samenwerking. Er is zelfs sprake van een enorme macht aan de kant van de schrijvers.

De grootste reden voor belangenorganisaties om scriptschrijvers te helpen is dat het goede doel waar ze voor werken, niet verkeerd wordt verbeeld in de serie. Overigens toonden de medewerkers van de belangenorganisaties in dit onderzoek veel interesse in het gebruik van soapseries voor voorlichting over hun onderwerp. Wanneer de financiële mogelijkheden er zouden zijn, is de beste manier van slagen een samenwerking met schrijvers voor de ontwikkeling van een kortlopende serie waarin zij mede-eigenaar zijn en zo evenveel macht hebben over het script als de schrijvers.

Ondanks dat er niet bewust educatie wordt toegevoegd in *GTST* en *ONM*, kunnen kijkers leren van deze soaps. De verhaallijnen die zijn onderzocht voor dit onderzoek hebben allemaal gemeen dat er een maatschappelijk thema wordt behandeld die als voorbeeld kunnen dienen voor de kijker in het echte leven. Soms ligt dat educatieve element er heel dik bovenop en soms ligt dat minder aan de oppervlakte.

Uit het onderzoek blijkt dat soapseries een goed medium is om kijkers dingen te leren. Het is zonde als daar geen of weinig gebruik van wordt gemaakt.

INHOUDSOPGAVE

1. Inleiding	11
1.1. Onderwerp Thesis	11
1.2. Probleemstelling en Deelvragen.....	13
1.3. Relevantie van het onderzoek	15
1.4. Uitwerking hoofdstukindeling.....	15
2. Het Medium Televisie.....	17
2.1. Televisie als narratief medium	17
2.1.1. De functie van verhalen.....	18
2.1.2. Televisie als verhalenverteller	18
2.2. Televisiegenres en het genre soap	19
2.2.1. Televisiegenres	20
2.2.2 Soapseries	21
2.3. Televisie en de werkelijkheid	26
2.3.1. Televisie als realistisch medium	26
2.3.2. Encoding/decoding	28
2.3.3. Soapseries en realisme	29
2.3.4. Emotioneel realisme	30
2.3.5. Identificatie met de televisiewerkelijkheid	31
2.4. Samenvatting	33
3. Entertainment-Education.....	35
3.1. Geschiedenis	35
3.2. Omschrijving Entertainment-Education.....	37
3.2.1. Definitie	37
3.2.2. Samenwerkingtypes Entertainment-Education	38
3.2.3. Fases van een Entertainment-Education samenwerking.....	38
3.2.4. Eigenschappen van de samenwerking	40
3.2.5. Voordelen van Entertainment-Education	42
3.2.6. Het nut van Entertainment-Education	43
3.3. Samenvatting	44
4. Analyse Soapseries	46
4.1. Het Nederlandse soaplandschap	47
4.1.1. Goede tijden, Slechte tijden (GTST).....	47

4.1.2. Onderweg Naar Morgen (ONM)	48
4.2. Onderzoeksmethode.....	48
4.2.1. Kwalitatief onderzoek	48
4.2.2. Van der Mooren.....	49
4.2.3. Narratieve analyse.....	51
4.2.4. Personages	51
4.2.5. Waarnemingsinstrument.....	51
4.2.6. De aanpak	53
4.3. Resultaten.....	54
4.3.1. Onderwerp.....	55
4.3.2. Rolverdeling personages.....	58
4.3.3. Educatie	59
4.4. Samenvatting	61
5. Samenwerkingsproces Entertainment-Education.....	63
5.1. Onderzoeksmethode.....	63
5.1.1. De aanpak	63
5.2. Resultaten.....	67
5.2.1. De ervaringen van televisieprofessionals en belangenorganisaties met E&E	67
5.2.2. De organisatie en het proces van een E&E samenwerking.....	74
5.2.3. De knelpunten in een E&E samenwerking	80
5.2.4. Houding van televisieprofessionals en belangenorganisaties ten opzichte van E&E	84
5.2.5. Het toevoegen van maatschappelijke thema's in GTST en ONM.....	88
5.3. Samenvatting	89
6. Conclusie	91
6.1. Resultaten.....	91
6.2. Discussie	93
6.3. Beperkingen en verder onderzoek.....	94
Literatuur	95
Bijlagen	99
Bijlage 1: waarnemingsinstrument	101
Bijlage 2: Interview televisieprofessionals.....	102
Bijlage 3: Interview medewerkers belangenorganisaties	105
Bijlage 4: Alle interviews	107
Bijlage 5: Ingevulde waarnemingsinstrumenten.....	133

1. INLEIDING

‘Denk je dat je de enige bent die iemand aan een mes heeft geregen?’ vraagt Junior aan een gedetineerde die hij kookles geeft. De les loopt compleet uit de hand en Junior, die zelf in de gevangenis heeft gezeten, spreekt de leerlingen aan over hoe ze hun toekomst verpesten: ‘Ik heb de vriendin van mijn moeder neergestoken. Wil je weten wat er daarna met me gebeurde? Hoe ik als een debiel van het ene instituut naar het andere werd gestuurd. Hoe het daar was, wil je dat echt weten? Jullie denken het allemaal wel te redden in je eentje. Zonder vrienden of familie red je het niet, of zonder de hulp van een boerenlul die jullie wil leren koken. Als ik hem niet achter me had gehad’ zegt Junior wijzend naar Daan die hem uit de problemen heeft gehaald, ‘stond ik nu naast jullie met mijn grote bek een loser te zijn. Jullie kunnen gaan, de les is over.’

(*Onderweg Naar Morgen*, 17 december 2007)

1.1. Onderwerp Thesis

De tekst hierboven is een voorbeeld van een scène uit een soapserie met een educatieve boodschap. De scène is afkomstig uit de Nederlandse soapserie *Onderweg Naar Morgen* uit 2007. Deze serie richt zich op jongeren en brengt vaker maatschappelijk gerelateerde onderwerpen naar voren in de verhaallijnen. Junior maakt duidelijk dat wanneer je een goed leven wil leiden je anderen nodig hebt om weer op het rechte pad te komen. Deze wijze les geeft hij door aan andere personages in de serie. Maar, kijkers horen deze les ook. Het is aan te nemen dat wanneer educatie wordt toegevoegd in een soapserie, zoals het voorbeeld hierboven, dat wordt gedaan in de hoop dat de kijkers er iets van leren.

Eind jaren tachtig van de twintigste eeuw werden in Nederland voor het eerst educatieve momenten, in soapseries aangebracht (Bouman, 2004). Sinds die tijd is dat steeds vaker voorgekomen. Ook kiezen makers van Nederlandse soapseries er meer en meer voor om maatschappelijke thema's niet uit de weg te gaan. Het idee voor educatie in soapseries is niet ontstaan in Westerse landen. Miguel Sabido was de eerste die soapseries ontwikkelde met een educatieve boodschap. Dat deed hij in Mexico in de jaren zeventig van de vorige eeuw. Vervolgens werd de methode van Sabido vooral toegepast in werelddelen zoals Latijns-Amerika en zuidelijk Afrika (Bouman, 2004). De kennis over ziektes als hiv/aids, maar ook rechten van de vrouw en het goed opvoeden van kinderen is in bepaalde delen van die landen gebrekkig. Dit is vaak het gevolg van slechte scholing en het gebrek aan informatie. Het is daar voor de overheid of andere instellingen moeilijk om die mensen te bereiken. Massamedia bieden vaak een goede uitkomst om wel die informatie over te brengen. Een ander probleem is dat velen ook niet kunnen

lezen en schrijven. Daarom zijn vooral massamedia als radio en televisie populaire middelen om deze bevolkingsgroep te bereiken. Een goede strategie om educatie over te brengen is om een reële situatie na te spelen. Die nagespeelde situatie moet als goed voorbeeld dienen voor het echte leven van de kijker. Het genre soapserie leent zich daarvoor goed, omdat in deze fictieve wereld emoties en de interactie tussen mensen overeenkomen met de echte wereld (Bouman, 2002). Hoewel soapseries oorspronkelijk waren bedoeld als vorm van vermaak, want kijkers kunnen worden vermaakt door het kijken naar een soapserie, leent het genre zich ook voor educatie. Wanneer de kijker iets leert tijdens het zien van een vorm van vermaak, wordt dit Entertainment-Education (E&E) genoemd. Hoewel effecten van televisieprogramma's altijd moeilijk zijn te meten, hebben verschillende studies aangetoond dat er in het verleden positieve effecten door E&E zijn behaald (Bouman, 2002). Om in te springen op die mogelijkheid zijn er soapseries ontwikkeld die het doel hebben om sociale verandering teweeg te brengen ten opzichte van onder meer hiv/aids, vrouwenrechten en geweld. Verschillende studies tonen aan dat deze series succesvol zijn. Een voorbeeld van een serie die volledig in het teken staat van E&E, is het Zuid-Afrikaanse *Tsha Tsha*. Dit is een televisieserie die zich concentreert op jonge mensen die te maken hebben met liefde, seksualiteit en relaties in een wereld die is geïnfecteerd met hiv/aids. De serie laat zien hoe deze mensen hun leven leiden en volwassen worden terwijl ze om moeten gaan met bepaalde keuzes in hun leven. Deze fictieve personages in de serie staan daarmee symbool voor een hoop jonge mensen in Zuid-Afrika die hetzelfde moeten doormaken in hun echte leven (Kelly, 2005). De serie *Tsha Tsha* heeft als hoofddoel om mensen iets te leren met behulp van vermaak.

'Ook in Nederland kan televisie-entertainment een goede drager zijn voor educatie van bijvoorbeeld gezondheidsboodschappen' (Bouman, 1999: 23). Ons land kent op dit moment geen serie die volledig in het teken van educatie staat, maar in de Nederlandse soapseries *Onderweg Naar Morgen (ONM)* en *Goede tijden, Slechte tijden (GTST)* komt wel soms educatie voor. Het gaat dan bijvoorbeeld om waarschuwingen voor verkeerd alcoholgebruik of een waarschuwing tegen het illegaal branden van cd's. Niet alleen in de praktijk, ook in de wetenschap houden mensen in Nederland zich bezig met E&E. Een belangrijke persoon op dit gebied is Martine Bouman. Ze is eigenaar en oprichter van het Centrum Media & Gezondheid. Dit is een wetenschappelijk expertisecentrum dat zich heeft gespecialiseerd in E&E (Centrum Media en Gezondheid, 2007). Daarnaast schreef ze het proefschrift *Turtles and Peacocks: Collaboration in Entertainment-Education Television*. In haar studie onderzoekt ze de kenmerken van verschillende televisieprogramma's over de hele wereld die met behulp van E&E een bepaald doel willen bereiken. Daarnaast onderzoekt ze de samenwerking tussen voorlichters en televisieprofessionals bij het ontwikkelen en uitvoeren van Entertainment-Education.

Om educatie op een goede manier in de soapseries te verwerken zijn er twee partijen nodig die samenwerken (Bouman, 1999). De eerste groep bestaat uit, zoals Bouman ze noemt, de televisieprofessionals. Binnen deze groep vallen onder andere scriptschrijvers en producenten. De tweede groep noemt Bouman gezondheidsorganisaties. Dat komt omdat zij zich in haar onderzoek heeft toegelegd op het thema gezondheid in soapseries. In dit onderzoek wordt niet alleen gekeken naar gezondheid, daarom wordt de tweede groep aangeduid als belangenorganisaties. Onder deze groep vallen bijvoorbeeld de Stichting Ideële Reclame (SIRE), de Hartstichting en namens de overheid, Postbus 51. In deze thesis wordt er van het soort belangenorganisaties uitgegaan die een leerzame en goede boodschap aan het publiek wil overbrengen. Met een leerzame en goede boodschap worden in deze scriptie twee dingen bedoeld. Ten eerste een boodschap die mensen kan helpen om iets te verbeteren in hun leven. Ten tweede een boodschap die overeenkomt met de wetten en normen en waarden die heersen in de Nederlandse maatschappij. Daarmee valt bijvoorbeeld een stichting die wapenbezit stimuleren buiten het soort belangenorganisatie dat wordt bedoeld in deze thesis omdat wapenbezit verboden is in Nederland. Maar een stichting die informatie geeft over de ziekte kanker valt binnen het soort belangenorganisatie dat wordt bedoeld in deze thesis, omdat het mensen kennis wilt bijbrengen.

Bovenstaande informatie roept de vraag op of een samenwerking tussen televisieprofessionals en belangenorganisaties om educatie te verwerken in de Nederlandse soapseries *GTST* en *ONM*, overeenkomt met de theorieën van Bouman (1999). Daarmee wordt dus een vergelijking gemaakt tussen de theorieën van Bouman (1999) en de praktijk. In deze thesis wordt onderzocht hoe de samenwerking tussen scriptschrijvers van een soapserie en medewerkers van een belangenorganisatie die een publiek willen voorlichten over hun onderwerp, eruit ziet. Dit onderzoek concentreert zich op de samenwerking, tussen verschillende instanties, die nodig is om te bewerkstelligen dat educatie wordt verwerkt in soaps.

1.2. Probleemstelling en Deelvragen

E&E kan voorkomen in verschillende televisieprogramma's zoals in talkshows, spelshows, komedies en soapseries. In dit onderzoek wordt alleen gekeken naar het genre soapserie. Die keus is gemaakt omdat soapseries het meest geschikte televisieprogramma zijn om educatie in te verwerken. Met soapseries is namelijk een verhaal te vertellen waarmee kijkers zich kunnen identificeren. De vraag die centraal staat in dit onderzoek is:

Hoe komen onderwerpen, gebeurtenissen of verhaallijnen, die zijn bedoeld als Entertainment-Education, in de soapseries *Goede tijden, Slechte tijden* en *Onderweg naar*

Morgen tot stand tijdens het samenwerkingsproces tussen televisieprofessionals en belangenorganisaties?

De nadruk van het onderzoek ligt op de inhoud, productie en organisatie achter het schrijven van een script voor een soapserie waarin educatie is verwerkt. Daarnaast moet het inzicht geven in het verloop van de samenwerking tussen televisieprofessionals en belangenorganisaties. In het onderzoek worden de twee Nederlandse soapserie betrokken: *Onderweg Naar Morgen (ONM)* en *Goede tijden, Slechte tijden (GTST)*. Dit zijn ook de enige Nederlandse soapseries. Er worden wel meer soapseries uitgezonden op de Nederlandse televisie, maar die komen voornamelijk uit de Verenigde Staten. Voorbeelden hiervan zijn: *As the World Turns* en *the Bold and the Beautiful*. Belangrijke literatuur bij het onderzoek is het eerder genoemde Academisch Proefschrift *The Turtle and the Peacock* van Martine Bouman. Bouman stelt in haar Proefschrift dat soapseries behoren tot het genre waarin het meest E&E wordt toegepast. Daarnaast, en waarschijnlijk ook daardoor, zijn soapseries, in het kader van onderzoek naar E&E, het meest onderzocht. Eén van de aanbevelingen in het onderzoek van Bouman is dan ook om bij onderzoeken naar E&E ook naar andere genres te kijken. Er is echter nog geen onderzoek verricht naar de huidige Nederlandse soapseries, ONM en GTST. Daarom is er toch voor gekozen om te onderzoeken hoe E&E wordt gebruikt in deze twee series. Het belangrijkste uitgangspunt is het door Bouman ontwikkelde model 'fasen van een Entertainment-Education samenwerking' (zie: figuur I). Het model geeft het proces van een E&E samenwerking weer (Bouman, 1999). Belangrijke vraag daarbij is of het model past bij de praktische werking van een E&E samenwerking. In paragraaf 3.2.2 wordt dieper ingegaan op de werking van het model.

Om op een gestructureerde manier antwoord te geven op de probleemstelling is deze opgedeeld in een aantal deelvragen. Ten eerste wordt in het theoretische kader ingegaan op de vraag: Waarom is een soapserie een goede drager voor Entertainment-Education? Voordat er inzicht kan worden verkregen in educatie in soapseries is het belangrijk dat de lezer meer te weten komt over het medium televisie en het genre soapserie. Wat doen boodschappen op dit medium met een kijker? In hoeverre zijn deze boodschappen van invloed op de kijker en kunnen televisie en soapseries de realiteit weergeven? Daarna kan worden ingegaan op de mogelijkheid van educatie op televisie en in soapseries. Dat gebeurt aan de hand van de andere theoretische deelvraag: Wat omvat het begrip Entertainment-Education? Het antwoord op die vraag is belangrijk want hoe meer kennis de lezer heeft over dit begrip, hoe beter hij de opzet van het onderzoek en de resultaten ervan zal begrijpen. Het onderzoek van deze thesis bestaat uit twee deelvragen. De eerste is: Op welke manier komt educatie voor in soapseries? Dit deel van het onderzoek moet inzicht geven in hoe educatie in GTST en ONM eruit ziet. Het antwoord op deze vraag moet worden verkregen door het analyseren van vier verhaallijnen die educatieve

elementen bevatten. Deze verhaallijnen zijn gekozen op basis van de interviews die zijn gehouden voor het volgende deel van het onderzoek. Voor het tweede deel van het onderzoek staat de volgende deelvraag centraal: Hoe ziet een Entertainment-Education samenwerking eruit? Het antwoord op deze vraag moet verkregen worden door het interviewen van scriptschrijvers en medewerkers van belangenorganisaties. Deze vier deelvragen moeten antwoord geven op de probleemstelling van dit onderzoek. Om bovenstaande kort samen te vatten staan de deelvragen op de een rij:

- Waarom is een soapserie een goede drager voor Entertainment-Education?
- Wat omvat het begrip Entertainment-Education?
- Op welke manier komt educatie voor in soapseries?
- Hoe ziet een Entertainment-Education samenwerking eruit?

1.3. Relevantie van het onderzoek

Bij het schrijven van een scriptie is het belangrijk dat het een bijdrage levert aan zowel de wetenschap als aan de praktijk. Om daar antwoord op te kunnen geven moet de onderzoeker zich afvragen waar dit onderzoek een bijdrage aan moet leveren en voor welk groter geheel de probleemstelling centraal staat. Dit maakt journalist Werna Oosterbaan ook duidelijk in zijn boek *Een leesbare scriptie* (Oosterbaan, 2006). In dit deel van de inleiding wordt de relevantie van dit onderzoek behandeld.

Dit onderzoek is relevant om drie redenen. Ten eerste geeft het een indruk in hoeverre de praktijk van een samenwerking overeenkomt met de theorie. Deze vergelijking kan leiden tot nieuwe theorieën over een E&E samenwerking. Ten tweede geeft het resultaat van dit onderzoek inzicht in de wijze waarop de Nederlandse televisie-industrie omgaat met E&E in soapseries. Het toont de valkuilen van een samenwerking, wat moet worden verbeterd en wat goed gaat. Ten derde laat het zien hoe de samenwerking verloopt tussen televisieprofessionals en belangenorganisaties. Dat kan ervoor zorgen dat eventuele toekomstige samenwerkingen beter kunnen verlopen. Bovenstaande redenen maken duidelijk dat dit onderzoek een bijdrage levert aan de toekomstige ontwikkeling van E&E in Nederlandse soapseries.

1.4. Uitwerking hoofdstukindeling

In het eerste hoofdstuk wordt duidelijk gemaakt waar de Master Thesis over gaat en wat de aanleiding is geweest voor de keuze van het onderwerp. Daarnaast worden de probleemstelling en deelvragen van het onderzoek aan de orde gesteld. Het tweede en derde hoofdstuk bevatten het theoretisch kader. Daarbij wordt het onderzoek in deze thesis ondersteund door relevante theorieën. In het tweede hoofdstuk wordt dieper ingegaan op het medium televisie en het genre soapserie. In het derde hoofdstuk op het onderwerp Entertainment-Education. In het vierde

hoofdstuk worden de verhaallijnen in de soapseries *ONM* en *GTST* geanalyseerd en worden de resultaten van deze analyses weergegeven. Deze verhaallijnen zijn gekozen op basis van de interviews die zijn gehouden met televisieprofessionals en medewerkers van belangenorganisaties. De resultaten hiervan worden weergegeven in hoofdstuk vijf. In dit hoofdstuk wordt beschreven hoe de interviews in zijn werk zijn gaan en wie er is geïnterviewd. Daarnaast worden de resultaten weergegeven. Ondanks dat bij de uitvoering van het onderzoek eerst de interviews zijn afgenomen en daarna de verhaallijnen zijn geanalyseerd, is er toch voor gekozen om het onderzoek in omgekeerde volgorde te beschrijven. Dit komt de leesbaarheid van deze thesis ten goede. Eerst worden de resultaten van de inhoudsanalyse weergegeven in hoofdstuk 4 en vervolgens de resultaten van de interviews in hoofdstuk 5 aan bod. Zo krijgt de lezer beter inzicht in educatie in *GTST* en *ONM* doordat hij de resultaten van de inhoudsanalyse uit hoofdstuk 4 kent. In het zesde hoofdstuk komen de conclusies uit het onderzoek naar voren in combinatie met de theoretische achtergrond. Daarnaast worden aanbevelingen gedaan voor verder onderzoek.

2. HET MEDIUM TELEVISIE

Het vorige hoofdstuk gaf een overzicht van wat wordt behandeld in deze thesis. Het verschaft een uitleg van de probleemstelling en legde de deelvragen uit. Daarnaast gaf het een indruk van hoe het onderzoek verloopt. Dit hoofdstuk gaat dieper in op de theorie achter het medium televisie. Daarbij wordt gekeken naar de functie van de televisie als verhalenverteller, het realisme van televisie en hoe het komt dat kijkers zich identificeren met de personages die ze zien in soapseries. Deze identificatie is belangrijk, want daardoor leren kijkers van wat ze zien in soapseries. Dit hoofdstuk geeft antwoord op de deelvraag: Waarom is een soapserie een goede drager voor Entertainment-Education?

2.1. Televisie als narratief medium

Televisie en ook soapseries zijn dragers van cultuur. Ze verspreiden onze hedendaagse cultuur, ook wel de populaire cultuur genoemd. Het verspreiden van onze cultuur gebeurt doordat televisie een fictieve wereld creëert waarin personages leven in een omgeving die lijkt op de wereld van de kijkers. Naast dat televisie en soaps een onderdeel zijn van de populaire cultuur, geven ze er inzicht in. Dat inzicht verkrijgt de kijker doordat televisie een verhaal vertelt. Daarom wordt de televisie ook wel een verhalend medium genoemd. In plaats van 'verhalend' wordt vaker het woord 'narratief' gebruikt. Maar een narratief is niet hetzelfde als een verhaal. Verhalen bestaan namelijk in alle soorten en maten. Iemand kan een verhaal vertellen op een verjaardag en je kan een verhaal lezen in een boek. Bij de vertelling van het eerste verhaal heeft de bedenker hiervan waarschijnlijk minder nagedacht over de handhaving van een bepaalde structuur dan de schrijver van het tweede verhaal. Ook verhalen op televisie, zoals soapseries zijn niet zomaar een verzameling van woorden en beelden. Over de inhoud en volgorde hiervan is nagedacht en deze zijn volgens een bepaald systeem geordend. Eén van de belangrijkste manieren hiervoor is het narratieve systeem. Het narratieve systeem structureert inhoud op zo'n manier dat de volgorde van woorden en beelden een samenhang krijgen. Door deze volgorde kunnen ideeën, thema's of karakters zich ontwikkelen gedurende het verhaal (Casey, 2002). Omdat er dus wordt nagedacht over de structuur van de verhalen die worden verteld op de televisie is een verhaal op de televisie een narratief. In deze paragraaf wordt dus inzicht gegeven in de televisie als narratief medium. Met andere woorden: de mogelijkheid van het medium televisie om aan de kijker een verhaal te vertellen. Het is belangrijk om hier inzicht in te krijgen, omdat er in soapseries een verhaal wordt verteld. Wanneer er educatieve momenten worden ingebracht in dat verhaal wordt zo informatie overgedragen aan de kijker. Maar, hoe ziet het verhaal op televisie eruit en waarom is het medium televisie bij uitstek een verhalenverteller? Dat zijn zaken die aan de orde komen in deze paragraaf.

2.1.1. De functie van verhalen

Volgens Barthes komen verhalen overal en altijd voor. Verhalen waren er bij het begin van de geschiedenis van de mens en nog nooit hebben ergens mensen geen verhalen in hun leven gehad. 'Verhalen zijn er gewoon, net als het leven' (Barthes, 1985, in: Krijnen, 2007). Gerbner (1998) dacht er net zo over als Barthes. Volgens hem leeft de mens in een wereld die bestaat uit de verhalen die we aan elkaar vertellen. 'Vroeger waren verhalen gebaseerd op kleine gemeenschappen en werden in die omgeving bedacht en doorverteld aan anderen. Nu zijn verhalen het product van ingewikkelde processen. Deze situatie vraagt om een nieuwe gebruiksaanwijzing' (Gerbner, 1998: 75). Daarmee bedoelde de wetenschapper dat de manier waarop de mens verhalen aan elkaar vertelt een stuk ingewikkelder is geworden dan vroeger. Dat komt door technische ontwikkelingen zoals het ontstaan van de drukpers, de radio, de televisie en het internet. Eén van de resultaten van deze zogenoemde massamedia is dat veel meer mensen kunnen worden bereikt dan voorheen. Daardoor kunnen eigenschappen van een cultuur ook sneller worden verspreid en bij meer mensen aankomen dan wanneer een boodschap alleen persoonlijk wordt overgebracht. Verhalen hebben meerdere functies. Ze kunnen er zijn voor vermaak, het overbrengen van informatie of brengen de regels van de maatschappij en cultuur waarin we leven over aan het publiek (Barthes, 1982, in: Krijnen, 2007). Volgens sommige wetenschappers zijn verhalen noodzakelijk om betekenis te geven aan onze ervaringen in ons dagelijks leven en onze cultuur (Barthes, 1982, in: Krijnen, 2007). Dat betekent dat mensen door het maken en horen van verhalen hun eigen ervaringen kunnen verwerken of uit verhalen dingen kunnen leren die zij kunnen gebruiken in hun eigen leven. De studie naar verhalen is nuttig gebleken omdat het inzicht geeft in de inhoud van televisie. De reden hiervoor is omdat de narratieve vorm terugkomt in een hoop verschillende type televisieprogramma's, onder meer in reclames, nieuwsverhalen, dramaserieën en soapseries. Dat betekent dat in de meeste media-uitingen een verhaal wordt verteld (McQuail, 1994). Maar elk genre heeft daarvoor zijn eigen methode. Wat de methodes en eigenschappen van soapseries zijn wordt in paragraaf 2.2. uitgelegd.

2.1.2. Televisie als verhalenverteller

Volgens Fiske (1987) is het medium televisie één van de belangrijkste verhalenvertellers in onze maatschappij. Volgens Patricia Holland (2004) zou het vertellen van verhalen zelfs de basis zijn van televisie. Dat zou betekenen dat er niets anders dan verhalen worden verteld op de televisie. Is dat omdat televisie van alle media het meest geschikt is als verteller en wat maakt televisie dan een zodanig goede verhalenverteller? Ook is Holland (2004) van mening dat televisie een goed medium voor het vertellen van verhalen is omdat het zowel geluid als beeld combineert. Daardoor kan op televisie een verhaal worden verteld en tegelijkertijd worden getoond. Die

mogelijkheid om verhalen te vertellen geeft televisie een belangrijke taak. Deze taak is belangrijk omdat, zoals eerder in deze paragraaf is genoemd, mensen door verhalen hun ervaringen kunnen verwerken en dingen kunnen leren. Die combinatie van beeld en geluid zorgt er ook voor dat televisie een verhaal nog overtuigender kan weergeven dan een ander medium, omdat het dichterbij de realiteit komt. Of het televisieverhaal overtuigend de realiteit kan laten zien en of kijkers er bij betrokken kunnen raken hangt onder meer af van de personages en de verhaallijnen. Maar ook de manier van acteren, de kwaliteit van het camerawerk en de kleding van de personages is belangrijk (Holland, 2004). In paragraaf 2.3. wordt verder ingegaan op realisme op televisie.

Verhalen zijn dus erg belangrijk in ons leven en voor de instandhouding van cultuur. Aangezien televisie volgens Fiske (1987) de belangrijkste verhalenverteller van onze tijd is trekt Krijnen de conclusie dat televisie kan worden beschouwd als een medium dat kan worden gebruikt om de mens morele waarden bij te brengen (Krijnen, 2007). Tegelijkertijd kan ook worden geconcludeerd dat het medium televisie kan worden gebruikt om educatie mee over te brengen. Dat halen ook Wester en Weijers (2006) aan. Volgens hen biedt televisie ons een manier om te begrijpen wie wij zijn, hoe waarden en houdingen worden aangepast en hoe ideeën van mensen gedurende bepaalde ervaringen kunnen verschuiven (Newcomb & Hirsch, 1984, in: Wester en Weijers, 2006). Televisiedrama en soapseries zijn daarvoor erg geschikt, doordat in die verhalen zijn te zien hoe personages worstelen met dilemma's die actueel zijn in onze samenleving en belangrijk zijn binnen onze cultuur (vgl. ook Gerbner, 1976; Silverstone, 1988; Carey, 1988; Wright, 1975, in: Wester en Weijers, 2006: 162). Dit maakt dat televisiedrama en soapseries zeer geschikt zijn voor het geven van levenslessen over alledaagse situaties die de kijker zelf ook kan meemaken. Daarnaast kan het voor de kijker inspirerend werken voor het oplossen van problemen. Dat maakt de televisie een goed medium voor E&E. Ondanks die mogelijkheid wordt televisie bijna niet gewaardeerd als een medium waarmee nuttige verhalen kunnen worden verteld. Naar aanleiding hiervan stelt Krijnen (2007) zichzelf de vraag of televisie wel overal wordt gewaardeerd als belangrijke verhalenverteller, of het de kijker morele waarden bij kan brengen, en daarmee een goede invloed heeft op de kijkers en de samenleving. In dit onderzoek naar E&E is deze vraag gemakkelijk met 'ja' te beantwoorden. De theorie van E&E gaat er immers vanuit dat educatie via verhalen op de televisie wordt overgebracht op de kijker. Mits deze educatie eerlijk en correct is, zijn de verhalen op televisie goed voor de kijker. Zodoende kunnen televisieverhalen een goede bijdrage leveren aan onze maatschappij.

2.2. Televisiegenres en het genre soap

Zoals in paragraaf 2.1. duidelijk werd, heeft het medium televisie de taak om verhalen te vertellen. Niet elk verhaal is hetzelfde, er zitten vaak grote verschillen tussen. Zoals wat er wordt verteld of hoe iets wordt verteld. De soorten verhalen op de televisie zijn in te delen in genres.

Een genre is een Frans woord dat type of soort betekent. Elk genre heeft zijn eigen conventies en regels. Tot welk type genre een bepaald programma behoort, is afhankelijk van de codes en conventies die passen bij het genre (Casey, 2002). Studies naar televisie worden vaak gedaan aan de hand van genres. Dit is omdat er op de televisie erg veel verschillende programma's worden uitgezonden. Dat maakt het moeilijk om het medium in het geheel te bestuderen. Bij onderzoeken naar genretypes ondervonden onderzoekers dat wanneer er goed inzicht is verkregen in karakters, conventies en genot van specifieke genres, dit een goed inzicht geeft in televisie als een culturele vorm (Turner, 2002, in: Creeber, 2004). Daarmee bedoelt Graeme Turner dat belangrijke elementen van cultuur zijn: mensen, afspraken van mensen en hoe de kijkers een bepaald programma waarderen. Turner (2002) zegt hiermee dat karakters en het genot van de kijker belangrijke aspecten van genres zijn. Daarnaast geeft Turner (2002) hiermee aan dat het van groot belang is dat er bij het doen van een televisiestudie inzicht is in genres omdat het veel zegt over belangrijke onderdelen van een televisieprogramma.

Deze paragraaf gaat dieper in op genres, het genre soapserie en de conventies die daarbij horen. Om inzicht te krijgen in waarom een soapserie een goede drager is voor educatie is het belangrijk om meer te weten over wat een genre is en aan welke regels een programma moet voldoen voordat het een soapserie is.

2.2.1. Televisiegenres

Onderzoekster Ien Ang (1982) deed veel onderzoek naar het genre soapserie. In haar boek *Het Geval Dallas* uit 1982 beschrijft Ang hoe een soap opera als Dallas wordt beleefd en verwerkt door de kijkers. Dit deed ze aan de hand van brieven van kijksters. Volgens de schrijfster is een genre een formule, en elk programma of een film is een toepassing van de regels en de conventies die bij die formule horen (Ang, 1982). Bij elk genre horen dus regels waar een programma aan moet voldoen voordat het onder een bepaald type kan behoren. Er zijn veel verschillende soorten genres, onder meer westerns, komedies, sciencefiction en soapseries. Bij het ontstaan van de televisie kwamen de meeste televisiegenres voort uit al bestaande genretypes in literatuur, films, journalistiek, muziek, de radio en andere kunst- en mediavormen. Genres hebben altijd een belangrijke rol gespeeld in het bestuderen van literatuur, film, televisie en andere vormen van media (Creeber, 2004). Vanaf het ontstaan van het medium televisie wordt al onderzoek gedaan naar de verhalen van televisie aan de hand van genres.

De meeste onderzoekers zijn het eens dat de afspraken en regels die horen bij een genre niet alleen worden herkend door wetenschappers. Ook het publiek, lezers en kijkers herkennen de formules die horen bij het genre. De indeling van de inhoud van een film, boek of televisieprogramma is niet iets wat alleen academici aangaat, het is ook belangrijk hoe het genre wordt geïnterpreteerd door het publiek. Creeber (2004) geeft als voorbeeld wanneer je iemand in een film opeens ziet zingen en dansen is het gemakkelijk te concluderen dat het dan gaat om

een musical. Vaak heeft het publiek zich van te voren al geïnformeerd over tot welk genre het programma of film behoort. Of er interesse is voor deze film of dit programma heeft dan ook vaak te maken met de affiniteit van de kijker voor het genre. Genres nemen dus een pakket van verwachtingen met zich mee (Creeber, 2004). Dat zorgt ervoor dat mensen rekenen op een bepaald programma wanneer er wordt aangekondigd tot welke genre het behoort.

Toch is er ook commentaar op het indelen van televisieprogramma's in genres. Sommige wetenschappers zijn van mening dat televisie zich niet zo gemakkelijk laat indelen in genretypes, die al bestonden voor het begin van dit medium. Hiervoor zou de diversiteit aan verschillende televisieprogramma's te groot zijn. Volgens Allen (1982) zijn televisieformules enorm versnipperd en dat zal in de toekomst nog meer worden (Allen, 1982, in: Creeber, 2004).

Aangezien de soapserie wel een makkelijk herkenbaar genre is wordt niet verder ingegaan op de discussie rondom het bestaansrecht van televisiegenres. Vanaf nu ligt de nadruk van dit hoofdstuk op de kenmerken van het genre soapserie. Het is belangrijk om hier inzicht in te hebben omdat het duidelijkheid verschaft waarom dit genre zich zo goed leent voor de verwerking van educatie.

2.2.2 Soapseries

De programma's *ONM* en *GTST* vallen onder het type soapseries. Voordat wordt uitgelegd welke regels er horen bij dit genretype, wordt nader ingegaan op het ontstaan van soapseries. Dit genre is voortgekomen uit verhalen in kranten, het 'feuilleton'. Hierin werden belevenissen van 'normale' mensen beschreven (Cantor & Pingree, 1983, in: De Bruin, 2005). Aan het eind van de jaren twintig ontstond de soapserie op de radio. De nadruk van de inhoud lag op menselijke relaties, huishoudelijkheid en realisme. Het genre soap werd heel snel erg populair (Edmondson, 1973, in: Ang, 1982). Soapseries danken hun naam aan de zeepfabrikanten die de programma's in het begin sponsorden en hun producten tijdens de uitzendingen voorbij lieten komen. Het woord Opera is er uit ironie en neerbuigendheid aan toegevoegd. Het verwijst naar de enorme dramatiek in het alledaagse leven in zulk soort dagelijkse series (Casey, 2002). Hobson (1982) maakt in haar boek *Crossroads, the drama of Soap Opera* duidelijk dat vooral onder huisvrouwen het genre erg populair was. De soaps zorgden overdag namelijk voor een vervangend gezelschap voor de in 'isolement levende huisvrouwen'. Zo luisterden ze naar hun favoriete soap tijdens het volbrengen van hun huishoudelijke taken (Hobson, 1982, in: Ang, 1982). In de jaren vijftig kwamen de eerste soapseries op de televisies. Net als in het Verenigd Koninkrijk en de Verenigde Staten ontstond de eerste soapserie in Nederland (*Goede tijden, Slechte tijden*), vlak na de introductie van commerciële televisie. Dat was in 1990 toen RTL 4 de eerste, pas een paar maanden oude, commerciële zender Veronique overnam.

In tegenstelling tot de beginperiode van de soapseries wordt het genretype niet meer alleen overdag uitgezonden. *GTST* en *ONM* worden overdag herhaald, maar de nieuwste

aflevering van beide series worden in eerste instantie 's avonds uitgezonden. Mede daardoor bestaat de doelgroep van soapseries niet meer alleen uit huisvrouwen. Ook jonge mensen en mannen zijn naar deze series gaan kijken. Zowel *GTST* als *ONM* zijn tegenwoordig ook via het internet te bekijken. Dat draagt eraan bij dat kijkers niet meer vastzitten aan het uitzendschema op televisie.

Sinds het ontstaan is er erg veel commentaar geweest op soapseries. Vaak kijken mensen erop neer. Dat terwijl geen andere vorm van televisie zulke grote aantallen kijkers heeft aangetrokken voor een zodanig lange tijd in zoveel verschillende landen. Soapseries werden lange tijd genegeerd door de wetenschap. Pas begin jaren negentig van de vorige eeuw kwam hier verandering in (Allen, 1995). Volgens Ien Ang is een bekende klacht tegen soap opera's het gebrek aan maatschappelijke relevantie. Zo zou er bijna geen aandacht zijn voor sociale problemen in het script (Ang, 1982). Volgens de onderzoekers Cantor & Pingree (1983) zijn soapseries echter na de jaren zeventig steeds meer aandacht gaan besteden aan maatschappelijke thema's als abortus, alcoholisme, drugsgebruik en euthanasie (Cantor & Pingree, 1983, in: De Bruin, 2005). Of soapseries inderdaad steeds meer aandacht besteden aan maatschappelijke thema's en welke dat zijn, zal in het analysedeel van dit onderzoek worden aangetoond.

Zoals eerder duidelijk werd, heeft de soapserie een commerciële achtergrond (Creeber, 2004: 47). Aangezien commercie als doel heeft om zoveel mogelijk kijkers te trekken, is het duidelijk dat het niet het belangrijkste doel is om mensen dingen te leren. Ondanks de commerciële achtergrond van het genre soap worden onderwerpen als dierenleed, ziektes en integratieproblemen in *ONM* en *GTST* niet meer geschuwd. Mogelijk heeft dit te maken met de verschuiving van doelgroep. Waarbij vroeger alleen huisvrouwen hun toevlucht zochten in het drama van soapseries, kijken nu ook jongeren naar soaps en draagt dit bij aan hun meningsvorming over bepaalde kwesties. Dat mediagebruik en het creëren van een eigen identiteit (en mening) met elkaar zijn verweven, wordt aangetoond door het onderzoek van Jane Brown en anderen uit 1994. De conclusie van dit onderzoek is dat jongeren op een actieve en creatieve manier hun eigen identiteit creëren door betekenis te geven aan de wereld om hen heen. De media hebben hierin een centrale functie, omdat ze een toegankelijke en overal aanwezige bron zijn van culturele opties en standaarden. Media zijn in die zin een 'cultural toolkit' (Brown, Dykers, Steele & White, 1994, in: De Bruin, 2005). Ook het forum van *ONM* waar hevig wordt gediscussieerd over onderwerpen die voorbijkomen in de serie, laat dit zien. Een voorbeeld daarvan staat hieronder. Het gaat over het personage Junior uit *ONM*. Zijn vriendin is asielzoekster en dreigt Nederland te worden uitgezet. Daarom wil hij aan een vals paspoort voor haar komen. Die kwestie wordt bediscussieerd op het forum:

'Men moet niet vergeten wat Junior met Esmee heeft gedaan. En hij doet nog altijd aan dealtjes wanneer het hem uitkomt. Ik ben geen anti-Junior persoon of zo hoor, maar eens een klootzak, altijd 'n klootzak. Al denk ik niet dat ie ooit iets gemeens met Imani zal gaan uit halen. Mits ze in NL mag blijven.'

(Geplaatst door: Chris fan, 21-03-2007)

Daarop reageert de volgende persoon:

'Dat denk ik ook maar wel dom van hem om vervalste paspoorten te gaan maken maar ja hij wil natuurlijk dat z'n vriendin in Nederland blijft wat ook logisch is.'

(Geplaatst door: Natasja25, 07-04-2007)

Aan deze kleine fragmenten is al goed te zien dat de bezoekers van het forum verschillende standpunten hebben over de verhaallijn en daarover discussiëren. Door die discussies ontstaan ideeën en meningen over bepaalde zaken waar ze anders misschien nooit over zouden hebben nagedacht. Zo dragen soaps bij aan de meningsvorming over maatschappelijke kwesties. Sommige schrijvers hebben in hun werk deze sociale functie van soapseries benadrukt. (Casey, 2002). Soaps zijn, zoals ook hierboven is te zien, vaak onderdeel van gesprekken. Dit geeft openingen om met anderen informatie te delen en je gevoel te uiten over verschillende onderwerpen en problemen (Casey, 2002).

Soapseries laten het privé-leven van 'normale' mensen en de bijhorende emoties zien. Volgens Zoonen (1999) gaan soaps over relaties tussen mensen, over haat, geluk, trouw en bedrog (Van Zoonen, 1999: 48). Daarbij gaat het niet om de actie, maar om de emotionele gesprekken die de hoofdpersonen met elkaar voeren. Kenmerkend voor de soap is dat het tempo erg laag is (Ang, 1982). Daardoor is het voor een kijker bijna geen moeite om het verhaal te volgen. Ook al heeft hij het een tijd niet gezien, of besluit hij het opeens te gaan volgen. Een belangrijke camerastand is de close-up. Hierbij worden de emoties van personages goed zichtbaar (Ang, 1982). Het is namelijk de bedoeling om kijkers te betrekken bij de gevoelswereld van de personages. Daarbij worden in soapseries altijd de perspectieven van meerdere personages aangeboden, zodat kijkers kunnen meeleven met een personage naar hun keuze, of een situatie vanuit meerdere personages kunnen bekijken (Van Zoonen, 1999). Daarmee voorkomen de makers van soapseries dat er een keus moet worden gemaakt voor een bepaald standpunt, maar krijgen de kijkers de mogelijkheid zelf een mening te ontwikkelen over het aangehaalde thema.

Net als elk ander genre kent ook de soapserie een aantal regels die bepalen dat het programma behoort tot de soapserie. Mary Ellen Brown heeft in 1987 een lijst opgemaakt van

acht karakteristieken van soapseries (Fiske, 1987; Brown, 1987). Het eerste kenmerk is dat een soap een verhaal is zonder einde. Ten tweede kent de serie meerdere karakters en meerdere verhaallijnen met eindjes. Ten derde loopt de tijd van het verhaal van de soap gelijk aan de werkelijke tijd. Ten vierde eindigen de afleveringen vaak plotseling. Het vijfde kenmerk is dat het accent in soapseries voornamelijk op dialogen, het oplossen van problemen en intieme conversaties ligt. Ten zesde zijn mannelijke karakters vaak gevoelig. Maar de vrouwelijke karakters, en dat is het zevende kenmerk, zijn vaak professioneel en machtig buitenshuis. Het achtste kenmerk van soapseries is, volgens Brown dat het huis, of iets anders dat functioneert als een huis, vaak de plaats is waar de serie zich afspeelt. Hieronder worden alle acht kenmerken doorgenomen met voorbeelden en in combinatie met ander bijhorend wetenschappelijke literatuur.

Het eerste kenmerk: een soap is een serie zonder einde aan het verhaal, uit zich in het feit dat het blijft doorgaan en doorgaan zonder dat de kijker het idee krijgt dat er een einde aan komt. Ang (1982) noemt dat in haar boek het 'eindeloze karakter' van de serie. Daarnaast schrijft ze:

'In elke aflevering worden weliswaar problemen opgelost, maar telkens ook weer nieuwe gecreëerd, die het uitgangspunt vormen voor de volgende aflevering' (Ang, 1982: 84).

Deze oneindigheid van het soapverhaal heeft te maken met het feit dat een verhaal, waarin personages voorkomen, altijd eenzelfde opbouw heeft. Deze opbouw hebben Wester en Weijers (2006) de 'narratieve cyclus' genoemd. Het begint ermee dat een personage in problemen komt. Daardoor wordt deze voor een keuzesituatie geplaatst. Om dichterbij de oplossing te komen moet hij of zij bepaalde beslissingen nemen. Maar die beslissingen zorgen weer voor nieuwe problemen, met als gevolg dat het personage voor nieuwe beslissingen komt te staan. Door de structuur van probleem, keuzesituatie, beslissing, uitkomst/probleemverdieping hoeft er geen einde aan het verhaal te komen (Brady, 1984; Weijers, 1986, in: Wester en Weijers, 2006: 163). Het enige mogelijk einde zou zijn wanneer de serie wegens commerciële redenen door de makers wordt stop gezet. Dat is bijvoorbeeld gebeurd met een derde Nederlandse soapserie: Goudkust. Deze serie was te zien op de Nederlandse televisie van 1996 tot en met 2001.

Het tweede kenmerk volgens Brown (1987) is dat de serie meerdere personages en meervoudige verhaallijnen met eindjes kent. In het boek van Ien Ang maakt de onderzoekster duidelijk dat een belangrijk kenmerk van een soap is dat het een episodisch karakter heeft. Hiermee bedoelt ze dat het verhaal is opgedeeld in meerdere uitzendingen. Dit zou volgens haar essentieel zijn voor het opwekken van emoties en tragedie. Dit episodische karakter kan twee

vormen aannemen. Zowel *GTST* als *ONM* vallen onder het type 'serial'. Binnen dit type zijn verschillende soorten. *ONM* en *GTST* vallen onder de soort serial waarbij verschillende verhaallijnen in één aflevering voorkomen (Casey, 2002). Ang omschrijft dit type serial als een 'voortdurend komen en gaan van miniverhalen in een ongelijk ritme' (Ang, 1982). Met miniverhalen bedoelt Ang de verschillende verhaallijnen die naast elkaar lopen in het groter geheel van de soapserie. Sommigen van de verhaallijnen duren langer dan andere. Dat verklaart, volgens de onderzoekster, het 'ongelijke ritme' van de verhalen in Dallas. Bij elk van die verhaallijnen zijn verschillende personages betrokken. Deze karakters kunnen overigens in verschillende verhaallijnen voorkomen in de serie. Volgens Wester en Weijers (2006) spelen personages een zeer belangrijke rol in verhalen en dus ook in soapseries. Dit is omdat de handelingen van personages bepalen hoe het verhaal verloopt. De basis van een verhaal is dat het laat zien hoe iemand een bepaald probleem krijgt en deze wil oplossen. Doordat hij of zij naar een oplossing zoekt, komen er problemen met andere personages, met zichzelf of met externe omstandigheden. Met die problemen moeten zij zien om te gaan. Daarbij maakt de kijker kennis met het karakter van het personage (Wester en Weijers, 2006).

Ten derde loopt de tijd van het verhaal van de soap gelijk aan de werkelijke tijd. Dat geeft de indruk dat de levens van de karakters gewoon doorgaan. Of we de serie nu kijken of niet. Daarmee wordt bedoeld dat we levens zien van karakters die dezelfde volgorde van dagen hebben als in het echte leven. We volgen ze bij het opstaan, ontbijten, werken of naar school gaan, avondeten en naar bed gaan. Het idee dat een soapserie gelijk loopt aan onze eigen tijd gaat zelfs zo ver dat de kijker het idee heeft dat het leven van de personages gewoon doorgaan ook al kijken we niet. Met andere woorden tussen de afleveringen die te zien zijn op de televisie hebben de personages ook een 'normaal' leven. Om dit gevoel in stand te houden, beginnen afleveringen van soapseries vaak op andere momenten dan waar ze zijn geëindigd (Ang, 1982).

Het vierde kenmerk zijn de plotselinge eindjes tussen afleveringen. Dit wordt de 'cliffhanger' genoemd. Daarmee wordt bedoeld dat de aflevering op een spannend moment wordt afgesloten (Casey, 2002). Dit prikkelt de nieuwsgierigheid en daardoor moeten de kijkers de volgende aflevering wel weer zien als ze willen weten hoe het afloopt.

De volgende drie kenmerken die Brown in 1987 beschreef staan symbool voor de, van oorsprong, nadruk van de soap op de vrouwelijke kijker die als het ware in de serie een vlucht zoekt uit haar eigen leven. Het accent in soapseries ligt volgens Brown voornamelijk op dialogen, het oplossen van problemen en intieme conversaties. Daarnaast zijn de mannelijke karakters vaak gevoelig. Maar de vrouwelijke karakters zijn vaak professioneel en machtig buitenshuis. Dit vertolkt mogelijk een wens die de huisvrouw eigenlijk heeft voor haar eigen leven. Of het kijken naar je eigen geslacht dat compleet anders in het leven stond, brengt juist de gewenste vlucht teweeg. Geraghty bevestigt dat vermoeden, de onderzoekster veronderstelt dat deze

zelfstandige vrouwen in soapseries door de kracht die ze uitstralen, plezier voor vrouwelijke kijkers bieden (Geraghty, 1991).

Het achtste kenmerk van een soap, volgens Brown, is dat het huis, of iets anders dat functioneert als een huis, vaak de plaats is waar de serie zich afspeelt. Dit laatste punt maakt het verschil tussen de soapserie en andere genres. Bij de soapserie ligt de concentratie op een familie of gemeenschap. Terwijl bij andere genres de aandacht meer ligt op één held of heldin of een koppel of team van helden (Fiske, 1987). De wereld waarin de soappersonages leven is een voor de serie, gecreëerde wereld (Casey, 2002). Zo zijn de scholen, discotheken en huizen waarin de karakters wonen en leven bedacht. Bij *GTST* is deze gemeenschap het fictieve Meerdijk. Bij *ONM* ligt de gemeenschap dichterbij de werkelijkheid. Het verhaal speelt zich namelijk af in Amsterdam, de discotheken en huizen die een rol spelen in de serie zijn overigens wel fictief.

2.3. Televisie en de werkelijkheid

Doordat televisie het vermogen heeft om geluid in combinatie met beelden te laten zien, lijken de boodschappen van dit medium het dichtst bij de realiteit te komen. Maar of de televisie het vermogen heeft om echt de realiteit te laten zien, is een vraag die in de wetenschap nog steeds onbeantwoord is. Sommige wetenschappers zijn overtuigd van het televisie realisme, terwijl anderen het hier helemaal niet mee eens zijn. Die twijfel is niet vreemd want ook over het begrip realiteit is in de wetenschap nog veel discussie. Toch is het belangrijk om aandacht te besteden aan dit onderwerp, want pas wanneer de kijker de verhalen op televisie realistisch vindt, is hij eerder geneigd om zich te identificeren met de beelden die hij ziet. In het kader van E&E, dus wanneer het de bedoeling is dat de kijker iets leert van wat hij ziet op televisie, is het belangrijk dat hij zich kan identificeren met wat hij ziet.

In deze deelparagraaf wordt aangetoond hoe een soap een gevoel van realisme teweeg kan brengen, zodat de kijker zich ermee kan identificeren. In het eerste deel wordt gekeken in hoeverre het mogelijk is om de realiteit te laten zien in een medium als televisie. In het tweede deel wordt ingegaan op hoe die identificatie met de televisiewerkelijkheid werkt en welke bijhorende theorieën belangrijk zijn in de E&E. In het derde deel van de deelparagraaf wordt antwoord gegeven op de vraag in hoeverre soapseries in staat zijn om met de techniek, het geld, de verhalen en de personages die daarin een rol spelen zo goed mogelijk een realistisch verhaal neer te zetten.

2.3.1. Televisie als realistisch medium

Is wat we zien op televisie de werkelijkheid, slechts een afspiegeling ervan, of is het de waarheid omdat de kijker het als waarheid accepteert? Hoe realistisch is televisie en hoe aannemelijk vinden kijkers wat ze zien? De antwoorden op deze vragen zijn belangrijk omdat, zoals in de

inleiding is uitgelegd, wanneer televisie realistisch wordt gevonden, kijkers eerder geneigd zijn om zich te identificeren met wat men ziet en hoort op televisie. Door veel wetenschappers wordt de werkelijkheid die we zouden zien op het beeldscherm van de televisie betwijfeld. Vaak wordt het gezien als slechts een afspiegeling ervan in plaats van een realistische weergave. Zo stelde Stuart Hall in 1976 dat hoewel de actualiteiten wel steeds op het scherm verschijnen 'alsof ze direct door de televisiecamera zijn gevangen', zijn ze niet meer dan nagmaakte beelden van wat echt bestaat. Deze beelden zijn niet gelijk aan de werkelijkheid (Hall, 1973; Skrien, 1981, in: Bouwman, 1987: 2). Onderzoeker Harry Bouwman die in 1987 het proefschrift *Televisie als Cultuurschepper* schreef maakt een duidelijk verschil tussen de televisiewerkelijkheid en de gewone werkelijkheid. Volgens hem zijn het twee compleet verschillende dingen:

'Televisiewerkelijkheid is niet een werkelijkheid als de gewone werkelijkheid. Het is onjuist te veronderstellen dat de televisiewerkelijkheid een getrouwe afspiegeling zou moeten zijn van datgene wat zich erbuiten afspeelt. Dat zou als uiterste consequentie hebben dat hoofdpersonen in televisiedrama ten minste 1/3 van de tijd dat ze in beeld zijn slapend zouden moeten doorbrengen' (Bouwman, 1987: 2).

Bouwman (1987) veronderstelt daarmee dat de televisiewerkelijkheid eenvoudiger wordt weergegeven dan de echte werkelijkheid. Onder andere omdat de televisiewerkelijkheid ontdaan wordt van alle details (Bouwman, 1987). Zo zie je bijna nooit iemand naar het toilet gaan of worden lange momenten van stilte uit een televisieprogramma 'geknipt'. Ook wetenschapper John Fiske (1987) is van mening dat televisie niet de echte werkelijkheid kan laten zien. Volgens Fiske kan televisie in essentie een realistisch medium worden genoemd omdat televisie, volgens hem, in staat is een vleugje van de waarheid te vertonen. Dat wil zeggen de waarheid die sociaal is geaccepteerd als de realiteit. Met andere woorden realiteit is volgens Fiske niet gelijk aan de feitelijke realiteit, maar datgene wat algemeen op die manier is geaccepteerd. Dat maakt televisie, volgens Ien Ang (1982), niet neutraal. Want, zo stelt ze, televisie en televisieprogramma's brengen allerlei 'voorstellingen, opvattingen en oordelen' met zich mee waaraan de televisiekijker zich niet kan onttrekken (Ang, 1982: 16). Daarmee zegt Ang dat de makers van televisieprogramma's een grote macht hebben bij het overbrengen van hun boodschap. Daarnaast stelt ze ook dat de boodschappen die een maker wil overbrengen ook precies op de, door de producent, bedoelde wijze worden overgenomen door de kijkers. Volgens Stuart Hall (1984) is de wijze waarop deze 'voorstellingen, opvattingen en oordelen' van een televisieprogramma, worden ontvangen niet alleen afhankelijk van de boodschap die de makers willen meegeven. Dit wordt in de volgende deelparagraaf uitgelegd.

2.3.2. Encoding/decoding

In zijn 'encoding/decoding' model legt Hall (1984) uit dat twee centrale processen bepalen welke betekenis een televisieprogramma heeft. Het eerste proces vindt plaats aan de zijde van de producenten. Hier vinden onderhandelingen plaats (encoding) over de invulling van een televisieprogramma. De makers van de (televisie)teksten worden beïnvloed door de informatie waar ze toegang toe hebben, de mensen die ze te spreken kunnen krijgen en ook hun vooropleiding zorgt ervoor dat bepaalde dingen hen wel opvallen en andere niet. Aan de andere kant bevinden zich de kijkers, de ontvangers van de boodschap (decoding). Hoe de kijker de tekst van de producent ontvangt is ook weer afhankelijk van allerlei processen die te maken hebben met achtergrondkennis, afkomst, interpretatieve mogelijkheden en toegang tot het medium. Dat zorgt ervoor dat de ontvanger als het ware 'onderhandelt' met de tekst die hij of zij ontvangt. Omdat achtergrondkennis, interpretatieve mogelijkheden, toegang tot technische middelen en kennis voor ontvangers en producenten verschillen, zal de betekenis van de boodschap aan de kant van de encoding en aan de kant van de decoding verschillen (Hermes & Reesink, 2003). Dat betekent dat een producent niet kan verwachten dat de boodschap die hij geeft in een televisieprogramma precies zo wordt opgepakt door de kijkers zoals hij dat wil. Bij het invoegen van educatie in soapseries is het dus altijd maar de vraag of de kijker de bedoelde boodschap oppakt en waardeert op de door de producent bedoelde manier. Volgens Fiske (1987) is het vermogen van een ontvanger om een programma op zijn eigen wijze te interpreteren niet oneindig. Makers van de programma's op televisie hebben zelf altijd een voorkeur voor een bepaalde betekenis. Hoe 'open' de inhoud van een programma en daarmee polysemisch is, is per programma verschillend en afhankelijk van hoe 'open' de makers het willen hebben (Fiske, 1987). Bij het proces van E&E is het dus van groot belang dat de producent de ontvangers van de boodschap goed kent zodat hij kan inschatten waarvan en wanneer zijn kijkers iets leren en of ze dat daadwerkelijk ook doen.

Het proberen nabootsen van de realiteit is niet iets dat slechts kan worden toegeschreven aan makers van televisieprogramma's. Volgens Joke Hermes en Maarten Reesink (2003) is ook in films, het theater en in de literatuur terug te vinden hoe wordt getracht de realiteit op te wekken. Maar televisie heeft volgens Hermes en Reesink (2003) wel de mogelijkheid om haar beelden nog levensechter maken dan de andere kunstvormen. Dat heeft te maken met het feit dat non-fictie op televisie, of het nu live is of in de vorm van recentelijk opgenomen beelden (zoals in een journaal), het gevoel kan geven dat je er zelf bij bent. Volgens Hermes & Reesink (2003) is televisie het medium van het 'hier en nu'. Daarmee bedoelt ze dat televisiebeelden live kunnen zijn, wat ervoor zorgt dat je het 'hier en nu' vanaf de huiskamer mee kunt maken. Televisiefictie gebruikt de realistische codes en conventies die in onze maatschappij over de werkelijkheid bestaan. 'Echt' kunnen we herkennen in naturel acteren (niet overdreven, de acteur

achter de personages is bijna onzichtbaar), soms in de uitbeelding van kwesties of emoties, ongeacht de stijl van acteren of de vertoning ervan, en soms in het feit dat er wordt gewerkt met bestaande locaties of straatbeelden die het gevoel van 'echtheid' in de hand werken (Hermes & Reesink, 2003: 85). Dit naturel acteren, het uitbeelden van kwesties en emoties en het gebruik van bestaande locaties of straatbeelden is allemaal terug te vinden in het genre soapserie. Dat heeft ermee te maken dat zij zo dicht bij de werkelijkheid komen.

2.3.3. Soapseries en realisme

Hoe realistisch zijn soapseries? Is het zo geloofwaardig dat de kijkers zich ermee kunnen identificeren en geloven wat ze zien? Op die vragen wordt antwoord gegeven in dit deel van de paragraaf.

Ook bij soapseries is er een verschil tussen de echte werkelijkheid en de werkelijkheid die op het televisiebeeld is te zien. Volgens Ang (1982) is de inhoud van Dallas alleen een weerspiegeling van de waarheid en nooit de werkelijkheid:

'Wanneer Dallas-als-tekst als een spiegel van de werkelijkheid wordt beschouwd, dan moeten we haar wel als een grote lachspiegel afdoen' (Ang, 1982: 68).

Daarmee bedoelt Ang (1982) dat als Dallas een afspiegeling van de werkelijkheid is en dus niet de echte werkelijkheid laat zien. Ang maakt dus een vergelijking tussen een soap zoals Dallas dat de wereld vervormt, zoals een lachspiegel dat doet met iets dat ervoor staat. Dat verklaart ook wel waarom soapseries veelvuldig als een fantasiegenre worden gezien. Dat soaps fantasie zijn wordt, volgens veel wetenschappers, niet opgemerkt omdat de kijkers gemakkelijk zijn te misleiden en lichtgelovig zijn, zodat ze geen verschil kunnen zien tussen realiteit en fictie (Creeber, 2004). Christine Geraghty (1991) is het niet eens met de lichtgelovigheid van soapkijkers en is daarmee minder negatief ten opzichte van het publiek van soapseries. Ze schrijft in haar boek *Women and Soap Opera* (1991) dat mensen graag over deze series praten. Vooral mensen die al jaren een serie volgen, kennen het verloop van het verhaal zo goed dat ze aan de hand van het verleden kunnen voorspellen wat er gaat gebeuren en daar halen deze kijkers veel genot uit. Op verschillende sociale gelegenheden, kan de inhoud van een soapserie zelfs gespreksstof zijn. Ze hebben er plezier in om te praten over personages in de series, alsof het echte mensen zijn met hun eigen geschiedenis, motivaties en toekomst. Maar, het feit dat erover wordt gesproken alsof het echt is, betekent niet dat het publiek denkt dat de wereld van een soapserie gelijk staat aan de werkelijkheid, want de kijker houdt altijd rekening met de aanwezigheid van de conventies die behoren bij het genre soapserie (Geraghty, 1991). Met andere woorden kijkers houden er altijd rekening mee dat in soapseries dingen anders kunnen

lopen dan wat mogelijk is in het echte leven. Kijkers beseffen volgens Geraghty (1991) dat personages in soapseries meer en gekkere dingen meemaken dan mensen in het normale leven.

Hoe klein is de scheidingslijn tussen realiteit en fictie voor de kijker? Ang (1982) concludeert dat het 'echtheidseffect' het belangrijkste is wat de kijkers van Dallas verwachten. Pas wanneer ze de fictie van de serie zo 'echt' mogelijk ervaren, voelen ze zich betrokken bij het gebeuren op de televisie. In de Dallas-brieven in het onderzoek van Ang komt tot uiting dat de kijkers 'realistisch' associëren met 'goed' en 'onrealistisch' met 'slecht' (Ang, 1982). Ze veronderstelt ook dat de brieven-schrijfters de werkelijkheid vooral terug zagen in Dallas wanneer ze zichzelf of hun eigen leven konden herkennen in de serie. Dat kon bijvoorbeeld doordat de personages in de series dezelfde problemen hadden als zichzelf. Maar ook wanneer het verhaal zo dicht mogelijk bij 'normaal' kwam. De brieven-schrijfters vonden ook dat een serie onrealistisch kan worden genoemd wanneer deze de 'echte' werkelijkheid simplificeert, overdrijft of in clichés weergeeft (Ang, 1982). Dit betekent dat kijkers wel degelijk in staat zijn om realiteit te onderscheiden van fictie. Want de kijkers zien wel in dat soapseries anders zijn dan het gewone leven. Zo gaan ontwikkelingen in de serie veel sneller en komen vaker voor dan in het echte leven (Ang, 1982). Zo groeien kinderen sneller op en maken de personages vaker een sterfgeval in hun omgeving mee dan in het echte leven.

2.3.4. Emotioneel realisme

Bovenstaande geeft aan dat niet zozeer de geschapen leefwereld voor het realisme kan zorgen. Het is meer het algemene gevoel dat de kijker krijgt bij de serie dat bepaalt of het aansluit bij de werkelijkheid of niet. Om dat uit te leggen is het goed om terug te gaan naar een andere conclusie van Ang (1982). Ze stelt dat wanneer het 'echte' leven wordt vergeleken met de wereld van een soapserie men tot de conclusie zal komen dat een soapserie totaal niet is te vergelijken met de realiteit. Volgens de onderzoekster moet het realisme van een soapserie daarom worden gevonden op een ander niveau, namelijk dat van de emotie. Zij kwam erachter dat vooral de emotionele ervaringen van de personages als herkenbaar worden gezien. De brieven-schrijfters, in het onderzoek van Ang (1982), vinden de ruzies, intriges, problemen, vreugde en verdriet 'levensechte situaties'. De onderzoekster heeft dit het 'emotioneel realisme' genoemd. Daarmee bedoelt ze dat de emotionele situaties in de serie Dallas het meest bij de brieven-schrijfters bijbleven omdat juist die situaties als herkenbaar worden ervaren. De conclusie van Ang (1982) in haar onderzoek is dat kijkers niet het gevoel van realisme halen uit hoe het verhaal wordt gebracht en wat de personages meemaken, maar uit hoe het wordt beleefd en welke emoties daarbij worden laten zien.

De conclusie die kan worden getrokken is dat er een verschil bestaat tussen de televisiewerkelijkheid die wordt vertolkt in de soapserie, en de 'echte' werkelijkheid. Ondanks dat komen er altijd, voor de kijker, herkenbare aspecten in soapseries voor. Het verschilt per kijker

wat hij of zij als herkenbaar terugziet in soapseries. Maar, het vleugje realisme in de serie, zeker ten aanzien van emoties, maakt het genre zo aantrekkelijk voor de kijker.

2.3.5. Identificatie met de televisiewerkelijkheid

Men leert van het observeren van rolmodellen in de media. Dit leerproces kan zelfs, onder bepaalde voorwaarden, effectiever en efficiënter zijn dan via directe eigen ervaringen (Bandura, 1977, in: Singhal, 2002: 10). Toch zal een kijker pas het gedrag van een personage als voorbeeld nemen, wanneer de kijker zich voelt aangetrokken tot het karakter (Bandura, 1977). Daarbij is het zelfs zo dat kijkers een karakter met een hogere status dan zichzelf aantrekkelijker vinden dan wanneer het personage een lagere status heeft (Nariman, 1993, in: Bouman, 2002). Pas wanneer de fictie van de serie als 'echt' wordt ervaren, voelen ze zich betrokken bij wat en wie ze zien op de televisie (Ang, 1982: 66). Deze theorie, waarin duidelijk wordt gemaakt dat fictieve personages een voorbeeldfunctie kunnen hebben, behoort tot de 'Social Learning Theory' die door Albert Bandura eind jaren zeventig van de twintigste eeuw is ontwikkeld. Volgens de Social Learning Theory van Albert Bandura (1977) kan 'het menselijke denken en gedrag aanmerkelijk worden beïnvloed door observatie en door eigen ervaringen.' (Bandura, 1977: vii) Bij de Social Learning Theory is vooral het leren door middel van observatie erg belangrijk. Daarmee wordt bedoeld dat wanneer mensen iets moeten leren, dat ze dat doen door naar anderen te kijken. Daarmee leer je van andermans fouten en word je ervoor behoed om niet diezelfde fout te maken. De mensen die als voorbeeld dienen kunnen zowel uit het echte leven komen of uit films of televisie (Bandura, 1977). In het echte leven zijn dat bijvoorbeeld ouders, andere familieleden of vrienden. Personages uit films of televisie zijn bijvoorbeeld mensen die hun verhaal vertellen bij een talkshow of fictieve personages in soapseries. In dit onderzoek staat de voorbeeldfunctie van die fictieve personages in soapseries centraal.

De essentie van de E&E strategie is dat producenten televisiepersonages gebruiken als rolmodel voor veranderingen (Bouman, 1999). In de theorie van Bandura (1977) is het essentieel dat mensen modellen zien die zich hetzelfde gedragen. Alleen dan kunnen ze zich identificeren met en verplaatsen in het leven van de rolmodellen. Eerder in deze paragraaf werd al duidelijk dat soapseries nooit aansluiten bij de realiteit, maar dat kijkers zich vooral op emotioneel vlak betrokken voelen bij het personage. De poging van de producenten om identificatie teweeg te brengen dient dus vooral op emotioneel vlak plaats te vinden. Bij het zien van die voorbeeldsituatie moet gedrag van een rolmodel worden 'beloond' als ze zich goed gedragen en worden 'gestraft' als de rolmodellen zich verkeerd gedragen (Bouman, 1999: 33). Dit vaste patroon moet door de makers van de soapserie altijd worden vastgehouden wanneer ze willen dat de inhoud van de soapserie educatief voor de kijker is.

Volgens Bandura zijn in het proces van leren door observatie van rolmodellen vier onderdelen belangrijk: *aandacht, herinnering, productie en motivatie*. In de uitleg die volgt wordt

met waarnemer de kijker bedoeld die het rolmodel 'waarneemt'. Het rolmodel is het fictieve personage in de soapserie.

Ten eerste moet het rolmodel de aandacht trekken van de waarnemer (Bandura, 1977). In E&E wordt dat gedaan door het gebruik van een populair televisiegenre. In dit onderzoek is dat de soapserie. Maar ook andere dingen die ervoor zorgen dat de kijker zich betrokken voelt bij het rolmodel spelen mee (Bouman, 1999). Dat kunnen bijvoorbeeld zaken zijn als status, uiterlijkheden en persoonlijkheid.

Herinnering is het tweede onderdeel (Bandura, 1977). Om ervoor te zorgen dat de waarnemer het gewenste gedrag ook uitvoert, zonder dat het rolmodel aanwezig is, moet de persoon die het rolmodel waarneemt, de waargenomen situatie blijven herinneren. Dat kan alleen als het rolmodel zich in dezelfde omstandigheden bevindt als de waarnemer (Bandura, 1977, in: Bouman, 1999: 34). Dat kan bijvoorbeeld dezelfde manier van wonen zijn, of zowel waarnemer als rolmodel hebben kinderen of leiden aan dezelfde ziekte.

Het derde subproces is productie. Dat betekent dat de waarnemer het gedrag van het rolmodel moet overnemen. Dit kan worden bewerkstelligd wanneer het rolmodel het gewenste gedrag in levensechte situaties uitvoert waarmee de waarnemer zich kan identificeren. Daarmee moet de soapserie zo dicht mogelijk bij de werkelijkheid blijven.

Het vierde subproces is de motivatie (Bandura, 1977). Een waarnemer kan wel aandacht hebben voor het rolmodel, zich het gewenste gedrag herinneren en dit produceren. Maar, wanneer er niets tegenover staat, in de vorm van een straf of beloning, zal de waarnemer niet zijn gemotiveerd om het gewenste gedrag uit te voeren. Daarom moet de waarnemer het rolmodel bij E&E beloond zien worden voor goed gedrag en gestraft zien worden voor verkeerd gedrag (Bandura, 1994, in: Bouman, 1999: 34). Bij een soapserie waar educatie in is verwerkt, moeten personages dus een soort verloop doormaken waarbij ze eerst slecht gedrag vertonen en worden gestraft en later goed gedrag vertonen en worden beloond.

Miguel Sabido heeft op basis van de theorie van Albert Bandura het idee van rolmodellen verwerkt in zijn ontwikkeling van E&E in soapseries (Nariman, 1993, in: Bouman, 1999). In soapseries wordt er altijd een moreel dilemma of probleem betrokken. Sabido stelt dat er in een dergelijk dilemma of probleem altijd drie soorten hoofdpersonen zijn betrokken (Nariman, 1993, in: Bouman, 1999). Ten eerste is dat het positieve rolmodel. Daarmee wordt degene bedoeld die het eens is met de sociale verandering. Ten tweede is dat het negatieve rolmodel. Die persoon gaat tegen de sociale verandering in. Ten derde is dat het overgangsrolmodel. Dat model schuift tijdens het dilemma op van het negatieve rolmodel naar het positieve rolmodel. Van alle drie de hoofdpersonen wordt duidelijk waarom ze die rol in hun leven hebben aangenomen. Zowel het positieve als het negatieve rolmodel verdedigt zijn standpunt en valt die van de ander aan, ten overstaande van het overgangsrolmodel. Uiteindelijk wordt het positieve gedrag beloond en het

negatieve gestraft. Langzamerhand begint het overgangsmodel te veranderen en wordt het positieve gedrag overgenomen. Daar wordt hij dan ook voor beloond. Het publiek moet zich met alle drie de modellen kunnen identificeren om de beloning van het positieve gedrag in zich op te kunnen nemen.

2.4. Samenvatting

Dit hoofdstuk ging dieper in op de theorie achter het medium televisie en de theorie over het genre soapserie. Daarmee werd de deelvraag die hoorde bij dit hoofdstuk beantwoord: waarom is een soapserie een goede drager voor Entertainment-Education? Duidelijk is dat televisie een verhalend medium is. Dat betekent dat televisie de mogelijkheid heeft om een verhaal te vertellen. Dat verhaal kan worden verteld met behulp van een hoop televisiegenres. Het genre dat in dit onderzoek centraal stond is de soapserie. In hoofdstuk twee werd duidelijk dat soapseries zich goed lenen voor het vertellen van het verhaal. In soaps worden namelijk een wereld en personages gecreëerd die overeenkomsten vertonen met die van de kijker. De personages maken van alles mee en de kijker kan zich hiermee identificeren. Deze identificatie komt voort uit het *emotioneel realisme* (Ang, 1982). Deze theorie stelt dat niet direct de geschapen leefwereld van de personages overeenkomt met de leefwereld van de kijker, maar de emoties die de soappersonages beleven is herkenbaar voor de kijkers. De herkenbaarheid hiervan is wat soapseries zo aantrekkelijk maakt voor de kijkers.

Door die identificatie met personages kunnen fictieve personages een voorbeeldfunctie hebben. Dat is waar de 'Social Learning Theory' van Albert Bandura (1977) vanuit gaat. Deze theorie stelt dat mensen kunnen leren door het observeren van andere personen en dat kunnen ook personages in soapseries zijn. Wanneer er educatie in soapseries wordt verwerkt zijn het dus de personages die het goede voorbeeld moeten geven om de kijker iets te leren. Op basis van de theorie van Albert Bandura heeft Miguel Sabido (Nariman, 1993, in: Bouman, 1999) het idee van rolmodellen verwerkt in zijn ontwikkeling van E&E in soapseries. Het idee van rolmodellen houdt in dat er drie soorten zijn. Ten eerste het positieve rolmodel, ten tweede het negatieve rolmodel en ten derde het overgangsrolmodel. Door deze verdeling ziet de kijker dat positief gedrag wordt beloond en het negatieve gestraft. Tijdens het verhaal begint het overgangsmodel langzamerhand te veranderen en gaat het positieve gedrag overnemen. De kijker leert ervan door naar dit proces te kijken. Het publiek moet zich met alle drie de modellen kunnen identificeren om de beloning van het positieve gedrag in zich op te kunnen nemen.

Nadat de mogelijkheden die televisie en het genre soapserie bieden voor educatieve momenten duidelijk zijn gemaakt in hoofdstuk twee, wordt in het volgende hoofdstuk verder ingegaan op theorieën achter E&E. Er wordt gekeken naar de geschiedenis van E&E, de werking, de voordelen en het nut van Entertainment-Education.

3. ENTERTAINMENT-EDUCATION

Het vorige hoofdstuk ging dieper in op de theorie achter het medium televisie en de theorie over het genre soapseries. Daarbij werd gekeken naar de functie van de televisie als verhalenverteller, het realisme van televisie en hoe het komt dat kijkers zich identificeren met de personages die ze zien in soapseries. Deze identificatie is belangrijk want daardoor leren kijkers van wat ze zien in deze series. Dit hoofdstuk gaat dieper in op de werking van E&E ten behoeve van sociale verandering. Als eerste wordt een overzicht gegeven van de geschiedenis. Daarna wordt uitgelegd wat E&E precies inhoudt. Later in het hoofdstuk wordt uitgelegd hoe Bouman (1999) een E&E samenwerking ziet. Het hoofdstuk wordt afgesloten met de voordelen en het nut van E&E. In dit hoofdstuk wordt antwoord gegeven op de deelvraag: *Wat omvat het begrip Entertainment-Education?*

3.1. Geschiedenis

In dit hoofdstuk wordt het onderwerp van het onderzoek uitgelegd: Entertainment-Education (E&E). Als eerst komt het ontstaan van de mogelijkheid om met soapseries educatie over te brengen aan de orde. Vervolgens wordt dieper ingegaan op de betekenis van het begrip en daarna de theorie over een E&E samenwerking.

Zoals in paragraaf 2.2. al duidelijk is gemaakt, zijn voor de langste periode in onze geschiedenis verhalen alleen persoonlijk overgedragen. Een samenleving bestond uit de rituelen, mythes en verbeeldingen die men samen in stand hield. Zoals duidelijk werd in paragraaf 2.2. is dat onderdeel van een cultuur. Al deze nuttige informatie van een bepaalde cultuur werd ingekapseld in 'legendes, sprookjes, ceremonies en spreuken' (Gerbner, 1998: 75). Het idee van educatie overbrengen via een medium met behulp van een verhaal is dus al zo oud als de geschiedenis zelf. Dat is bijvoorbeeld te zien aan de verhalen van de Griekse Mythologie waarin educatieve boodschappen zitten verpakt. Maar ook aan de minstrelen en de troubadours die in de middeleeuwen hun boodschappen verkondigden aan het publiek met behulp van verhalen. Maar, in de geschiedenis is de E&E strategie wel verschoven van een mondelinge naar een audiovisuele strategie (Bouman, 1999). Dit werd ook in paragraaf 2.2. besproken.

Eén van de eerste voorbeelden waarbij E&E in een soapserie wordt gebruikt was de Britse radio soapserie *The Archers* uit 1951. In deze serie werden boereninnovaties gepromoot door de Britse overheid (Fraser, 1987; Singhal & Brown, 1997, in: Bouman, 1999). Eén van de eerst televisieprogramma's die bewust zijn ontworpen met het idee om er educatie in te verwerken, is het Amerikaanse kindertelevisieprogramma *Sesamstraat*. Het programma werd voor het eerst uitgezonden in 1969. *Sesamstraat* is ontworpen met de gedachten dat het prosociale veranderingen teweeg moest brengen. Het had de intentie om jonge kinderen met

diverse sociale achtergronden die nog niet naar school gingen, te leren over zaken als het alfabet en cijfers. Later wilden de makers van het kinderprogramma nog meer lessen meegeven. Zo werd onder meer 'racial harmony' gepromoot. Sesamstraat heeft bewezen dat het verwerken van educatie in televisieprogramma's een enorme invloed en effect kan hebben (Giles, 2003). De al eerder genoemde Miguel Sabido, schrijver, producer en regisseur van televisieprogramma's in Mexico heeft een enorme bijdrage geleverd met het ontwikkelen van een formule voor de E&E strategie. Hij was de eerste die soapseries op de televisie ontwikkelde die prosociale verandering teweeg moesten brengen. Tussen 1975 en 1981 heeft hij zes van die televisie soapseries ontwikkeld. Hierin werden onderwerpen aangehaald als analfabetisme, familieplanning, gelijkheid voor vrouwen, seksuele educatie en verantwoordelijk ouderschap (Bouman, 1999).

In Nederland zijn er in het verleden weinig soapseries ontwikkeld die puur het doel hadden om een educatieve boodschap over te brengen. Eén van de voorbeelden waarin wel educatie is verwerkt, is de serie *Costa!*. Na het zien van de film *Costa!* in 2001 stoorde de Stichting SOA Bestrijding zich zo erg aan de afwezigheid van een boodschap van veilig vrijen, dat ze zich genoodzaakt voelde om hier iets aan te doen bij de start van de serie. Het speelde zich af in Salou, Spanje tegen de achtergrond van feesten, liefde en seks. De serie was bij jongeren erg populair. Door te participeren in de serie wilde Stichting SOA Bestrijding jongeren normen en waarden over veilig vrijen bijbrengen. De bedoeling was dat er af en toe een condoom in het beeldscherm verscheen en dat er in dialogen aandacht werd besteed aan veilige seks. Het heeft de stichting 22.500 euro gekost (Bouman, 2004). Hierdoor had zij wel een aandeel, maar ondanks dat kreeg de stichting bijna geen zeggenschap over het script. De macht lag vooral bij de scriptschrijvers. Daarom waren de twee partijen geen gelijkwaardige partners (Bouman, 1998). Dit was wel het geval de ontwikkeling van het script van *Medisch Centrum West*, waar de Nederlandse Hartstichting aan het begin stond van de ontwikkeling van de serie. Datzelfde deed deze stichting ook met de serie *Villa Borghese*. Deze serie werd begin jaren negentig van de twintigste eeuw in Nederland uitgezonden (Bouman, 1998). Een voorbeeld uit de Verenigde Staten waarbij educatie werd verwerkt in een langlopende serie is de samenwerking tussen *The Bold and the Beautiful* en een hiv informatielijn. Op 3 augustus 2001 raakt het personage Tony hiv besmet. In de scènes die daarover gaan komt meerdere keren naar voren dat hij en zijn familie en vrienden kunnen bellen naar een bepaald nummer voor meer informatie over de ziekte. Na de uitzending werd dit nummer vaker gebeld dan normaal. Dit voorbeeld toont, volgens de auteur van het hoofdstuk, aan dat het zoeken naar bepaalde informatie kan worden gestimuleerd doordat een gezondheidsboodschap wordt ingebracht in een verhaallijn van een al bestaande serie (Beck, 2003).

3.2. Omschrijving Entertainment-Education

Om de term Entertainment-Education beter te begrijpen is het van belang dat er een definitie wordt bepaald. In deze paragraaf worden twee definities naast elkaar gelegd. Daarop wordt een definitie bepaald die de leidraad vormt voor dit onderzoek.

3.2.1. Definitie

In de dissertatie van Bouman (1999) omschrijft de onderzoekster Entertainment-Education als volgt:

‘Entertainment-Education is de doelbewuste ontwikkeling en implementatie van een mediërende communicatievorm die in staat is om mensen te amuseren zowel als voor te lichten, om daarmee verschillende stadia van prosociale gedragsverandering te bevorderen en mogelijk te maken’ (Bouman, 2002: 242).

Daarnaast voegt Singhal in zijn beschrijving van E&E er nog het volgende aan toe:

‘E&E kan invloed hebben op het bewustzijn, houding en gedrag van het publiek ten overstaande van sociale kwesties en kan zorgen voor verschuivingen van sociale waarden’ (Singhal, 2002).

Op basis van de definitie van Bouman (2002) en de aanvulling van Singhal (2002) wordt één definitie gevormd die de leidraad vormt voor dit onderzoek.

Entertainment-Education is het doelbewust ontwikkelen en uitvoeren van een mediërende communicatievorm die mensen kan vermaken en voorlichten. E&E kan door die combinatie van vermaak en voorlichting invloed hebben op het bewustzijn, de houding en het gedrag van het publiek ten aanzien van sociale kwesties, zorgen voor verschuivingen van sociale waarden en het kan prosociale gedragsverandering bevorderen en mogelijk maken.

Deze combinatie van definities die bovenstaande definitie heeft gevormd wordt als betekenis van E&E aangehouden in dit onderzoek. De strategie van E&E kan worden toegepast in verschillende televisieprogramma's maar in dit onderzoek staan soapseries centraal. Met prosociale gedragsverandering wordt verandering in het gedrag bedoeld dat gelijk staat aan de morele waarden in een cultuur. Dat kan bijvoorbeeld zijn: niet stelen, niet doden of netjes je huiswerk

maken. Het betekent ook het gebruik van voorbehoedsmiddelen en het omgaan met een ziekte als hiv/aids.

3.2.2. Samenwerkingstypes Entertainment-Education

Zoals al eerder is benoemd, komt een E&E productie voort uit een samenwerking van twee verschillende instanties. Dit kan de overheid zijn met een omroep, maar dit kan ook een stichting zijn met televisiemakers. Voorbeeld van dat laatste is wanneer het Soa Aids Nederland samenwerkt met de makers van *GTST*. Belangrijk in dit onderzoek is hoe en wie volgens Bouman (1999) de E&E bevordert. Dit zegt immers veel over de rol en het aandeel van beide partijen in de samenwerking. Daarnaast kan het later worden vergeleken met de bevindingen van dit onderzoek. Hiervoor is het noodzakelijk om de theorie die hierover bestaat te hebben geraadpleegd. Bouman (1999) onderscheidt vier soorten types van een E&E samenwerking.

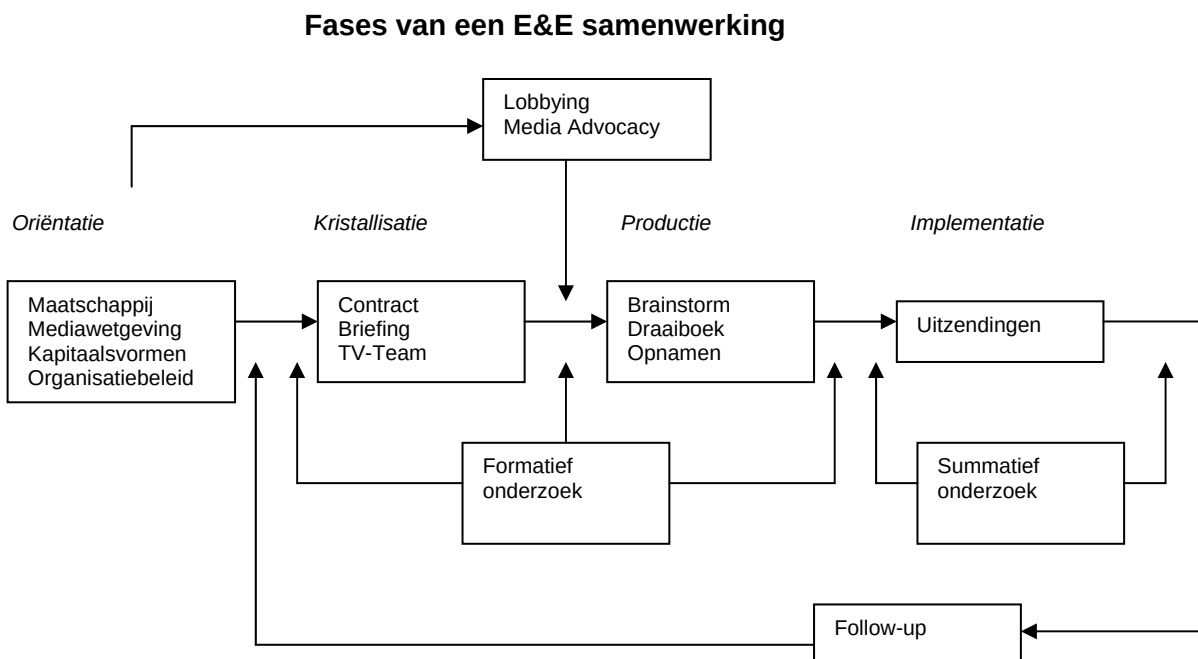
De eerste is E&E production. Dit is het initiatief van een belangenorganisatie om een entertainment programma te ontwerpen en te produceren met als doel sociale veranderingen teweeg te brengen en het programma te verkopen aan een omroep. In deze samenwerking neemt een belangenorganisatie televisiemensen aan om een specifiek programma te ontwikkelen. De tweede soort is E&E coproduction. Hierbij werkt een belangenorganisatie en een omroep gezamenlijk aan ontwerp, productie en een uitzending van een nieuw entertainmentprogramma dat sociale veranderingen teweeg wil brengen. De derde is E&E inscript participation. Dit is een overeenkomst tussen een belangenorganisatie en een omroeporganisatie waarbij een al bestaand programma gebruikt wordt om als drager te dienen voor sociale veranderingen. De vierde is E&E lobbying. Hierbij lobbyt een organisatie met als doel dat een programma meer aandacht besteedt aan de kwestie die voor hen belangrijk is (Bouman, 2002).

Zowel de eerste als de tweede samenwerking zullen voor dit onderzoek waarschijnlijk niet relevant zijn. Het gaat hierbij immers om de ontwikkeling van een geheel nieuw programma en in dit onderzoek wordt gekeken naar hoe E&E wordt gebruikt in een al bestaande soapserie. Dat betekent dat de laatste twee wijze van samenwerkingen belangrijk zullen zijn in dit onderzoek.

3.2.3. Fases van een Entertainment-Education samenwerking

Naast de vier types van E&E samenwerkingen, is er ook sprake van een wijze waarop E&E samenwerkingen plaatsvinden. Nadat Bouman (1999) dit onderzocht kwam ze tot figuur 1: Fases van E&E samenwerking (Bouman, 1999: 152). Hierin is een combinatie te zien van de samenwerkingstypes en fases van een samenwerking die zij onderscheidt. Figuur 1 is een belangrijke leidraad in dit onderzoek omdat later de bevindingen van dit onderzoek worden afgezet tegen deze figuur van Bouman (1999). Daarmee wordt bekeken of de theorie van

Bouman overeenkomt met de huidige praktijk van een Nederlandse E&E samenwerking in de soapseries *ONM* en *GTST*.



Figuur I. Fases van E&E samenwerking
(Bouman, 1999: 152)

Een E&E samenwerking bestaat volgens Bouman (1999) uit vier fases. De eerste stap is de oriëntatie. In deze fase wordt gekeken naar de mogelijkheid van een samenwerking. Zo wordt er gekeken of het kan worden gefinancierd, hoe de organisatie eruit moet zien. Ook wordt er gekeken naar maatschappelijke ontwikkelingen en wat de mediawet wel en niet toelaat als het gaat om zulke samenwerkingsprocessen. De tweede fase is kristallisatie. Hierin wordt de uitwerking uiteen gezet. Zo wordt er onder meer een team opgesteld met mensen die verantwoordelijk zijn voor het uiteindelijke resultaat, en er wordt een contract opgesteld. De derde fase is het produceren. Hierin wordt bepaald hoe het onderwerp in de serie komt. Het script wordt geschreven en de serie of scènes worden opgenomen. De vierde fase is implementatie. In deze fase wordt de serie of het gedeelte van de serie uitgezonden. Belangrijk hierbij is dat er wordt afgesproken of er misschien vaker een samenwerking kan plaatsvinden en er wordt besproken hoe de reacties zijn van de kijkers. Te zien in figuur I is ook dat er tussendoor regelmatig onderzoek wordt gedaan naar de huidige stand van zaken om te bepalen of beide partijen nog steeds op hetzelfde spoor zitten (Bouman, 1999).

Deze vier fases gelden voor drie van de vier type samenwerkingen. De fases komen niet voor bij E&E lobbying aangezien daar nauwelijks sprake is van een samenwerking (Bouman, 1999). Daarbij gaat het immers alleen om het idee dat medewerkers van belangenorganisaties

graag hun onderwerp in een programma willen hebben. Alle macht ligt bij de televisieprofessionals om hier op in te gaan. Er wordt geen contract opgesteld of afspraken gemaakt over hoe het onderwerp verwerkt wordt het programma.

De televisieprofessionals zijn vooral verantwoordelijk voor het onderdeel productie en de implementatie. De verantwoordelijkheid van de belangenorganisatie begint bij het onderdeel lobbyen en werkt samen met de televisieprofessionals in de onderdelen oriëntatie en de kristallisatie. Hoe groot hun invloed is op de productie en de implementatie hangt af van het type samenwerking. Deze komt voort uit de afspraken die belangenorganisaties en televisieprofessionals maken over hun samenwerking (Bouman, 1999).

3.2.4. Eigenschappen van de samenwerking

In het onderzoek van Bouman (1999) beschrijft zij niet alleen hoe een samenwerking tussen voorlichtingsorganisaties en televisieprofessionals werkt. Ze beschrijft ook welke knelpunten de partijen tegenkwamen in het proces. Tijdens dit onderzoek zal ook worden onderzocht waar de knelpunten in de samenwerking liggen. Om in de conclusie de bevindingen van dit onderzoek af te kunnen zetten tegen de bevindingen van Bouman (1999) worden de resultaten van haar onderzoek hieronder beschreven.

Volgens Bouman (1999) blijkt de samenwerking tussen de televisieprofessionals en de gezondheidsorganisatie¹ in de praktijk vaak niet gelijkwaardig te zijn. Meerdere malen slaagden de televisieprofessionals erin om de macht naar hen toe te trekken. Dat kwam onder meer omdat de gezondheidsvoorlichters het gevoel hadden dat ze werden overspoeld door alle eisen die de televisieprofessionals stelden. De gezondheidsorganisaties hadden geen ervaring met de creatieve processen van de televisiewereld en zij waren onzeker over het resultaat. Volgens Bouman (1999) vergeleken gezondheidsorganisaties de samenwerking tijdens deze onzekerheid met 'een voetbalwedstrijd waarbij zij nauwelijks aan de bal kwamen' (Bouman, 1999: 233). Voorlichtingsorganisaties zetten verschillende zaken in bij een samenwerkingsproces. Ten eerste is dat kapitaal. Zij nemen volgens Bouman (1999) vaak de meerderheid van de kosten van de productie van het programma voor hun rekening. Dat geeft hen het gevoel een sterke positie in de samenwerking te hebben. Behalve geld leveren zij ook input in de vorm van woordvoerders, programma-inhoud, interessante opnamelocaties en informatie over het onderwerp. Doordat de organisaties zoveel input leveren in het geheel hebben ze het idee dat ze een groot overwicht hebben in de samenwerking. Dat bleek, zoals hierboven al duidelijk werd, in de praktijk anders te zijn. Televisieprofessionals nemen niet de 'klantgerichte houding' aan die de organisaties verwachten. Daarnaast vinden de voorlichters dat het ontwikkelen van E&E veel meer werk is

1 Bouman (1999) heeft het in haar onderzoek over gezondheidsorganisaties. Dat is omdat zij alleen de samenwerking tussen gezondheidsorganisaties en televisieprofessionals heeft onderzocht.

dan ze hadden verwacht. Televisieprofessionals verwachten op hun beurt een hele 'dienstbare houding' van de voorlichters: zij moeten zorgen voor de informatie en het creatieve proces behoorde toe aan de televisieprofessionals. Het delen van dit creatieve proces is voor de televisieprofessionals iets vreemds en dat doen ze liever ook niet. Zo vinden televisieprofessionals dat alleen zij verantwoordelijkheid hebben voor het creatieve deel van de samenwerking en dat voorlichters zich daarmee niet moeten bemoeien. Dat zien voorlichters anders en dat botste.

Het initiatief voor een samenwerking komt volgens Bouman vaak van de televisieprofessionals. Veelal omdat er daarmee meer geld kan worden verdiend voor het televisieprogramma. Daardoor is het voor de voorlichters geen bewuste keus om mee te doen, maar komt het meer omdat ze een keer iets nieuws willen proberen in plaats van de gebruikelijke communicatie zoals reclamecampagnes. Dat draagt ook bij aan het idee dat voorlichters zich vaak erg in het diepe gegoooid voelen.

Een ander kenmerk van de samenwerking waren de verschillen in werkcultuur –en stijl. Zo waren medewerkers van voorlichtingsorganisaties niet gewend aan de snelle werkwijze van de televisieprofessionals. De voorlichters ervoeren de dynamiek en de creativiteit van het maken van televisie aan de andere kant wel als positief. Ze vonden het ergens ook wel spannend om samen te werken met het televisiewereldje. Daarnaast voelden ze zich nodig omdat zij de informatie leverden. Maar ze konden zich niet voorstellen ooit te werken in die snelle wereld. De televisieprofessionals konden op hun beurt niet wennen aan het langzamere werktempo bij de voorlichtingsorganisaties. Ook op persoonlijk vlak klikte het niet altijd tussen de partners. Zo konden de voorlichters niet wennen aan de ego's van de televisieprofessionals.

Om duidelijkheid te scheppen worden de hierboven beschreven kenmerken van Bouman (1999) puntsgewijs benoemd:

- Samenwerking tussen gezondheidsorganisaties en televisieprofessionals niet gelijkwaardig. Hoewel voorlichters de input leverden en er veel geld in staken trokken de televisieprofessionals vaak de macht naar zich toe, omdat alleen zij verantwoordelijk wilden zijn voor het creatieve proces.
- Voorlichters voelden zich in het diepe gegoooid, omdat het voor hen vaak een minder bewuste keus was om samen te werken dan voor de televisieprofessionals.
- Er waren grote verschillen in werkcultuur –en stijl tussen medewerkers van gezondheidsorganisaties en televisieprofessionals.

3.2.5. Voordelen van Entertainment-Education

Aan het gebruik van E&E zit een aantal voordelen vast. Zo biedt het een vernieuwende mogelijkheid voor belangenorganisaties om hun publiek te bereiken ten opzichte van meer gebruikte communicatievormen als reclamecampagnes. Daarnaast raakt het publiek meer betrokken bij de voorlichtingsboodschappen dan bij andere communicatievormen van voorlichting. Een ander voordeel van de E&E strategie is dat het beter mensen kan bereiken die niet behoren tot de 'lezerscultuur'. Deze drie voordelen worden hieronder in deze deelparagraaf uitgelegd.

Zoals is te zien in de geschiedenis van E&E is educatie in soapseries in Nederland nog weinig voorgekomen. Daarnaast is er relatief weinig onderzoek naar gedaan. Dat komt omdat belangenorganisaties in hun communicatie-uitingen vaker vasthouden aan de 'gewone' mogelijkheden om mensen te bereiken (Bouman, 1999). Daarmee wordt bijvoorbeeld een reclamecampagne bedoeld. Adam Kahane, schrijver van het boek *Solving Tough Problems* (2004) is van mening dat problemen meestal worden opgelost op de manier hoe het altijd het beste heeft gewerkt en nauwelijks naar nieuwe oplossingen wordt gezocht. Dat werkt volgens hem wel voor simpele en bekende problemen, maar voor ingewikkelde en onbekende sociale problemen werkt dat niet. Wanneer dat wel zo wordt gedaan raken die problemen vaak in een padstelling die niet meer zijn op te lossen. Om het simpel te zeggen: Kahane pleit ervoor nieuwe manieren te zoeken om problemen op te lossen (Kahane, 2004, in: Singhal, 2006). Aangezien E&E een relatief nieuwe manier is om mensen te bereiken, behoort het tot een nieuwe manier om een probleem op te lossen.

Aandacht krijgen en het behouden van mensen is vaak moeilijk voor belangenorganisaties. Boodschappen over bijvoorbeeld gezondheid worden vaak niet opgemerkt omdat het publiek er geen aandacht aan besteedt. Dat komt meestal omdat deze communicatie niet een, voor de kijker, direct probleem behandelt. Daardoor hebben ze meestal geen interesse in deze communicatie-uitingen. Daarom, ze zegt Bouman, is het beter als het publiek wordt betrokken bij de boodschappen (Bouman, 1999). Eén van de voordelen van E&E is dat het een mogelijkheid biedt om de kijker betrokken te laten raken. Dat doen televisieprofessionals met behulp van personages. Hierdoor wordt de educatieve boodschap sneller gezien door het publiek dan bij andere vormen van communicatie.

Een ander voordeel van de E&E strategie is dat het beter mensen kan bereiken die niet behoren tot de 'lezerscultuur'. Daarmee bedoelt Bouman mensen die (bijna) nooit lezen omdat ze dat niet willen of niet kunnen. Daarom wordt er met E&E minder gebruik gemaakt van printmedia en meer van televisie. Verder is E&E televisie gebaseerd op populaire cultuur. Daardoor herkennen meer mensen zich in de boodschappen en voelt een grotere groep zich hiertoe aangetrokken. Volgens Bouman (2004) is E&E televisie meer gebaseerd op personen dan op

objecten en dingen. Daarmee bedoelt ze dat E&E meer ingaat op de gevoelens en gedachten van mensen wanneer ze in een bepaalde situatie verkeren en de kijker aan de hand van dat voorbeeld kan wijzen hoe het beste met die situatie kan worden omgegaan. Dit stimuleert gesprekken met familie en vrienden (Bouman, 2004). Hierdoor praten mensen over wat ze hebben gezien met anderen en komt het nieuwe gedrag wat ze hebben gezien in de soapserie in hun eigen leven terecht. Dit komt volgens Bandura omdat kijkers het nieuwe gedrag, wat ze op televisie zien, alleen ten uitvoer durven te brengen wanneer de kijkers het idee hebben dat het zal worden geaccepteerd in de gemeenschap waarzin ze leven (Bandura, 1997, in: Singhal, 2002). Nieuw gedrag aanleren is slechts de eerste stap. Het publiek heeft hierover altijd twijfels en angsten en die moeten worden overwonnen voordat ze het aangeleerde gedrag zullen uitvoeren in hun eigen omgeving (Freire, 1970, in: Singhal, 2002). Wanneer mensen in hun eigen omgeving met anderen praten over het nieuwe aangeleerde gedrag, voorkomt dit onwennigheid hierover en zorgt het ervoor dat ze het gezamenlijk uitvoeren (Papa et al., 1995, in: Papa et al. 2000; Singhal, 2002). Ze voelen zich daardoor namelijk gesteund door het collectief en schamen zich minder snel om het nieuwe gedrag in de praktijk te brengen. Dit komt overeen met de 'Theorie van de Zwijgspiraal' van Noëlle-Neumann (1977, in: Boer, & Brennecke, 2003). Deze theorie stelt dat mensen altijd bang zijn voor sociale buitensluiting en pas hun mening verkondigen wanneer ze zeker zijn dat dit geen buitensluiting veroorzaakt.

3.2.6. Het nut van Entertainment-Education

Naast dat E&E een hoop voordelen heeft is het gebruik ervan, volgens de wetenschappers Singhal en Rogers (1999), ook nuttig om meerdere redenen. Daarom moeten nationale politici, mediamensen en internationale donorinstanties in zowel ontwikkelde landen als ontwikkelingslanden volgens Singhal en Rogers (1999) meer doen aan E&E met als doel om sociale verandering teweeg te kunnen brengen. Daar hebben de wetenschappers drie redenen voor. Die worden hieronder beschreven.

Ten eerste krijgt de wereld steeds meer te maken met ontwikkelingsproblemen zoals etnische problemen, armoede, milieuproblemen, ziektes en geboortes van kinderen waar niet voor kan worden gezorgd. Mogelijkheden om hier iets aan te kunnen doen zijn schaars. Mediastrategieën kunnen een bijdrage leveren aan het oplossen van zulke problemen. Vooral massamedia dragen hier erg aan bij omdat het grote groepen mensen kan bereiken.

Ten tweede zijn er door nieuwe communicatietechnieken en economische vooruitgang steeds meer mogelijkheden om wereldwijd een steeds groter publiek te bereiken. Vroeger waren arme mensen moeilijk te bereiken, tegenwoordig zijn ook zij steeds meer te bereiken via massa media tegen relatief lage kosten (Singhal & Rogers, 1999). Aangezien bijna iedereen in Nederland een televisie heeft, is ook hier via vermaak op televisie een zeer groot deel van de bevolking te bereiken.

Ten derde wordt vermaak op televisie volgens Singhal en Rogers (1999), onterecht afgeschilderd als een genre waar niet over is nagedacht. Een voorbeeld daarvan is het vele commentaar op soapseries. Onderzoek onder televisiekijkers zou hebben uitgewezen dat berichten via vermaak reacties van kijkers op kan wekken, kan zorgen voor publieke discussies en dat er wordt gesproken over sociale kwesties. Daarnaast kan het ervoor zorgen dat kijkers nieuwe manieren van handelen gaan overwegen (Piotrow, Kincaid, Rimon II, & Rinehart, 1997, Haphet & Goldstein, 1997; Singhal & Brown, 1996; Valente & Saba, 1998, in: Singhal, 2002). Ander onderzoek wijst ook uit dat kijkers liever worden vermaakt door televisie die sociaal verantwoord is en waar iets van kan worden geleerd, als dat maar aanwezig was (Singhal, 2002). Dat laat zien dat E&E goed werkt en ook nog wordt geaccepteerd en gewaardeerd door het publiek.

3.3. Samenvatting

Dit hoofdstuk ging dieper in op de werking van E&E ten behoeve van sociale verandering. Daarmee werd de volgende deelvraag beantwoord: *wat omvat het begrip Entertainment-Education?* Als eerste werd een overzicht gegeven van de geschiedenis. Daarin werd onder meer duidelijk dat er in het verleden goede en slechte ervaringen zijn geweest met E&E. Daarna werd uitgelegd wat E&E precies inhoudt. Hierbij werd een definitie vastgesteld die leidend is voor dit onderzoek. Daarna werden de vier samenwerkingstypes van Bouman (1999) uitgelegd. De types zijn: E&E production, E&E coproduction, E&E inscript participation en E&E lobbying. Vervolgens kwamen de vier fases van een E&E samenwerking die door Bouman (1999) zijn ontwikkeld aan bod, dit zijn: oriëntatie, kristallisatie, productie en implementatie. In het hoofdstuk werd vervolgens ingegaan op de eigenschappen van een E&E samenwerking die Bouman (1999) ondervond in haar onderzoek. Ten eerste is de samenwerking tussen gezondheidsorganisaties en televisieprofessionals niet gelijkwaardig. Ten tweede voelden voorlichters zich vaak in het diepe gegooid omdat het voor hen vaak een minder bewuste keus was om samen te werken dan voor de televisieprofessionals. Ten derde waren er grote verschillen in werkcultuur –en stijl tussen medewerkers van gezondheidsorganisaties en televisieprofessionals.

Aan het gebruik van E&E zit een aantal voordelen vast. Zo biedt het een vernieuwende mogelijkheid voor belangenorganisaties om hun publiek te bereiken ten opzichte van meer gebruikte communicatievormen als reclamecampagnes (Kahane, 2004, in: Singhal, 2006). Daarnaast raakt het publiek meer betrokken bij de voorlichtingsboodschappen dan bij andere communicatievormen van voorlichting (Bouman, 1999). Een ander voordeel van de E&E strategie is dat het beter mensen kan bereiken die niet behoren tot de 'lezerscultuur' (Bouman, 1999).

Als laatste kwam het nut van E&E aan bod. Ten eerste kunnen mediastrategieën, zoals E&E, een bijdrage leveren aan het oplossen van de grote problemen in de wereld. Ten tweede zijn er door nieuwe communicatietechnieken en economische vooruitgang steeds meer

mogelijkheden om wereldwijd een steeds groter publiek te bereiken. Ten derde zou vermaak op televisie volgens Singhal en Rogers (1999), reacties van kijkers kunnen opwekken, dat kan zorgen voor publieke discussies en dat zorgt ervoor dat er wordt gesproken over sociale kwesties (Singhal en Rogers, 1999).

Nadat er in dit hoofdstuk inzicht is verkregen in de mogelijkheden van E&E, wordt er in het volgende hoofdstuk geanalyseerd hoe educatie in de praktijk voorkomt. Aan de hand van vier verhaallijnen uit de Nederlandse soapseries *GTST* en *ONM* wordt gekeken naar de wijze waarop educatieve momenten worden verwerkt in deze twee series.

4. ANALYSE SOAPSERIES

Het vorige hoofdstuk beschreef de werking van E&E. Daarbij werden de fases van een E&E samenwerking en de type samenwerkingen van Bouman (1999) uitgelegd. Ook kwamen de voordelen en het nut van E&E aan bod.

In dit hoofdstuk wordt onderzocht op welke manier verhaallijnen met educatieve waarde voorkomen in de series *GTST* en *ONM*. Dit onderzoek wordt gedaan aan de hand van een inhoudsanalyse van een viertal verhaallijnen. De resultaten van deze inhoudsanalyse worden in dit hoofdstuk weergegeven. De onderzochte verhaallijnen zijn gekozen op basis van de interviews die zijn afgenomen met televisieprofessionals en medewerkers van belangenorganisaties. De resultaten van de interviews komen pas in hoofdstuk vijf aan bod. Om de leesbaarheid van dit onderzoek te verhogen is ervoor gekozen om eerst de resultaten van de inhoudsanalyse weer te geven en vervolgens de resultaten van de interviews. De lezer zal immers beter inzicht hebben in de praktische uitvoering van educatie in soapseries doordat de lezer de resultaten van de inhoudsanalyse kent. Deze kennis is belangrijk voor de leesbaarheid van hoofdstuk vijf.

In dit hoofdstuk worden eerst de soapseries *GTST* en *ONM* geïntroduceerd. Vervolgens wordt duidelijk gemaakt hoe de inhoudsanalyse zal verlopen en welke methoden worden gebruikt. Vervolgens wordt duidelijk welke verhaallijnen worden geanalyseerd. Als laatst worden de resultaten van de analyses uiteen gezet. Met behulp van de resultaten van deze analyses moet antwoord worden gegeven op de volgende deelvraag van dit onderzoek: *Op welke manier komt educatie voor in soapseries?*

4.1. Het Nederlandse soaplandschap

In deze paragraaf wordt kort ingegaan op de twee soapseries die centraal staan in het onderzoek, *GTST* en *ONM*. Het doel hiervan is om meer kennis en idee te hebben over de inhoud van de soapserie.

4.1.1. Goede tijden, Slechte tijden (GTST)

Goede tijden, Slechte tijden is de oudste en langstlopende soapserie op de Nederlandse televisie. Eind jaren tachtig van de twintigste eeuw werd de Nederlandse soapserie geschreven op basis van de Australische soapserie *The Restless Years*. Dit gebeurde in opdracht van Joop van den Ende. Op 1 oktober 1990 was de eerste uitzending van *GTST* te zien op RTL4. Vijftien jaar later wordt *GTST* nog steeds vijf avonden in de week om 20:00 uur uitgezonden op RTL4. Er kijken elke avond ongeveer anderhalf miljoen kijkers naar en dat maakt *GTST* de populairste soapserie van ons land. Het verhaal speelt zich af in het fictieve Meerdijk. Hierin staan de huizen

waar de personages leven, de cafés en restaurants waar ze uitgaan en de plekken waar ze naar school gaan en werken. De familie Alberts, Fischer en Sanders vormen de spil van de serie. De personages in *GTST* maken van alles mee: moorden, drugsgebruik, ernstige ziektes, buitenechte relaties, ontvoeringen, geheugenverlies, verslavingen en ga zo maar door. Bekende namen in de serie van dit moment zijn: Anita, Nick, Janine, Dennis, Morris, Dian, Laura, Ludo, Charlie en Jef (Endemol, 30 januari 2008).

4.1.2. Onderweg Naar Morgen (ONM)

Op maandag 3 januari 1994 werd *ONM* voor het eerst uitgezonden op de Tros bij Nederland 2. De serie is gebaseerd op de serie *Ryan's Hope* uit de Verenigde Staten. Nadat *ONM* was te zien op de zenders Veronica en later op Yorin is het weer terug bij BNN op Nederland 2. De belangrijkste locatie in de serie is het ziekenhuis AZB. Daarnaast zijn Dok en het Pakhuis belangrijke plaatsen. Het eerst genoemde is een restaurant, het tweede is het huis waar meerdere personages wonen.

In augustus 2005 is er een hoop veranderd in de inhoud van de serie. Het doel was dat het jongeren meer moest aanspreken. Zo moest de verhaallijn spannender worden, de leader is veranderd en Amsterdam is de plaats waar de serie zich afspeelt. Daarnaast komen de thema's meer overeen met dingen die jongeren interessant vinden en meemaken in hun eigen leven. Zo is er een keer een verhaallijn geweest over een loverboy, verliefdheid via internet, drugsverslaving en ga zo maar door. Belangrijke personages in de serie zijn: Junior, Esmee, Joost, Sanne, Sam en Youssef (Endemol, 30 januari 2008).

4.2. Onderzoeksmethode

In deze deelparagraaf wordt de onderzoeksmethode uitgelegd. Aangezien het onderzoek naar educatie in soapseries kwalitatief zal zijn, wordt eerst uitgelegd wat dit inhoudt. Vervolgens wordt inzicht gegeven in de methode van analyse. De analyses van de verhaallijnen worden gedaan aan de hand van een waarnemingsinstrument. Het instrument dat zal worden gebruikt vormt een combinatie van twee, al bestaande onderzoeksmethoden: het onderzoek naar Yes-lezeressen van Annette van der Mooren (2001) en het WOW-analyseschema die Addy Weijers en Fred Wester (2006) gebruikten in hun onderzoek naar de inhoud van Sitcoms. Daarnaast wordt er onderzoek gedaan naar personages in de verhaallijnen aan de hand van de theorie van Sabido (Bouman, 1999).

4.2.1. Kwalitatief onderzoek

Het onderzoek naar educatie in soapseries zal kwalitatief zijn. Fred Wester omschrijft in zijn boek *Kwalitatieve Analyse* (2004) kwalitatief onderzoek als volgt:

'Kwalitatief geeft het soortgelijke aan, de eigenschappen die relevant zijn: bij kwalitatief onderzoek gaat het om het opsporen en benoemen van relevante eigenschappen. Het gaat dus om formulerend onderzoek, waarbij het perspectief van de onderzoeker door de opgedane inzichten met nieuwe begrippen wordt verrijkt' (Wester, 2004: 11).

Bij een kwalitatief onderzoek houdt de onderzoeker zich dus bezig met eigenschappen van bepaalde onderwerpen. De uitkomst van kwalitatief onderzoek is dat de onderzoeker tot nieuwe inzichten komt en zo een bijdrage kan leveren aan de wetenschap. Kwalitatief onderzoek is vaak 'vager' dan kwantitatief onderzoek. Bij het laatste type onderzoek is het vaak een stuk duidelijker op welke manier een onderzoeksvraag moet worden beantwoord. Hierbij is een representatief onderzoek bijvoorbeeld te bereiken door middel van het afnemen van 150 enquêtes. Bij kwalitatief onderzoek heeft de onderzoeker veel vrijheid en creativiteit bij het opzetten van een onderzoek. Daarom kan kwalitatief onderzoek niet bestaan uit het volgen van een vooraf opgesteld 'protocol' (Wester, 2004). Het is aan de onderzoeker hoeveel interviews hij afneemt of analyses hij doet voordat hij besluit dat hij daarmee voldoende materiaal heeft om de hoofdvraag te beantwoorden.

4.2.2. Van der Mooren

Het meest belangrijke voorbeeld van een analyse is het onderzoek *Wat een meisje weten moet* van Annette van der Mooren (2001). In haar studie heeft ze onderzoek gedaan naar de rol die het tijdschrift *Yes* speelt in het leven van meisjes. Hiervoor is gekeken naar de inhoud van het populaire meisjesblad *Yes* en de 'wijze les' die het aan haar lezeressen wil meegeven. Van der Mooren geeft aan dat *Yes* bepaalde nastrevenswaardigheden benadrukt in het tijdschrift. Hiermee worden regels bedoeld die *Yes* stelt voor de meisjes die het blad lezen. Dit gaat bijvoorbeeld over seksualiteit: 'een meisje moet iets alleen doen als zij dat wil' (Van der Mooren, 2001: 106) en op het gebied van de relatie met je ouders: 'een meisje moet praten met haar moeder' (Van der Mooren, 2001: 114). Van die regels leren de meisjes die het blad lezen. Net als de kijkers die aan het denken worden gezet door de maatschappelijke onderwerpen die de schrijvers hebben ingebracht in de serie, ten bate van de kijkers. Daarom sluit het onderzoek van Van der Mooren goed bij dit onderzoek aan. Verschil tussen het onderzoek van Van der Mooren (2001) en dit onderzoek is dat in het eerste een tijdschrift centraal staat en in het tweede de televisie. Dit hoeft overigens geen probleem te zijn voor de uitvoering van het onderzoek. Het medium is immers niet bepalend voor het onderzoek aangezien het alleen om de inhoud gaat en niet om de weergave hiervan.

In haar onderzoek heeft Van der Mooren (2001) het Message System Analysis (MSA) van Gerbner (1976) aangepast op haar onderwerp. De Hongaar George Gerbner deed jaren onderzoek naar de invloed van geweld op de Amerikaanse samenleving (Boer & Brennecke,

2003). Volgens Gerbner (1976) vormt de inhoud van televisieprogramma's een eigen werkelijkheid. Een inhoudsanalyse kan inzicht geven in deze televisiewerkelijkheid. Overigens heeft Gerbner (1976) met zijn MSA-methode nooit de bedoeling gehad om één enkele uitzending of programmacategorie te onderzoeken (Boer & Brennecke, 2003). Aangezien deze methode wel hiervoor de mogelijkheid biedt en Van der Mooren met haar onderzoek bewijst dat het wel kan, wordt ook in dit onderzoek, indirect -via het onderzoek van Van der Mooren- gebruik gemaakt van de Message System Analysis.

Het onderzoek van Van der Mooren (2001) bestaat uit twee delen. Ten eerste een onderzoek naar de inhoud van het blad: de boodschapanalyse. Ten tweede een lezersonderzoek. Alleen het eerste is van belang omdat ook hier onderzoek wordt gedaan naar de inhoud. Van der Mooren heeft haar boodschappenanalyse ingedeeld in drie delen: de domeinanalyse, de argumentatieanalyse en de inhoudsanalyse. De inhoudsanalyse is ook weer opgedeeld. Eén van die delen is de verhaalanalyse, hierin worden fictieve verhalen bestudeerd. Hoewel het door de redactie van *Yes* verzonden verhalen zijn, komen ze het dichtst in de buurt van de leefwereld van de lezeressen. Het gaat immers altijd over mensen die zijn zoals de lezeressen of mensen die dagelijks in contact komen met deze meisjes. Daardoor dragen zij bij aan het beeld dat *Yes* weergeeft van de leefwereld van de meisjes. Deze analyse van fictieve verhalen, die zijn gebaseerd op de realiteit, zijn eigenlijk soapseries in schrift. De verhalen krijgen immers ook elke week een vervolg in het tijdschrift. Daarmee komt de verhaalanalyse het dichtste bij de analyse van de soapserie in dit onderzoek. In de verhaalanalyse gaat Van der Mooren diep in op de rol van de personages. Ondanks dat de nadruk er zeker niet op komt te liggen, moeten de personages niet worden vergeten in de analyse. Om haar onderzoek te kunnen doen heeft Van der Mooren vragen opgesteld die ze tijdens haar analyse heeft beantwoord. Niet alle vragen zijn voor dit onderzoek relevant. Daarom zijn in het waarnemingsinstrument van dit onderzoek, zie bijlage één, alleen een aantal kenmerken terug te vinden van het instrument van Van der Mooren. De volgende vragen van het onderzoek van Van der Mooren komen terug in het waarnemingsinstrument van dit onderzoek:

- Welk onderwerp kwam hier naar voren?
- Beschrijving van verhaallijn/scène waarin mogelijk educatie is verwerkt
- Welke personages zijn belangrijk in deze scène/verhaallijn?
- Welke doelen streven de personages na?
- Wat zijn de gedragskenmerken van de personages in de situatie waarin ze zich begeven?
- Probleem/keuzesituatie en de daarbij gegeven oplossing/gemaakte keuze die daarbij belangrijk was.

4.2.3. Narratieve analyse

In het onderzoek naar de inhoud van Sitcoms op televisie gebruikten Addy Weijers en Fred Wester een narratieve analyse (Wester & Weijers, 2006). Als methode van narratieve analyse maakten zij gebruik van het WOW-analyseschema dat is ontwikkeld door de onderzoeksgroep 'Televisiewerkelijkheid' van het NICOR. Dit onderzoek is geen narratieve analyse omdat het onderzoek dan te uitgebreid zal worden. Daarnaast is een narratieve analyse niet nodig om antwoord te geven op de vraag welke thema's en onderwerpen voorkomen in de serie. Ondanks dat, worden toch delen van de narratieve analyse gebruikt in de analyse en verwerkt in het waarnemingsinstrument. Niet relevante onderdelen van de narratieve analyse zijn daarbij weggelaten. Een heleboel punten die voor het onderzoek van Wester en Weijers (2006) belangrijk waren kunnen bij dit onderzoek worden geschrapt. Ten eerste is het uitgangspunt in hun narratieve analyse dat de televisie-uitzending wordt ingedeeld in scènes en verhaallijnen en vervolgens de teksten in de serie worden uitgewerkt. Aangezien dit onderzoek alleen ingaat op welke thema's en onderwerpen voorkomen in de serie is het indelen van scènes en verhaallijnen niet relevant. Dit onderzoek gaat immers om de onderwerpen die voorkomen in de series en niet om de letterlijke inhoud. Ten tweede komen de onderzoeksvragen over personages niet overeen met wat relevant is voor het doen van dit onderzoek. Wanneer deze twee punten geschrapt worden uit het stappenplan waaraan de analyse moet voldoen blijven er twee relevante punten over:

- Beschrijf de waarden en normen die expliciet worden geuit in het programma.
- Formuleer in één zin de levensles(sen) van ieder verhaal.

4.2.4. Personages

Naast dat de onderdelen van het onderzoek van Van der Mooren (2001) en bovenstaande vragen uit de narratieve analyse van Wester en Weijers (2006) worden gebruikt voor het waarnemingsinstrument in dit onderzoek is er nog een extra vraag toegevoegd. Deze komt voort uit de theorie van Sabido (Nariman, 1993, in: Bouman, 1999) en speelt in op de rolverdeling van personages in de verhaallijnen. Dit onderdeel is relevant in dit onderzoek, omdat kijkers door identificatie met de personages kunnen leren van soapseries (zie paragraaf 2.3.5.). De vraag die daaruit voortkomt, is als volgt:

- Werd er een specifieke rolverdeling aangehouden in deze scène/verhaallijn?

4.2.5. Waarnemingsinstrument

Het waarnemingsinstrument is als volgt opgesteld. Hieronder worden de onderdelen die verklaring nodig hebben extra uitgelegd.

Periode dat de verhaallijn speelde: Aangezien een verhaallijn over het algemeen enkele maanden in een serie voortduurt wordt dit aangegeven in maanden. De verhaallijn begint met een probleem en eindigt altijd met een oplossing. Vervolgens gaat het, volgens de narratieve cyclus, weer verder met een nieuw probleem (Brady, 1984; Weijers, 1986, in: Wester en Weijers, 2006: 163). Dit nieuwe probleem wordt niet meer meegenomen in de analyse aangezien het een start is van een nieuwe cyclus en daarmee een nieuwe verhaallijn.

1. Onderwerp: Het onderwerp is belangrijk omdat het laat zien waarover de makers van de soapseries de kijkers iets willen leren.

Welk onderwerp kwam hier naar voren?: Hier wordt kort antwoord gegeven. Dat kan bijvoorbeeld zijn: 'veilig vrijen', 'eerlijk zijn' of 'tolerant zijn naar elkaar'.

Beschrijving van verhaallijn/scène waarin mogelijk educatie is verwerkt: het beantwoorden van deze vraag is belangrijk omdat het een beeld geeft van de verhaallijn en hoe het onderwerp 'verpakt' werd in het verhaal.

2. Personages: In dit onderdeel van het waarnemingsinstrument wordt gekeken naar de personages die in de verhaallijn voorkomen. Personages zijn een belangrijk onderdeel omdat: 'Personages zijn belangrijk om te analyseren omdat ze het verhaal dragen en met hun handelen invloed hebben op de verhaalontwikkeling in de verhaallijn' (Wester en Weijers, 2006: 186). Daarom mogen ze in deze analyse niet worden vergeten.

Welke personages zijn belangrijk in deze scène/verhaallijn?: hierbij worden de namen gegeven van welke personages een hoofdrol spelen in de verhaallijn en waarom ze in die verhaallijn zitten.

Welke doelen streven des personage na?: daarmee wordt gekeken in hoeverre de personages goede of foute doelen hebben. Dit is belangrijk om de laatste vraag goed te kunnen beantwoorden. Dit kan eventueel met voorbeelden of citaten worden weergegeven.

Wat zijn de gedragskenmerken van de personages in de situatie waarin ze zich begeven?: ook hiermee wordt gekeken of de personages het goed bedoelen in de verhaallijn. Ook dit is belangrijk om de laatste vraag goed te kunnen beantwoorden. Dit kan eventueel met voorbeelden of citaten worden weergegeven.

Werd er een specifieke rolverdeling aangehouden in deze scène/verhaallijn?: met deze vraag wordt gekeken of er een rolverdeling van rolmodellen werd aangehouden zoals Sabido die beschreef (Bouman, 1999). Er wordt antwoord gegeven op de vraag wie in de verhaallijn behoorde tot ten eerste het positieve rolmodel, ten tweede het negatieve rolmodel en ten derde het overgangsrolmodel. Dit is belangrijk omdat het kijkers laat zien dat uiteindelijk het positieve gedrag wordt beloond en het negatieve gestraft. Langzamerhand begint het overgangsmodel te veranderen en het positieve gedrag over te nemen. De kijker leert ervan door naar dit proces te kijken. Daarom is het belangrijk om ook deze rolverdeling mee te nemen in het onderzoek.

3. Educatie: In het laatste onderdeel wordt gekeken in hoeverre er daadwerkelijk sprake was van educatie in de verhaallijn. Dat wordt gedaan met behulp verschillende onderdelen zodat het educatieve element nauwkeuriger kan worden bekeken.

Probleem/keuzesituatie, de daarbij gegeven oplossing/gemaakte keuze die daarbij belangrijk was: hierbij wordt gekeken voor welke probleem de personages stonden en hoe het is opgelost. Hieraan kan worden geconcludeerd of dat overeenkomt met de waarden en normen zoals die in onze cultuur zijn bepaald als 'goed'.

Welke normen en waarden werden hier naar voren gebracht?: normen zijn 'regels waaraan men zich moet houden' (Wester en Weijers, 2006: 187). Bijvoorbeeld: 'je mag niet vreemdgaan'. Waarden 'vormen de grondslag waarop de norm is gebaseerd. Bijvoorbeeld: 'trouw zijn'. Deze zijn belangrijk omdat het laat zien welke lessen voorkomen in de verhaallijn. Hieruit komt de volgende vraag:

Welke levensles werd hier naar voren gebracht en wat is de moraal van de verhaallijn/scène?: een levensles is iets wat men door ervaringen leert. Het gaat er hier dus om wat het personage leert door de ervaring die hij of zij opdoet in de verhaallijn. Een moraal is hoe iemand denkt over goed of slecht. Een moraal van een verhaal is de lering die iemand kan trekken uit een verhaal of ervaring. Dat kan bijvoorbeeld zijn: 'slecht gedrag wordt altijd gestraft'.

4.2.6. De aanpak

In totaal zijn er vier verschillende verhaallijnen bekeken. Alle verhaallijnen komen alleen uit 2007. Dit heeft vooral een praktische reden. Alleen de afleveringen van een jaar terug zijn namelijk nog te zien via internet. In totaal worden er per serie twee verhaallijnen bestudeerd. Dat betekent twee voor *ONM* en twee voor *GTST*. Dat maakt dat er in totaal vier verhaallijnen worden onderzocht. Deze verhaallijnen kwamen voor in verschillende afleveringen. Bij de analyse is

alleen gekeken naar de scènes die relevant zijn voor dit onderzoek. In alle verhaallijnen komen verschillende onderwerpen aan bod. Wel hebben alle onderwerpen gemeen dat het onderwerpen zijn die op dit moment ook een rol spelen in de maatschappij. Bij dit onderzoek wordt niet geprobeerd om aan te geven hoe vaak maatschappelijke onderwerpen voorkomen in een serie. Maar welke kenmerken de verhaallijnen hebben. De gekozen verhaallijnen zijn allemaal aan bod gekomen in de interviews. Zoals in de inleiding van dit hoofdstuk al naar voren kwam, is ervoor gekozen om eerst de resultaten van de analyses van de verhaallijnen weer te geven en vervolgens de resultaten van de interviews. Hiervoor is gekozen omdat het de leesbaarheid van dit onderzoek verhoogt.

Tijdens en na het kijken van de verhaallijn wordt het waarnemingsinstrument ingevuld. Dit instrument is belangrijk om zo de eigenschappen van de educatieve elementen te onderzoeken. Vervolgens worden de analyses per deel beschreven (onderwerp, educatie en personages). Bij deze beschrijvingen worden de meest belangrijke onderdelen van de analyses weergegeven. De compleet ingevulde waarnemingsinstrumenten zijn te vinden in bijlage vijf. De verhaallijnen die zijn gekozen, kwamen aan bod in de interviews. Daardoor is het duidelijk dat de schrijvers een bewuste keuze hebben gemaakt voor het toevoegen van dat maatschappelijke thema in die verhaallijn. De volgende onderwerpen kwamen voor in de interviews: uitzetting van Imani, Islam, loverboys, hiv, dierenleed, milieu en borstkanker.

Het was nog niet mogelijk om de verhaallijnen over dierenleed en hiv te analyseren. De verhaallijn over dierenleed was in de periode van de analyse namelijk nog niet afgerond. Ten tijde van de analyse was er geen verhaallijn over hiv en daarom kon ook dit onderwerp niet worden meegenomen. Toen waren er twee onderwerpen over van *GTST* en drie van *ONM*. Aangezien er voor een goed beeld in het onderzoek, per serie even veel verhaallijnen moesten worden geanalyseerd, is besloten om de uitzetting van Imani niet mee te nemen in de analyse. De reden hiervoor is omdat hier het minst over is gesproken in de interviews. Uiteindelijk zijn de volgende verhaallijnen bestudeerd:

1. Barbara krijgt borstkanker (*GTST*)
2. Charlie in de ban van het milieu (*GTST*)
3. Het verleden van Esmee (*ONM*)
4. Shirina wordt verliefd (*ONM*)

4.3. Resultaten

Wanneer de waarnemingsinstrumenten zijn ingevuld kunnen de analyses worden beschreven. Dat wordt in deze paragraaf gedaan. Eerst wordt kort het onderwerp beschreven. Dat wordt gedaan aan de hand van de narratieve cyclus van Wester en Weijers (Brady, 1984; Weijers,

1986, in: Wester en Weijers, 2006: 163). Deze theorie beschrijft dat een verhaallijn altijd bestaat uit de volgende cyclus: probleem, keuzesituatie, beslissing, uitkomst/probleemverdieping. Daarna worden de analyses beschreven aan de hand van de drie onderwerpen in het waarnemingsinstrument: onderwerp, personages en educatie.

4.3.1. Onderwerp

Omdat alle onderzochte verhaallijnen een maatschappelijk probleem bevatten, komen ze ook in het echte leven voor en zijn daardoor herkenbaar voor de kijkers. Alle verhalen komen uiteindelijk weer goed. Dat wil zeggen in de onderzochte voorbeelden, want dat hoeft niet altijd zo te zijn. Er zijn genoeg voorbeelden te bedenken waarbij een personage in een soapserie overlijdt aan bijvoorbeeld een ziekte. Dat gebeurt alleen wanneer de personage uit de serie wordt geschreven. Ook daar is het commerciële karakter van het genre terug te vinden. Want personages verdwijnen bijvoorbeeld wanneer het publiek ze niet meer leuk vindt of er geen verhaal meer bij ze past. Nadat deze verhalen weer goed zijn gekomen gaat het met de personages even zo hard weer mis en komen zij of de mensen in hun directe omgeving weer in nieuwe problemen. Dit is precies zoals de narratieve cyclus van probleem, keuzesituatie, beslissing, uitkomst/probleemverdieping (Brady, 1984; Weijers, 1986, in: Wester en Weijers, 2006: 163) dit voorschrijft.

1. Barbara krijgt borstkanker (*GTST*)

Eind maart heeft het personage Barbara het vermoeden dat ze borstkanker heeft. Na controle in het ziekenhuis blijkt dat inderdaad zo te zijn. Barbara krijgt veel steun van haar vriend, het personage Robert, maar ook van ex-man Jef, tevens de broer van Robert. Midden april krijgt Barbara haar eerste chemokuur, dat valt zwaar. Wanneer Barbara eind april een nieuwe chemokuur ondergaat, besluit ze dat ze dit niet wil laten doorgaan. Barbara wil stoppen met de kuren en wil een operatie, met de consequentie dat ze haar borst zal verliezen. Robert en de dokters zijn het hier niet mee eens, en proberen Barbara van deze keuze af te houden. Het besluit van Barbara staat vast. Daarna komt er een periode waarin er uitzaaiingen worden gevonden in het lichaam van Barbara. Ook nu wil Barbara zich eerst niet laten behandelen. Doordat Jef en Charlie (de dochter van Barbara) haar overhalen gaat ze uiteindelijk toch door met de behandeling. Op die manier wordt ze door haar familie op een andere keuze gebracht. Midden mei, wanneer Barbara weer bezig is met chemokuren, valt haar haar uit. Doordat Jef veel steun geeft aan Barbara krijgt hij het idee weer verliefd te worden op zijn ex-vrouw. Daarnaast krijgt Robert gevoelens voor Janine, een vriendin van Barbara. Later worden er geruchten verspreid dat Robert een verhouding zou hebben met Janine. Dat zorgt voor een ruzie tussen Jef en Robert. Hierdoor worden andere problemen, die gerelateerd zijn aan het eerste probleem, in de verhaallijn gebracht. Eind juni hoort Barbara dat ze genezen is verklaard maar dat de kanker

weg blijft niet helemaal zeker. In november krijgt Barbara nog een keer een controle en blijkt genezen te zijn. In de verhaallijn maakt een arts duidelijk dat Barbara nog elk half jaar voor controle naar het ziekenhuis moet.

2. Charlie in de ban van het milieu (*GTST*)

Het maatschappelijke probleem in deze verhaallijn is het slechte milieu. Daar wordt door de makers van *GTST* aandacht aan besteed doordat het personage Charlie zich er veel zorgen om gaat maken. Begin november kijkt Charlie naar de televisie en ziet een documentaire over het milieu. Het personage is er duidelijk van onder de indruk. Zeker wanneer er wordt gezegd: 'daarmee zetten we de toekomst van onze kinderen op het spel', schrikt de jonge moeder. Charlie besluit actie te ondernemen. Daar hoeft het personage overigens niet lang over na te denken want Charlie is erg impulsief. Daarom vraagt zij zich af wat de Rozenboom doet voor het milieu. Dian, de eigenaar van het hotel, reageert afwijzend. Een paar dagen later gaat Charlie door met het houden van preken tegen andere personages over hun gedrag ten aanzien van het milieu. Eerder moesten Jack en Dian het al ontgelden, nu ook Robert. Wanneer hij een pak papier weggooit krijgt Robert van Charlie te horen dat daar een hele hoop bomen aan dood zijn gegaan. Robert vindt dat Charlie overdrijft. Daarna klaagt Charlie tegen Jack over het onbegrip van Robert en de andere personages. Jack legt Charlie uit dat niet iedereen zit te wachten op een preek over het milieu. Jack adviseert Charlie om mensen te laten zien hoe ze beter met het milieu om kunnen gaan in plaats van iedereen een preek te geven. Jack stelt voor dat Charlie, Robert tipt over het bestaan van kringlooppapier en hem aanraadt om daar gebruik van te maken. De dag erna zien de kijkers van *GTST* inderdaad dat Charlie, Robert en Barbara tips geeft over het ophangen van spaarlampen. Barbara en Robert vinden het een goed initiatief van Charlie. Door deze aanpak zien de andere personages in dat Charlie geen onzin vertelt, maar dat er wel een grote kern van waarheid in zit.

3. Het verleden van Esmee (*ONM*)

Esmee en Sam worden verliefd op elkaar. Maar Esmee heeft een geheim dat ze niet durft te vertellen aan haar nieuwe vriendje. Sam kan daardoor namelijk heel anders over Esmee gaan denken. Eerder in *ONM* is Esmee slachtoffer geworden van een loverboy. De loverboy is het personage Junior en speelt nog steeds een rol in de serie. Inmiddels is Esmee weer helemaal de oude en het gaat goed met haar. Ook Junior is redelijk terug op het rechte pad en probeert een normaal leven te leiden. Esmee probeert dat verleden geheim te houden, maar Sam merkt snel dat er iets niet klopt met zijn nieuwe vriendin. Dat komt vooral omdat Esmee erg afhoudend is. Esmee staat dus voor de keuze of ze haar verleden moet opbiechten en daarmee het risico loopt dat Sam haar niet meer leuk vindt, of dat ze erover moet liegen. Dat laatste kan er overigens voor

zorgen dat Esmee nooit zichzelf kan zijn bij Sam. Hiertussen staat Imani. Zij is een vriendin van Esmee maar gaat ook goed met Sam om. Esmee zegt tegen Imani dat ze over het verleden moet zwijgen tegen Sam. Dat terwijl Sam juist informatie probeert te krijgen over Esmee bij Imani. Omdat Imani vindt dat Esmee eerlijk moet zijn, probeert ze haar vriendin ervan te overtuigen de waarheid te vertellen. Uiteindelijk kan Esmee er toch voor zorgen dat Imani belooft om tijdelijk haar mond te houden tegenover Sam. Wanneer Sam een keer bij Esmee thuis is gaat Marnix, de vader van Esmee, er vanuit dat zijn dochter alles heeft verteld tegen haar vriendje. Hij complimenteert hem met het feit dat hij zo lief voor haar is en alles zo goed heeft opgenomen. Esmee weet zich er net op tijd uit te praten en Sam weet nog steeds niks. Nu wil ook Marnix Esmee ervan overtuigen dat ze eerlijk moet zijn tegen Sam. Marnix zegt tegen Esmee: 'je bent mooier en sterker dan ooit, je zou trots op jezelf moeten zijn' en 'dit is te groot om te verzwijgen, je moet verder'. Na een paar dagen maakt Esmee toch maar een afspraak met Sam. Voordat die afspraak plaatsvindt, zet Sam Imani onder druk om de waarheid over Esmee te vertellen. Imani vertelt alles aan Sam. Sam heeft er veel moeite mee en begrijpt het niet. Sam snapt niet dat Esmee slachtoffer kon worden van een loverboy en denkt zelfs dat Esmee het leuk heeft moeten vinden om seks te hebben met al die mannen. Anders zou Esmee het toch nooit hebben gedaan? Uiteindelijk gaat Sanne, de zus van Esmee, praten met Sam ze vertelt hem hoe loverboys te werk gaan en dat haar zusje onder invloed van hem was. Sam heeft er duidelijk moeite mee en probeert het te begrijpen. Na een aantal dagen komt het helemaal goed tussen Esmee en Sam en kan hun relatie pas echt beginnen.

4. Shirina wordt verliefd (ONM)

Het personage Shirina heeft besloten om streng Moslim te worden. Dat betekent onder andere een hoofddoek dragen en geen seks of intimiteit voor het huwelijk. Wanneer ze verliefd wordt op Ramses weet ze niet goed hoe ze haar verliefdheid moet combineren met haar geloof. Dit probleem wordt versterkt omdat Ramses geen Moslim is en dus wel graag intiem wil zijn met Shirina. Op 10 oktober 2007 komt Ramses voor het eerst in de serie. Hij is de nieuwe kok van het restaurant Dok. Wanneer hij Shirina ontmoet is het liefde op het eerste gezicht en dat geldt ook voor haar. Die avond zoenen ze direct. Wanneer het iets begint te worden tussen de twee vraagt Shirina zich af hoe het moet gaan met haar verliefdheid en het moslim zijn. Wat mag ze wel en wat mag ze niet doen. De conclusie is dat Shirina niet verder mag met een niet-moslim. Shirina spreekt hierover met Esra, een vriendin van haar. Ondanks de problemen zet Shirina de relatie met Ramses wel door. Door haar verliefdheid is Shirina bang dat ze niet van haar vriend af kan blijven. Want ze mag geen seks hebben met Ramses en eigenlijk ook niet zoenen. Ondertussen wordt de verliefdheid tussen beiden steeds erger, maar het onbegrip uit de omgeving ook. Dat onbegrip komt van Nederlandse vrienden die niet snappen waarom het geloof een zodanig groot

probleem moet zijn. De vrienden begrijpen niet dat je van het geloof niet aan elkaar mag zitten. Ook vanuit Marokkaanse kringen komt commentaar. Youssef, een Marokkaanse kennis van Shirina maakt er een groot probleem van dat Ramses geen Moslim is. Wanneer Ramses na lange tijd weer in contact komt met zijn eigen vader ziet ook die problemen in de relatie, en het in inmiddels voorgenomen huwelijk, tussen Ramses en Shirina. Ondanks al het commentaar gaat Ramses in de leer bij een imam om zich tot de Islam te bekeren. Na een tijdje zijn alle problemen opgelost en vraagt Ramses Shirina ten huwelijk. Ramses wordt Moslim en het stel trouwt. Na alle problemen en tegenwerkingen van andere mensen trouwen Ramses en Shirina op 10 januari. Zoals het vaker voorkomt in soaps, mislukt het huwelijk, maar dat valt buiten deze verhaallijn omdat het niets te maken heeft met de geloofskwestie.

4.3.2. Rolverdeling personages

Bij het invullen van het waarnemingsinstrument zijn over de personages vier vragen beantwoord. Ten eerste werd de rol van de personages besproken. Ten tweede de doelen van de personages. Ten derde welke gedragskenmerken de personages hebben en ten vierde of er een specifieke rolverdeling werd aangehouden. Deze punten worden hieronder besproken. Belangrijkste conclusie die hieruit voortkwam is dat er slecht in één geval een rolverdeling werd aangehouden zoals Sabido die voorschrijft in zijn theorie over rolmodellen (Nariman, 1993, in: Bouman, 1999). Daarnaast vervullen vaak één of twee personages de hoofdrol en de rest een bijrol in het verhaal. Emoties en gevoelens zijn vaak een belangrijke factor in het nemen van beslissingen. Rationaliteit is doorgaans minder belangrijk.

In elke verhaallijn spelen ongeveer vier, vijf of zes verschillende personages een rol. Vaak speelt ongeveer de helft een hoofdrol en de helft een bijrol. De personages met een bijrol spelen soms ook een rol in een andere verhaallijn. Wanneer er wordt gekeken naar de doelen van de personages is er een tweedeling te maken tussen de hoofdpersonen en de personages met een bijrol. De doelen van de hoofdpersonages zijn vaak om iets bereiken. Bij Barbara was dat een ziekte overleven, bij Charlie het verbeteren van het milieu en bij Ramses en Shirina en Esmee en Sam was dat de liefde. Voor de personages met een bijrol zijn de doelen vaak het geven van steun en advies en het tegenwerken van de hoofdpersonages. Zo wilde Robert Barbara bijstaan in het overleven van haar ziekte en wilde Esra Shirina helpen om te gaan met haar geloof en verliefdheid. Terwijl Youssef de verliefdheid tussen Ramses en Shirina probeerde tegen te werken. Zowel de personages die helpen als de personages die tegenwerken hebben een grote invloed op de hoofdpersoon, omdat ze door het advies of gedrag van de bijpersonages vaak weer aan het twijfelen worden gebracht. Beweegredenen van personages zijn vaak emoties en gevoelens als liefde, macht, wraak, vriendschap en haat, maar ook bijvoorbeeld impulsief gedrag. Zoals het geval was bij het personage Charlie die zich van de een op de andere dag inzette voor het milieu. Rationaliteit is minder belangrijk en de emotie in het verhaal draagt bij aan het

dramatische effect. Personages komen altijd voor keuzes te staan die moeten worden opgelost. Door bepaalde keuzes waar de personages voor komen te staan krijgen ze problemen met anderen. Zoals wanneer Charlie besluit zich actief in te zetten voor het milieu, haar omgeving niet blij is met haar preken. Ook het verhaal van Esmee is hier een goed voorbeeld van. Doordat ze niet eerlijk durft te zijn tegen Sam zorgt ze ervoor dat Imani onder druk komt te staan.

Hoofdpersonages zijn allemaal standvastig en koppig, maar ook onzeker over wat er gaat gebeuren in hun toekomst. Door hun koppigheid werken ze anderen tegen hen in het harnas en ontstaan er discussies en problemen. Door de onzekerheid die de personages voelen vragen ze raad bij vrienden en ontstaan er emotionele, maar ook voor de kijker leerzame momenten. In bijna elk verhaallijn is een gematigd personage te vinden. Deze kijkt op een rustige manier naar de situatie en geeft de hoofdpersoon advies. Zoals Jack dat bij Charlie doet. Maar in elke verhaallijn zit ook een soort driftkikker met een heel sterke mening. Die mening zorgt ervoor de hoofdpersoon gaat twijfelen en soms zelfs (tijdelijk) van mening verandert. Een voorbeeld daarvan is Youssef. Door zijn negatieve uitlatingen over Ramses krijgt Shirina twijfels of ze inderdaad niet gewoon met iemand moet trouwen die al Moslim is.

Volgens de theorie van rolmodellen van Sabido hebben personages in een verhaallijn verschillende rollen. Ten eerste het positieve rolmodel, ten tweede het negatieve rolmodel en ten derde het overgangsrolmodel. Dit is belangrijk omdat het kijkers laat zien dat uiteindelijk het positieve gedrag wordt beloond en het negatieve gestraft. Langzamerhand begint het overgangsmodel te veranderen en het positieve gedrag over te nemen. Slechts bij één van de verhaallijnen was er echt sprake van een rolverdeling zoals Sabido (Nariman, 1993, in: Bouman, 1999) die beschrijft. Dat was in het verhaal van Charlie en het milieu. Charlie is daarbij het positieve rolmodel omdat ze een positieve sociale verandering teweeg wil brengen. Namelijk dat van het verbeteren van het milieu. Het negatieve rolmodel wordt vertegenwoordigd door Dian. Zij gaat namelijk tegen die sociale verandering die Charlie probeert te bewerkstelligen in. Jack, Robert en Barbara behoren tot het overgangsrolmodel. Nadat ze eerst negatief tegenover de ideeën van Charlie stonden werden ze er later in de verhaallijn positief over. Bij de rest van de verhaallijnen geldt dat er een of twee personen centraal staan in het verhaal en dat meerdere bijpersonen hen bijstaan in hun probleem en meerdere bijpersonen werken dit hoofdpersone(s) tegen. Dat gebeurt soms bewust. Bijvoorbeeld wanneer Youssef tegen wil werken in Shirina haar huwelijk. Of onbewust wanneer Robert onverhoopt verliefd wordt op Janine.

4.3.3. Educatie

Bij het invullen van het waarnemingsinstrument zijn vier vragen beantwoord die inzicht moeten geven in de educatieve elementen in de onderzochte verhaallijnen. Ten eerste werd het probleem of keuzesituatie en de daarbij gegeven oplossing of gemaakte keuze geïdentificeerd.

Ten tweede is gekeken naar de normen en waarden die voorkwamen in de verhaallijnen. Ten derde is de levensles achterhaald en ten vierde is geconcludeerd wat de kijker leert van de verhaallijn. Deze punten worden hieronder besproken.

Zoals in de theorie van hoofdstuk twee duidelijk werd zijn televisiedrama en soapseries erg geschikt om educatie mee te geven en om kijkers duidelijk te maken hoe mensen van mening kunnen veranderen in bepaalde situaties (Wright, 1975; Gerbner, 1976; Silverstone, 1988; Carey, 1988, in: Wester en Weijers, 2006: 162). Uit de onderzochte verhaallijnen blijkt ook dat personages vaak van mening veranderen. In de interviews werd duidelijk dat schrijvers dit doen, omdat ze alle aspecten van een bepaalde situatie willen laten zien. Daarbij willen ze ook begrip opwekken voor personages die verkeerde of vreemde keuze maken. De makers keuren dit niet af of goed en dringen daarmee de kijker geen mening op. Dat is goed te zien aan de verhaallijn van Shirina. Wanneer ze besluit dat ze niet kan trouwen met een niet-moslim zijn de meningen van de andere personages in *ONM* verdeeld. Sommigen zijn positief hierover en vindt dat Shirina de liefde door moet zetten, zoals Esra. Andere personages reageren hier negatief op zoals Youssef. Het is daarbij aan de kijker wat hij of zij ervan vindt.

De normen en waarden en daarmee ook de levenslessen in de verhaallijnen waren heel verschillend. Zo leerden de kijkers van Barbara dat je moet blijven vechten, ook wanneer het minder gaat in het leven. Door Robert leerde het publiek dat je trouw moet blijven aan je vriendin. Kijkers leerden van de verhaallijn over Shirina en Ramses over de Islam en hun ideeën over onthouding voor het huwelijk en over trouwen met iemand met een ander geloof. In het verhaal van Charlie waren de leermomenten heel aanwezig, dit ging namelijk over hoe iedereen kan bijdragen aan een beter milieu. Als laatst leerde het publiek van het verhaal van Esmee en Sam dat je eerlijk moet zijn in de liefde anders werkt een relatie niet goed. Zo kwam uit de analyse van de verhaallijnen niet één algemene levensles naar voren. Wel is er een verschil tussen verhaallijnen waar kijkers 'iets' werd geleerd, bijvoorbeeld over een geloof, het milieu of loverboys en aan de andere kant leerden kijkers over 'gedragsvormen', bijvoorbeeld over eerlijkheid en trouw.

Naast het verschil in levenslessen is er een duidelijk verschil tussen wijze van educatie de verhaallijnen. De eerste is meer platter en duidelijker, de tweede is meer subtiel. Bij de eerste vorm komt veel duidelijker naar voren dat het om educatie gaat. Een voorbeeld hiervan is wanneer Sanne uitlegt hoe haar zusje Esmee ten prooi is gevallen aan een loverboy. Daar leert op dat moment niet alleen Sam van, maar ook de kijker. Want ook die krijgt argumenten te horen over waarom Esmee niet voor haar plezier in een dergelijke situatie terecht kwam. Dan kan een kijker zelf weten wat hij of zij ermee doet. Maar het draagt wel bij aan de kennis van de kijker over bepaalde onderwerpen. Datzelfde geldt ook voor de verhaallijn van Charlie waarin ze bepaalde tips geeft over het gebruik van spaarlampen ten bate van een beter milieu.

Een tweede soort educatie is de meer subtiële versie. Daarbij is het leerzame meer verpakt in het script. Daarbij ziet de kijker dat het personage gestraft of beloond wordt voor zijn of haar slechte of goede daden. Ook dat is terug te zien in het verhaal van Esmee. Onder het mom van 'eerlijk duurt het langste' ziet de kijker dat wanneer ze niet eerlijk is over haar verleden haar relatie niet goed is. Vanaf het moment dat ze eerlijk is tegen Sam krijgt hij begrip voor de situatie en gaat het goed tussen de twee. Het is duidelijk dat in de verhaallijnen begrip wordt gewekt voor mensen die moreel gezien verkeerde beslissingen nemen. Een goed voorbeeld daarvan is wanneer Robert verliefd wordt op Janine, terwijl zijn vriendin ernstig ziek is. Hoe slecht dit ook mag zijn, ergens krijgt de kijker wel begrip voor de situatie. Uit de interviews werd ook duidelijk dat scriptschrijvers niet de bedoeling hebben een mening op te dringen over goed of kwaad of iets af te keuren, maar juist verschillende standpunten duidelijk maken binnen een verhaallijn. Dat is goed terug te zien in de situatie van Barbara.

4.4. Samenvatting

In dit hoofdstuk werd antwoord gegeven op de volgende deelvraag: *op welke manier komt educatie voor in soapseries?* Nadat alle verhaallijnen zijn bekeken werd duidelijk dat het belangrijkste in de serie het dramatische element is. De hoofdpersoon staat voor een bepaalde keuze en daarin wordt hij of zij tegenwerkt of geholpen door andere personages in de series. Vaak is dat aanleiding voor nieuwe problemen of een verschuiving van de mening van de hoofdpersoon. Dat alles wordt verbeeld in een verhaal dat ook speelt in onze samenleving. Omdat het probleem herkenbaar is voor de kijkers leert het publiek van de keuzes die een personage maakt en de adviezen die andere personages hem of haar geven. Beweegredenen van personages voor een bepaalde keuze zijn altijd emoties. Rationaliteit is minder belangrijk en de emotie in het verhaal draagt bij aan het dramatische effect. In de onderzochte verhaallijnen zijn zowel de gemaakte keuzes van de personages educatief als de onderwerpen, zoals het milieu of het geloof. Soms ligt dat educatieve element er heel dik bovenop, zoals wanneer Charlie vertelt dat gloeilampen goed voor het milieu zijn. Soms ligt dat minder aan de oppervlakte, zoals wanneer de liefde tussen Esmee en Sam dreigt te mislukken omdat Esmee niet eerlijk durft te zijn over haar verleden. Daarmee leert de kijker dat eerlijkheid loont. Een echte rolverdeling zoals Sabido (Nariman, 1993, in: Bouman, 1999) die voorschrijft is slechts één keer voorgekomen. Vaker zitten er in een verhaallijn één of twee hoofdpersonen en hebben de rest van de personages een bijrol. Deze bijrollen zijn door het helpen of tegenwerken van de hoofdpersoon wel heel belangrijk in het verhaal.

In het volgende hoofdstuk wordt ingegaan op het ontstaan van verhaallijnen waar educatieve momenten in zitten. Daarbij is het samenwerkingsproces tussen televisieprofessionals en medewerkers van belangenorganisaties onderzocht. Dit is gedaan aan de hand van interviews.

5. SAMENWERKINGSPROCES ENTERTAINMENT-EDUCATION

Het vorige hoofdstuk moest laten zien hoe educatieve momenten voorkomen in de soapseries *GTST* en *ONM*. In dat hoofdstuk werd duidelijk dat het dramatische element het belangrijkste in een verhaallijn is. De onderzochte verhaallijnen hadden allemaal een onderwerp dat ook speelt in onze huidige samenleving. Omdat dat probleem herkenbaar is voor de kijkers leert het publiek van de keuzes die een personage maakt en de adviezen die andere personages hem of haar geven. In de onderzochte verhaallijnen zijn zowel de gemaakte keuzes van de personages educatief als de onderwerpen die aan bod kwamen, zoals het milieu of het geloof. Soms ligt dat educatieve element er heel dik bovenop en soms ligt het minder aan de oppervlakte. Een echte rolverdeling zoals Sabido (Nariman, 1993, in: Bouman, 1999) die voorschrijft is slechts één keer voorgekomen. Vaker zitten er in een verhaallijn één of twee hoofdpersonen en heeft de rest van de personages een bijrol. In het hoofdstuk daarvoor werd de werking van E&E beschreven. Daarbij werden de fases van een E&E samenwerking en de type samenwerkingen van Bouman (1999) uitgelegd. Ook kwamen de voordelen en het nut van E&E aan bod. Of de samenwerking in de praktijk gaat zoals de literatuur van Bouman (1999) dat beschrijft wordt in dit hoofdstuk onderzocht. Hiervoor zijn interviews verricht met televisieprofessionals en medewerkers. Dit hoofdstuk geeft inzicht over de manier waarop de interviews worden verricht, wie de respondenten zijn en wat de resultaten van de interviews zijn. Belangrijk in dit onderdeel van het onderzoek is hoe de twee partijen hun samenwerking hebben ervaren die ervoor zorgde dat educatieve elementen werden verwerkt in *GTST* en *ONM*. Ook belangrijk is wat hun mening over educatie in soapseries is. Met behulp van de resultaten van de interviews moet in de conclusie antwoord worden gegeven op de deelvraag die in de inleiding is gesteld: hoe ziet een Entertainment-Education samenwerking eruit?

5.1. Onderzoeksmethode

In deze paragraaf wordt de aanpak van het onderzoek uitgelegd en de respondenten voorgesteld.

5.1.1. De aanpak

Om de deelvraag van dit hoofdstuk te kunnen beantwoorden is ervoor gekozen om interviews af te nemen, omdat dit een goede manier is om achter ervaringen van mensen te komen. De ervaringen van mensen zijn belangrijk omdat het goed inzicht geeft in de wijze waarop een E&E samenwerking in de praktijk werkt. Daarnaast kunnen de respondenten vertellen over hun ideeën ten aanzien van E&E. Welk type interview er ook wordt aangehouden tijdens het gesprek, de respondent vertelt altijd zijn verhaal over het onderwerp dat de interviewer aansnijdt (Holstein &

Gubrium, 1995). In het boek *Strategieën voor Kwalitatief Onderzoek* maakt Fred Wester duidelijk dat het bij de voorbereiding van een interview belangrijk is dat er een topiclijst of interviewleidraad is. Dit werkt als geheugensteun voor de interviewer en het kan ervoor zorgen dat alle belangrijke onderwerpen aan bod komen tijdens het gesprek. Een belangrijk kenmerk van een kwalitatief interview is immers dat de volgorde van een gesprek niet vaststaat. Ook moet de interviewer ervoor zorgen dat hij of zij heel goed thuis is in het onderwerp en de achtergrond van het onderzoek (Wester, 1995). De verwerking van de interviews wordt uitgevoerd volgens de gefundeerde theoriebenadering. Deze benadering is door Strauss en Corbin in de jaren zestig van de twintigste eeuw ontwikkeld. De gefundeerde theoriebenadering is een analyseprocedure voor kwalitatief onderzoek (Glaser & Strauss, 1980). Tijdens het onderzoek zijn de onderzoeksvragen en begrippen steeds in ontwikkeling. Voor de interviews van dit onderzoek is gekozen voor een semi-structurele opzet. Dat betekent dat de volgorde en de structuur van de interviews van te voren slechts gedeeltelijk is vastgelegd. Er is een structuur, maar mede door de respondent kan hiervan worden afgeweken (Wester, 1995). Voor de interviews van dit onderzoek zijn vragenlijsten gebruikt. Hierdoor is er een duidelijke structuur in het interview. Toch bood deze vragenlijst niet meer dan een houvast en werd er regelmatig afgeweken van de vragen. Zoals het bij de gefundeerde theoriebenadering hoort zijn de categorieën die aan bod kwamen tijdens de interviews steeds aangepast door de ervaringen met de interviews die daarvoor zijn afgenomen (Wester, 2004). Nadat de interviews zijn afgenomen werden deze volledig uitgeschreven. Aangezien de interviews een verslag zijn van een gesprek, is dit niet altijd even gestructureerd. Daarom worden de interviews gecodeerd in verschillende categorieën. Dat houdt in dat de delen van alle interviews waarin dezelfde categorie aan bod kwam bij elkaar zijn gezet. Soms zijn dat slechts enkele zinnestelsels, soms halve pagina's. Met het coderen is het analyseren van de interviews eigenlijk al begonnen. Binnen de verschillende categorieën worden de delen van de interviews met elkaar vergeleken. Zo wordt er bijvoorbeeld gekeken naar verschillen en overeenkomsten in standpunten (Strauss & Corbin, 1998, in: Krijnen, 2007). Het coderen gaat aan de hand van drie fasen: 'open', 'diagonaal' en 'selectief' coderen.

In de eerste fase, de 'open' fase, zijn alle thema's van de interviews in kaart gebracht. Die zijn vervolgens in categorieën ingedeeld. Zo ontstaat een goed beeld van wat de respondenten hadden te vertellen in de gesprekken. In de tweede fase, de 'diagonale' fase, zijn de interviews met elkaar vergeleken aan de hand van de categorieën. Dat gebeurde zowel tussen als binnen de twee groepen, de televisieprofessionals en de medewerkers van de belangenorganisaties. Zo werden de verschillen en de overeenkomsten duidelijk in wat de respondenten vertelden over het samenwerkingsproces dat nodig is voor E&E. In deze fase is ook gekeken naar de ervaringen die de respondenten hebben met E&E en de houding ten opzichte ervan. In de derde fase, de 'selectieve' fase werden alle categorieën gegroepeerd zodat het aantal werd verminderd (Strauss

& Corbin, 1990, in: De Bruin, 2005). In dit onderzoek werd het teruggebracht naar vijf categorieën. De analyses in dit hoofdstuk worden besproken aan de hand van deze vijf categorieën. Hieronder wordt kort uitgelegd wat met iedere categorie wordt bedoeld.

1. Wat zijn de ervaringen van televisieprofessionals en medewerkers van belangenorganisaties met E&E?
2. Hoe zijn het proces en de organisatie van een E&E samenwerking georganiseerd?
3. Wat zijn de knelpunten in een E&E samenwerking?
4. Wat is de houding van televisieprofessionals en medewerkers van belangenorganisaties ten opzichte van E&E.
5. Het toevoegen van maatschappelijke thema's in *GTST* en *ONM*.

In de eerste categorie wordt antwoord gegeven op de vraag wat de ervaring is van scriptschrijvers en medewerkers van stichtingen met educatie in soapseries. In de tweede categorie wordt antwoord gegeven op de vraag hoe het proces en de organisatie eruit ziet van een E&E samenwerking. In de derde categorie wordt gekeken naar de knelpunten in de samenwerking en de verschillen en problemen tussen beide partijen. In de vierde categorie wordt de houding is ten opzichte van educatie in soapseries behandeld. In de vijfde en laatste categorie wordt beschreven hoe en waarom bepaalde maatschappelijke thema's worden toegevoegd in de scripts. In alle categorieën worden zowel de standpunten van de scriptschrijvers als die van de medewerkers van de belangenorganisaties behandeld. Deze twee groepen worden apart beschreven omdat er vaak verschillen in mening tussen de twee groepen zitten. Deze analyses worden verduidelijkt met uitspraken uit de interviews. Na deze analyse wordt in de conclusie antwoord gegeven op de eerder gestelde deelvraag.

Zoals reeds vermeld, zijn de interviews afgenomen met scriptschrijvers van *GTST* en *ONM* en medewerkers van stichtingen die ervaringen hebben met het toevoegen van educatie in soapseries. Van de zes interviews zijn er vijf persoonlijk geweest. Eén persoon wilde de vragen alleen schriftelijk beantwoorden. Naast de diepte-interviews is er ook beschikking over de mailcorrespondentie tussen Anne Huizinga en Paul Zantkuijl.

Scriptschrijvers	Functie
Roeland Linssen	Creatief directeur Scriptstudio
Anne Huizinga	Hoofd scriptschrijver <i>ONM</i>
Kennard Bos	Hoofd scriptschrijver <i>GTST</i>
Medewerkers stichtingen	
Paul Zantkuijl	Persvoorlichter Soa Aids Nederland en STOP AIDS NOW!
Filippo Benzile	Programmaleider, verantwoordelijk voor de publiekscommunicatie en advies voor Soa Aids Nederland en STOP AIDS NOW!
Marsja Meijer	persvoorlichter bij de afdeling Strategie en Communicatie van de KWF Kankerbestrijding
Overig Materiaal	
Mailcorrespondentie Anne Huizinga en Paul Zantkuijl	Hierin is goed te zien hoe de samenwerking tussen beide partijen verliep.

Tabel I: Respondenten en ander mailcorrespondentie

Zoals in de inleiding naar voren kwam, zijn de respondenten van de interviews in twee groepen te verdelen. De eerste groep wordt gevormd door de scriptschrijvers van *ONM* en *GTST*. De schrijvers werken alle drie voor Scriptstudio. Scriptstudio omschrijft zichzelf op hun site als 'het schrijfhuis van de afdeling drama van Endemol Nederland b.v.' (Scriptstudio, 2008). Er werken 35 mensen die scenario's ontwikkelen van langlopende televisieseries. Het bureau is gevestigd in Amsterdam. De eerste respondent is Roeland Linssen, hij is het zakelijk hoofd van het kantoor. Hij heeft onder meer de leiding over de schrijversteams van alle series die bij Scriptstudio worden geschreven. De tweede respondent is Anne Huizinga. Zij is hoofd van het schrijversteam van *ONM*. Ze geeft daarbij leiding aan een team schrijvers die allen meeschrijven aan de serie *ONM*. Eén van haar taken is het verzinnen van onderwerpen en thema's die voorkomen in de serie. De derde respondent is Kennard Bos. Hij is hoofd van het schrijversteam van *GTST*. Hij heeft dezelfde taken als Huizinga, maar voert die uit voor *GTST*.

De tweede groep wordt gevormd door de medewerkers van belangenorganisaties. De eerste respondent is Paul Zantkuijl. Hij is persvoorlichter Soa Aids Nederland en STOP AIDS NOW!. Aangezien *ONM* in april 2008 een verhaallijn introduceert waarin een personage (Sam) hiv besmet raakt, hebben Huizinga en hij veel contact gehad. Het is daarom interessant om te vragen naar zijn ervaring en ideeën over E&E. Datzelfde geldt voor Filippo Benzile. Hij is

verantwoordelijk voor de publiekscommunicatie en advies voor Soa Aids Nederland en STOP AIDS NOW!. De laatste respondent is Marsja Meijer. Zij is persvoorlichter bij de afdeling Strategie en Communicatie van de KWF Kankerbestrijding. Omdat *GTST* het afgelopen jaar (2007) een verhaallijn heeft behandeld waarin een personage (Barbara) borstkanker kreeg heeft ze veel contact gehad met Kennard Bos. Ook zij kan vertellen over deze ervaring en over haar ideeën over E&E.

5.2. Resultaten

Samenvattend kan worden gezegd dat er geen sprake is van een samenwerking. Dat komt omdat de macht in het contact, tussen de twee groepen, ligt bij de scriptschrijvers. Ook het initiatief voor het contact ligt in eerste instantie bij de scriptschrijvers. De schrijvers gaan namelijk op zoek naar een onderwerp voor hun serie. Dit kan een maatschappelijk thema zijn omdat dit herkenbaar is voor kijkers en daarmee aantrekkelijk is om naar te kijken. In dit verhaal laten schrijvers zien dat het personage een groei doormaakt. Samen met de getoonde feiten en emoties kunnen kijkers ervan leren. Omdat de feiten in het verhaal wel moeten kloppen wordt er door de schrijvers toenadering gezocht bij stichtingen. Wanneer er kan worden gesproken van een samenwerking, is deze wijze de enige die op dit moment voorkomt in *GTST* en *ONM*. Daarbij wordt niets contractueel vastgelegd en ook komt er geen geld bij kijken. Dat zorgt ervoor dat schrijvers de macht hebben en belangenorganisaties dit accepteren. Er is dus sprake van eenrichtingsverkeer want of de feiten wel kloppen in het verhaal, zien de stichtingen pas wanneer het is te zien op de televisie. Zij krijgen namelijk geen inzage in de scripts. Dit zorgt voor onzekerheid of het onderwerp wel goed terecht komt in de serie en vooral of kijkers geen verkeerde ideeën hierover zullen opdoen. Ondanks dat is onafhankelijkheid voor schrijvers het belangrijkste. Zij zitten er helemaal niet op te wachten dat iemand meekijkt over hun schouder tijdens het creatieve proces van het schrijven van een script.

Overigens tonen medewerkers van belangenorganisaties wel veel interesse in het gebruik van soapseries voor voorlichting over hun onderwerp. Wanneer de financiële mogelijkheden er zijn, zou dit het beste slagen wanneer zij samen met schrijvers een kortlopende serie ontwikkelen waarin zij mede-eigenaar zijn en zo evenveel macht hebben over het script als de schrijvers.

5.2.1. De ervaringen van televisieprofessionals en belangenorganisaties met E&E

Het eerste thema dat duidelijk naar voren komt in de interviews is dat de ervaring met E&E door de jaren heen steeds positiever is geworden. In tabel II zijn de zeven voorbeelden van E&E te zien die aan bod kwamen in de gesprekken met de respondenten.

Datum	Verhaallijn	Serie
Maart 2001	Anita raakt besmet met het hiv-virus	<i>GTST</i>
Oktober 2001	De serie Costa! gaat van start en Stichting Soa Aids Nederland neemt hier een aandeel in.	Costa!
Oktober 2002	Anita krijgt ondanks haar hiv een kind met Rik	<i>GTST</i>
Maart 2007	Barbara krijgt borstkanker	<i>GTST</i>
April 2007	Imani moet het land uit	<i>ONM</i>
Februari 2008	Anita wil een tweede kind	<i>GTST</i>
Maart 2008	Sam raakt besmet met hiv-virus	<i>ONM</i>

Tabel II: *Entertainment-Education verhaallijnen*

De eerste ervaring, die niet als positief werd ervaren en die door veel respondenten werd aangehaald, is het moment in *GTST* dat het personage Anita besmet raakt met het hiv-virus. Ze krijgt deze besmetting omdat ze iemand anders helpt die een ongeluk heeft gehad. Doordat het bloed van het slachtoffer en dat van Anita met elkaar in aanraking komen krijgt Anita hiv. Een hiv besmetting in een situatie als deze is niet realistisch. Beide partijen kijken niet positief terug op deze verhaallijn. Zo vonden de medewerkers van de belangenorganisaties dat er meer onderzoek had moeten worden verricht naar de inhoud. Ook de schrijvers vertellen in de interviews dat dit verhaal beter had moeten worden onderzocht voordat het werd uitgezonden. Vlak daarna kwam de E&E ervaring met Costa!, waar beide partijen ook niet graag op terugkijken. Over het moment dat het personage Anita uit *GTST* in oktober 2002 zwanger raakt, terwijl Anita besmet is met hiv, is niemand positief. Reden is ook nu omdat de feiten niet kloppen en er destijds onvoldoende onderzoek is gedaan naar de werkelijkheid.

Vervolgens zit er dan een aantal jaar tussen het volgende voorbeeld wat wordt genoemd in de gesprekken. Het volgende voorbeeld is het moment waarop het personage Barbara uit *GTST* borstkanker krijgt. De makers van *GTST* hebben de KWF Kankerstichting hiervoor om advies gevraagd om zoveel mogelijk een kloppend verhaal neer te kunnen zetten. De stichting hielp hieraan mee. Beide partijen zijn positief over deze ervaring. Zo begrijpen de makers van de serie dat de feiten in een verhaallijn moet kloppen. De stichtingen hebben er op hun beurt begrip voor dat het om een soapserie gaat en dat het verloop van het verhaal niet compleet conform de realiteit kan zijn. De andere ervaringen die worden genoemd in tabel II zijn ook positief. Zo heeft *ONM* informatie ingewonnen bij advocaten om onderzoek te doen naar de rechten van iemand die Nederland uit moet. Dat was voor de verhaallijn over het Somalische meisje Imani die in *ONM* Nederland uit moest. De volgende ervaring is dat Anita een tweede kind wil. Omdat de makers van *GTST* hebben geleerd van de vorige ervaring werd er nu wel contact gezocht met Soa Aids

Nederland om de verhaallijn te laten kloppen. Vervolgens hadden de makers van *ONM* contact met Soa Aids Nederland over het verhaal waarin het personage Sam besmet raakt met hiv. Ook over dit contact zijn beide partijen positief in de interviews.

De belangenorganisaties hechten er veel meer waarde aan dat het onderwerp waar zij zich voor inzetten wel realistisch wordt behandeld in de serie. De makers van de series vinden het belangrijker dat de serie aantrekkelijk is voor de kijkers.

Voor scriptschrijvers is Costa! de belangrijkste ervaring met E&E. Zoals al eerder duidelijk werd, was dit een vrij negatieve ervaring. Alle respondenten hebben hier dezelfde verklaring voor: het script was al geschreven voordat de E&E samenwerking ontstond met Stichting Soa Aids Nederland. De stichting vond na het zien van de film dat het op het gebied van veilig vrijen een slecht voorbeeld gaf aan de jeugdige kijkers. Door te participeren in de serie, die een vervolg op de film was, hoopte de stichting dat ze ervoor konden zorgen dat de boodschap van het veilig vrijen werd overgebracht aan de kijkers. Dat wilde ze doen door duidelijk in beeld te brengen dat de personages alleen seks hadden met een condoom, maar ook door discussies en gesprekken over veilig vrijen in het script te verwerken. Omdat het script al klaar was toen Stichting Soa Aids Nederland de makers van Costa! benaderde was er voor de stichting geen mogelijkheid meer om invloed uit te oefenen op het script. Daardoor kon de voorlichting niet meer worden verweven in de verhaallijnen en konden alleen nog zogenaamde 'condoommomenten' worden toegevoegd, aldus Linssen (directeur van Scriptstudio). Linssen is niet te spreken over deze samenwerking. Volgens hem lagen de condooms overal op de set, gewoon om ervoor te zorgen dat de producent het afgesproken aantal condoommomenten zou halen. Linssen vond het daardoor 'te plat' en 'niet mooi'. Dat toont heel goed aan dat voor de makers van een serie het belang niet ligt bij leerzame elementen, maar bij de aantrekkelijkheid ervan. Daarnaast laat dit voorbeeld goed zien dat de macht in de samenwerking, ondanks dat Soa Aids Nederland wel veel heeft betaald voor deze samenwerking, volledig bij de makers van Costa! lag en dat de twee partijen geen gelijkwaardige partners waren. In bovenstaande mening van Linssen is wel een tegenstrijdigheid op te merken. Door de eenzijdigheid in de samenwerking tussen de makers van Costa! en de medewerkers van Soa Aids Nederland zijn het immers de makers geweest die ervoor hebben gekozen om de 'condoommomenten' toe te voegen in de serie. De makers hadden er ook voor kunnen kiezen om de voorlichting beter te verpakken in de inhoud van het script, waardoor de educatie subtieler werd gebracht naar de kijker en Costa! 'mooier' was gebleven. Die keuze is destijds niet gemaakt en nu hebben de makers van serie commentaar op de keuze van hun eigen collega's. Een conclusie die hieruit kan worden getrokken is dat de commerciële belangen in het geval van Costa! zwaarder wogen dan het uiterlijk van de serie. Later zal in de analyse duidelijk worden dat de scriptschrijvers tegenwoordig het uiterlijk van de serie belangrijker vinden dan het commerciële belang. Wellicht komt dit omdat de makers van de series hebben geleerd

van de ervaring met Costa! en hebben besloten dat een E&E samenwerking niet meer moet gaan zoals die tussen Costa! en Soa Aids Nederland.

Hoewel de eenzijdigheid in de samenwerking, zoals hierboven in het voorbeeld van Costa! is geschetst, blijft bestaan, zijn recentere ervaringen van scriptschrijvers met belangenorganisaties positiever. Wanneer wordt gevraagd aan de hoofdschrijver van *GTST*, Kennard Bos, wat zijn ervaringen met E&E zijn, antwoordt hij dat hij zowel met de brandwondenstichting als met de KWF Kankerstichting heeft samengewerkt. Met beide partijen heeft hij geen negatieve ervaringen. De samenwerking met de KWF Kankerstichting was ongeveer anderhalf jaar geleden en beviel hem goed.

De meest recente ervaring met E&E van Anne Huizinga is haar samenwerking met Soa Aids Nederland en de Hiv Vereniging Nederland. De hoofdschrijfster van *ONM* maakt een duidelijk onderscheid tussen beide organisaties. Volgens haar merkte ze duidelijk een verschil tussen de eerste wat een voorlichtingsorganisatie is en de tweede, een belangenvereniging. Zo vertelt ze dat de Hiv Vereniging Nederland gematigd enthousiast was dat Huizinga hiv wilde behandelen in *ONM*. De belangenvereniging leek, volgens de schrijfster, zelfs een beetje angst te hebben of het onderwerp wel zorgvuldig werd behandeld. Daarom wilde de belangenvereniging graag inzicht hebben in het script. Daarnaast waren ze niet gewend aan het snellere werktempo van Huizinga en reageerde, volgens de scriptschrijfster, te laat op haar e-mails. Soa Aids Nederland was meer verheugd dat het onderwerp aandacht kreeg in de serie en hielp Huizinga zo snel mogelijk aan informatie die zij nodig had. Huizinga was dan ook erg blij met het contact met Soa Aids Nederland:

Anne Huizinga: 'We hebben er erg veel aan gehad en zij [Soa Aids Nederland] kwamen ook met goede ideeën. Wij maakten dan de afweging of we er daadwerkelijk wat mee gingen doen. De samenwerking met de belangenvereniging [Hiv Vereniging Nederland] liep minder omdat zij erg de angst hadden dat het verkeerd werd gedaan en het thema niet goed in de serie terecht komt. Zo wilden ze bijvoorbeeld de scripts lezen. Je kon merken dat ze zelden met televisiemensen samenwerken. Organisaties mogen nooit onze scripts lezen. We nemen soms wel het een en ander met ze door, maar ze mogen nooit lezen hoe we het hebben verwerkt in het verhaal.'

Uit deze uitspraak blijkt ten eerste wederom het eenrichtingsverkeer in de samenwerking, want de schrijfster is positief over de samenwerking met de stichting die voldeed aan haar wensen. Ten tweede blijkt inderdaad dat een hoop belangenorganisaties angstig zijn voor het gebruik van

maatschappelijke thema's in soapseries. De angst is er omdat kijkers onderwerpen op een foute manier kunnen opvatten als het verkeerd wordt gepresenteerd door de series. Daarom uitten belangenorganisaties regelmatig hun commentaar op de inhoud van de soapseries. Veel commentaar is er bijvoorbeeld geweest op de manier waarop Anita in *GTST* besmet raakte met hiv. Volgens Bos waren de stichtingen niet blij met deze verhaallijn en dat merkten de makers aan de reacties. Overigens vindt de scriptschrijver dit terecht. Hij benadrukt dat het een verkeerd beeld geeft van hiv en het zou ervoor kunnen zorgen dat mensen elkaar niet meer helpen uit angst besmet te raken. Overigens denkt dat scriptschrijver ook dat de soapserie niet zoveel impact heeft dat het zoiets teweeg kan brengen. 'Maar', zo vindt hij, *'wanneer je een verhaal schrijft over een onderwerp als dit, moet je ervoor zorgen dat het klopt'*. Huizinga benadrukt ook in het interview dat de schrijvers vaak commentaar krijgen over onderwerpen. Zo zou bijvoorbeeld het alcoholgebruik te hoog liggen en dat zou verkeerde effecten hebben op de werkelijke houding ten aanzien van alcoholgebruik. Volgens Huizinga levert de Stichting Alcohol Preventie (STAP) met de Bond tegen het Vloeken het meeste commentaar op de inhoud van *GTST*. Deze stichtingen bellen dan op naar Scriptstudio of mailen met de boodschap dat ze het niet eens zijn met de inhoud.

Dit wijst erop dat stichtingen erin geloven dat de inhoud van soapseries veel invloed heeft op de kijkers. Terwijl scriptschrijvers, zoals Bos te kennen gaf, helemaal niet zo overtuigd zijn van de invloed van hun series. Doordat belangenorganisaties zo overtuigd zijn van de invloed van de series op kijkers en omdat die invloed ook verkeerd kan uitpakken, zijn veel belangenorganisaties bang voor het gebruik van hun onderwerp in een soapserie. Mogelijk is deze angst ontstaan door negatieve ervaringen uit het verleden. Toch is deze angst niet helemaal reëel te noemen, want ook schrijvers lijken er steeds meer belang aan te hechten dat het verhaal klopt in de series. Overigens is dit wel uit commercieel belang en niet omdat de makers, zoals de belangenorganisaties, hun kijkers een educatieve boodschap willen meegeven. Schrijvers zijn voornamelijk bang voor het verliezen van kijkers doordat ze een thema op een verkeerde manier naar buiten brengen. De makers van soapseries krijgen dan ook commentaar van hun kijkers wanneer er iets niet klopt. Kennard Bos vertelt dan ook dat hij er moeite mee heeft om een ziekte te verwerken in de serie. Het grote nadeel ervan is namelijk, volgens hem, dat er veel commentaar komt van de kijkers:

Kennard Bos: 'Dan bellen mensen of mailen ze en vertellen ze dat het niet klopt hoe we het [de ziekte] laten zien, want ze hebben het zelf of een familielid heeft het. Maar je kunt het nooit zo vertellen dat iedereen zich ermee kan identificeren.'

Overigens heeft Bos er wel begrip voor dat kijkers reageren op zulke verhaallijnen. Hij kan het zich voorstellen wanneer je dagelijks leeft met een ziekte en het klopt niet zoals het in *GTST* wordt getoond, maar het wordt in de serie wel gepresenteerd als de waarheid, dan kan dit steken.

De ervaringen van de scriptschrijvers met educatie in series is in de loop der jaren dus veranderd. Eén van de eerste ervaringen met *Costa!* was negatief. Dat kwam vooral doordat de educatie niet op een subtiele manier in de serie werd verwerkt. Tegenwoordig zijn de ervaringen met het contact met belangenverenigingen beter geworden. Dat komt vooral omdat belangenverenigingen zich meer zijn gaan richten naar de wensen van de scriptschrijvers. Ook de ervaringen met E&E van belangenverenigingen zijn tegenwoordig beter in vergelijking met vroeger. Dat komt met name omdat belangenverenigingen het idee hebben dat scriptschrijvers nauwkeuriger omgaan met maatschappelijke thema's in hun series. Toch is de mening van medewerkers van belangenverenigingen over *Costa!* anders dan die van de scriptschrijvers. Zo stond Benzile niet volledig negatief tegenover het toevoegen van condoommomenten in de serie.

Op de vraag wat de ervaringen zijn met E&E antwoordt Filippo Benzile, de programmaleider publiekscommunicatie en advies van Soa Aids Nederland en STOP AIDS NOW!, dat het meest bekende voorbeeld de samenwerking met *Costa!* is. Hoewel hij nog niet werkte voor de stichting toen deze samenwerking werd uitgevoerd, heeft hij er wel het een en ander over gehoord van zijn voorganger. Benzile is van mening dat het condoom te nadrukkelijk werd getoond in de serie. Hierdoor lag het er te dik bovenop dat het om voorlichting ging. Net als Linssen had hij er de voorkeur voor gehad als het meer verweven was geweest in de verhaallijn van de serie, door er bijvoorbeeld personages over te laten discussiëren. Daar is volgens hem niet over nagedacht. Daarnaast had, doordat het script al klaar was voordat de samenwerking tot stand kwam, Soa Aids Nederland helemaal geen inspraak in de inhoud van het verhaal. Benzile legt uit dat er elementen in de serie zaten die niet kloppen. Bijvoorbeeld het moment waarop één van de personages zijn schaamhaar afscheert omdat hij schaamluis heeft. Volgens Benzile was het goed geweest wanneer de stichting hierover had kunnen adviseren want op dat moment wek je een verkeerde indruk bij de kijkers. Beide partijen, scriptschrijvers en medewerkers van Soa Aids Nederland zijn het erover eens dat de samenwerking had moeten worden opgezet voordat het script was geschreven en niet daarna. Doordat de educatieve momenten te laat zijn toegevoegd heeft het niet het gewenste resultaat opgeleverd. Overigens is Benzile wel enigszins positief over de samenwerking want, zo stelt hij, de stichting heeft het condoomgebruik goed laten zien in de serie. Dit staat lijnrecht tegenover Linssen die het laten zien van de condooms in de serie juist plat vond. Over de meer recentere ervaring met *ONM* zijn zowel de persvoorlichter van Soa Aids Nederland Paul Zantkuijl, als Benzile erg te spreken. Zo werd er door de schrijvers

goed geluisterd naar de aanwijzingen en adviezen over de inhoud van de verhaallijn van Sam. Zantkuijl vertelt in het interview vrij uitgebreid hierover.

Interviewer: 'Had je het idee dat ze iets deden met je aanwijzingen?'

Paul Zantkuijl: 'Sam gaat dus aan de combinatietherapie maar wil dat liever niet. Hij laat zich toch overhalen maar wordt er ziek van. Zijn vader laat hem inzien dat hij wel de therapie moet blijven doen. Ze gaan later samen reizen en zo verdwijnt hij uit de serie. Maar mijn probleem was dat als hij problemen heeft met de medicijnen, laten ze dan ook zien dat er nog een hoop alternatieven zijn? Want er zijn ook nog andere combinatietherapieën waar hij misschien minder last van zou kunnen hebben. Dadelijk denken kijkers 'ik laat me niet testen want dadelijk ga ik erop achteruit'. En dat zou een verkeerd beeld geven van de werkelijkheid.'

Het is duidelijk dat de stichtingen vooral willen dat hun onderwerp op een juiste manier naar buiten wordt gebracht en dat er geen verkeerd beeld wordt geschapen bij de kijkers. Daarom hechten ze veel waarde aan het feit dat er wordt geluisterd en dat er zorgvuldig wordt omgegaan om hun onderwerp. Zantkuijl laat in het interview dan ook blijken dat hij blij is dat ook bij *GTST* het besef is doorgedrongen dat er nauwlettend moet worden omgegaan met een onderwerp als hiv. Hij vertelt dat Anita met haar nieuwe man Dennis een kind wil. Maar omdat ze hiv heeft is dit niet zo gemakkelijk. Een aantal jaar geleden kreeg het personage ook al een kind terwijl ze was besmet. De makers van de serie hadden toen medicijnen verzonnen die in de werkelijkheid nog niet eens bestonden. Die gegevens hadden ze duidelijk niet gecheckt. Nu Anita haar tweede kind wil, hebben de makers van *GTST* contact gezocht met Zantkuijl om te informeren over de gang van zaken. Zij wilden daarmee het verhaal feitelijk juist weergeven. Uit dit voorbeeld komt duidelijk naar voren wat ook in de inleiding van deze deelparagraaf duidelijk werd: de makers van soapseries zijn beter gaan beseffen dat een verhaallijn moet kloppen. Benzile stelt het erg op prijs dat het onderwerp met respect wordt behandeld. Hij laat merken in het interview dat hij het prettig vindt dat er interesse is in het onderwerp en dat velen zich hierin willen verdiepen. Marsja Meijer van de KWF Kankerstichting was ook erg tevreden over de wijze waarop *GTST* de verhaallijn behandelde waarin Barbara borstkanker heeft. Ze had zelf het uiteindelijke resultaat niet gezien maar hoorde van collega's dat het netjes was weergegeven. Ook was ze er erg blij mee dat de makers de verhaallijn zo realistisch mogelijk wilde neerzetten. Op de vraag of de samenwerking beter kon, antwoord ze met een stellige 'Nee'.

In de volgende deelparagraaf wordt dieper ingegaan op het proces en de organisatie van een E&E samenwerking.

5.2.2. De organisatie en het proces van een E&E samenwerking

Uit de interviews komt duidelijk naar voren dat er geen sprake is van een samenwerking zoals Bouman (1999) die beschrijft en zoals die in hoofdstuk drie wordt uitlegt. Eerder werd duidelijk dat er zelfs kan worden gesproken van eenrichtingsverkeer. Dat komt omdat er in de praktijk alleen contact is tussen beide partijen wanneer de soapmakers contact opnemen met de belangenorganisaties. Dat gebeurt over het algemeen per e-mail en alleen omdat de schrijvers informatie nodig hebben over een bepaald onderwerp. Het contact ontstaat dus niet omdat er door de schrijvers wordt gezocht naar een samenwerkingspartner om zo educatie te verwerken in de series. Daarnaast is de samenwerking ook eenrichtingsverkeer, omdat er voorafgaand aan de samenwerking geen afspraken worden vastgelegd en alle macht bij de schrijvers ligt. De medewerkers van de belangenorganisaties krijgen geen zeggenschap over het script en moeten net als de 'gewone' kijkers wachten op de uitzendingen om te zien of hun onderwerp goed in beeld wordt gebracht. Gezien deze feiten kan er worden geconcludeerd dat E&E in *GTST* en *ONM* niet werkt zoals de Bouman (1999) een E&E samenwerking omschrijft.

In paragraaf 3.1.1. zijn de type samenwerkingen beschreven zoals Bouman (1999) die in haar theorie beschrijft. In deze paragraaf werd al aangenomen dat er waarschijnlijk geen sprake is van de type samenwerkingen *E&E production* en *E&E coproduction*. Dit is omdat dit onderzoek zich concentreert op al bestaande series en niet op series die worden gevormd om educatie over te brengen. Uit het onderzoek klopt dat deze aanname correct is aangezien zowel *ONM* als *GTST* geen series zijn die speciaal zijn ontwikkeld voor educatie.

Wel komt af en toe het televisieprogramma *12 steden, 13 ongelukken* aan bod. Dit was een programma van de VARA dat was te zien tussen 1990 en 1995. Het was een samenwerking tussen de stichting Veilig Verkeer Nederland en televisiemakers in opdracht van het ministerie van Verkeer en Waterstaat met als doel mensen bewust te laten worden van veiligheid in het verkeer. Geen van de respondenten is destijds betrokken geweest bij de ontwikkeling van het programma. Er zijn dus geen onderzoeksresultaten over ervaringen met een dergelijke samenwerking.

Ook van de derde vorm, *E&E inscript participation*, is niet echt sprake. Er wordt namelijk geen contract afgesloten, geen afspraken gemaakt en er is geen sprake van betaling. Dat er niets wordt vastgelegd komt omdat de makers van de series dit niet willen. Ten eerste willen ze de macht behouden over het script. Uit angst om de controle over hun eigen script te verliezen, willen zij zich niet vastleggen en besluiten daarom dat ze geen geld willen verdienen aan E&E. Heel soms komt er bij Endemol een verzoek van een stichting binnen voor een samenwerking. Deze biedt dan geld in ruil voor de behandeling van een bepaald onderwerp. Huizinga benadrukt dat deze verzoeken door Endemol altijd worden doorgestuurd naar de scriptschrijvers, want zij bepalen welk onderwerp wordt verwerkt in de serie. Zij bepalen daarom ook of er iets wordt

gedaan met het samenwerkingsverzoek. Ten tweede zijn ze, dat kwam naar voren in de vorige paragraaf, er bang voor dat kijkers doorhebben dat hen iets wordt geleerd en hun programma publiek kwijtraakt.

De vierde mogelijkheid voor een E&E samenwerking die Bouman (1999) voorstelde is lobbying. Hierbij stelt ze dat belangenorganisaties proberen om hun onderwerp in een televisieprogramma te krijgen. Soms wordt er ook bij Scriptstudio door belangenorganisaties gelobbyd om hun eigen onderwerp in de serie te krijgen. Hier is dan geen geld mee gemoeid en de lobbyist laat dan volledig de mogelijkheid open aan de scriptschrijver of er iets met dit verzoek wordt gedaan. Linssen staat hier wel positief tegenover. Lobbyen vindt hij 'allemaal prima, dat kan voor ons een verhaaldeel opleveren'. Uit de interviews blijkt dat het contact tussen beide partijen meestal ontstaat wanneer de scriptschrijvers informatie moeten hebben over een bepaald thema dat ze willen aanhalen in de serie. Dat is bijvoorbeeld gebeurd toen Huizinga contact opnam met Zantkuijl over de verhaallijn waarin Sam besmet raakt met hiv. Dit kan dus wel een soort lobbying worden genoemd, maar dan ligt het initiatief bij de schrijvers, en niet bij de belangenverenigingen, zoals Bouman (1999) het voorschrijft. 'Met lobbying is geen geld gemoeid', vertelt Linssen. De directeur van Scriptstudio vindt het het beste als het initiatief bij de bedenkers van het script begint. 'Dan heeft het een noodzaak en past het binnen het script.' Daarbij komt ook weer de eenzijdigheid van de macht in de samenwerking naar voren. Het is duidelijk dat het gaat om de invulling van het script en niet om de belangenorganisaties die de kijker iets wil leren.

Dat een samenwerking in de meeste gevallen start vanuit het initiatief van de schrijver wordt door zowel Huizinga als Bos bevestigd. Huizinga vertelt dat scriptschrijvers gaan bellen naar stichtingen of andere organisaties wanneer zij te weinig weten van een onderwerp. Op die manier proberen de schrijvers hun kennis over het onderwerp te vergroten. Het contact met de instellingen bestaat dan over het algemeen uit het zoeken naar informatie over feiten van dat bepaalde thema. Maar ze vertelt wel dat dit sinds het ontstaan van internet veel minder voorkomt. Als voorbeeld geeft ze het personage Imani uit *ONM*, een Somalisch meisje dat het land uit moet. Daarbij werd met behulp van advocaten gecontroleerd wat haar rechten en plichten zijn. Kennard Bos stipt aan dat het contact alleen 'functioneel' is. Daarmee bedoelt de schrijver functioneel voor het script van de serie. Pas wanneer het onderwerp goed wordt behandeld in de serie en kijkers krijgen hierdoor een goede indruk van het onderwerp kan deze samenwerking functioneel zijn voor de belangenorganisaties. Omdat er geen sprake is van geld en omdat er niets contractueel wordt vastgelegd hebben medewerkers van belangenorganisaties ook geen enkele inspraak. Het is duidelijk dat het belang van eigen controle over het script voor de schrijvers zwaarder weegt dan de mogelijkheid om geld te verdienen. De angst voor het verliezen van controle over het

eigen script is een terugkomend thema in de gesprekken met de schrijvers. Dat komt ook naar voren uit het volgende fragment in het interview met Huizinga.

Interviewer: 'Hoeveel invloed hebben belangenorganisaties op de inhoud van het script?'

Anne Huizinga: 'Helemaal niets. Het is ons verhaal en we hebben de organisaties alleen nodig voor informatie. Maatschappelijke organisaties worden door ons voornamelijk gebruikt voor informatie. Hoe beter de samenwerking, hoe hoger hun verhaalinput is. Een goede verstandhouding tussen beide partijen is daarvoor erg belangrijk en daar wordt ook veel moeite voor gedaan. Wanneer de samenwerking goed is leggen we ook wel onderdelen van verhaallijnen aan hen voor en soms komen zij met adviezen waar we echt wel veel aan kunnen hebben. Ze hebben namelijk ook ervaring met bepaalde verhalen uit de realiteit.'

Aangezien er dus niet echt sprake is van een samenwerking kan er ook worden geconcludeerd dat het figuur van Bouman (1999), fases van E&E samenwerking, niet wordt toegepast in de praktijk bij een samenwerking tussen de makers van *GTST* en *ONM* en belangenorganisaties. De eerste twee fases waarin volgens Bouman (1999) wordt gekeken naar de mogelijkheden van een samenwerking, bestaat er alleen uit dat scriptschrijvers zoeken naar een stichting die hen van informatie kan voorzien. Er worden, zoals eerder aangeduid, geen contracten opgesteld en er wordt ook niet onderzocht hoe het geheel kan worden gefinancierd. Het eerste aanspreekpunt van Huizinga bij Soa Aids Nederland voor de verhaallijn waarin het personage Sam besmet raakt met hiv, was Paul Zantkuijl. Huizinga heeft vooral veel gemaild met Zantkuijl, maar ook een keer persoonlijk mee afgesproken om haar ideeën voor de verhaallijn door te nemen. Uit de mailwisseling tussen Anne Huizinga en de medewerkers van Stichting Soa Aids Nederland is duidelijk op te maken hoe de samenwerking verloopt. Nadat er eerder een wat vager contact is geweest tussen beide partijen, mailt Anne Huizinga Paul Zantkuijl om zo achtergrondinformatie te verkrijgen over het verwerken van het hiv/aids thema in *ONM*. Zantkuijl was positief over de eerste mail van Huizinga. In het interview geeft hij aan dat hij merkte dat Huizinga zich goed had verdiept in het interview, iets wat hij erg waardeerde. Huizinga maakt in haar mail duidelijk dat ze in de verhaallijn de grens wil opzoeken. Ze wil een personage iets laten overkomen, wat weinig gebeurt.

Het opzoeken van grenzen binnen maatschappelijke thema's sluit ook aan bij wat is besproken over soapseries in hoofdstuk twee. Daarin werd duidelijk dat soaps de werkelijkheid vervormen als een soort lachspiegel. Hoewel het er wel op lijkt zie je niet de echte

waarheid. Daardoor gaan volgens Ang (1982) gebeurtenissen in soapseries sneller dan in de realiteit. (Ang, 1982) Dingen worden verdreven of de uitersten van situaties worden opgezocht. Om ook in het verhaal Sam het uiterste op te zoeken, maar wel een verhaal te vertellen wat zou kunnen kloppen, vraagt Huizinga aan Zantkuijl in hoeverre het besmet raken van heteroseksuele jongens speelt in de samenleving. Dat Huizinga niet het stereotype heeft opgezocht van bijvoorbeeld een homoseksuele jongen die besmet raakt, spreekt Zantkuijl erg aan. Het laat kijkers immers zien dat hiv niet alleen een ziekte is voor homo's en dat ook hetero's moeten oppassen.

Uit de correspondentie blijkt dat Huizinga haar inspiratie heeft gehaald uit berichten in de media. Daarna heeft ze hier zelf feiten bij gezocht om vervolgens deze te verifiëren bij Stichting Soa Aids Nederland. Daarna wordt de informatie toegepast op de verhaallijn en op het personage. Dat maakt duidelijk dat verhaallijnen niet ontstaan doordat organisaties contact zoeken met scriptschrijvers, maar dat het begint bij een idee van een schrijver die in samenwerking met het schrijversteam beslist of het verhaal bruikbaar is voor de serie. Dit proces wordt heel duidelijk in het volgende fragment uit het interview met Huizinga:

Anne Huizinga: 'We richten ons op jongeren in de huidige tijd en daar passen we de thema's op aan. Jonge mensen moeten het interessant vinden dat is belangrijk. Thema's ontstaan ook vooral door eigen fascinatie, daaruit wordt weer een verhaal geboren. Wanneer we weinig weten van dit onderwerp gaan we rondbellen naar stichtingen of andere organisaties die er wel veel vanaf weten.'

De tweede fase van het schema van Bouman (1999) beschrijft hoe de samenwerking uiteen wordt gezet. Er is in de praktijk geen sprake van een wederzijdse uiteenzetting van de samenwerking. Het is eerder het geval dat de maker van de serie duidelijk maakt dat de stichting geen enkele inbreng in het script zal hebben en dat ze niet moeten verwachten dat de inhoud van de verhaallijn compleet waarheidsgetrouw zal zijn. Zo vertelt Huizinga dat een dramaserie nooit een exacte weergave is van de werkelijkheid en dat dit meer iets is voor een documentaire. Dat Zantkuijl moet dat idee dus ook niet hebben. Ook laat ze blijken dat ze inziet dat de verhaallijn een bepaalde educatieve waarde heeft omdat het publiek zich zal herkennen in de personages. Ze maakt duidelijk dat ze dit serieus neemt en het als haar taak ziet om zorgvuldig met de feiten om te gaan, zodat de verhaallijn wel klopt of zou kunnen kloppen. Zo willen ze bijvoorbeeld vertellen dat veilige seks zonder condoom niet bestaat en dat er met hiv valt te leven maar dat dit niet gemakkelijk is. Wel maakt ze duidelijk dat een verhaal niet als moralistisch is bedoeld. Zo schrijft ze dat scriptschrijvers altijd op zoek zijn naar thema's en onderwerpen die jongeren

bezighouden of belangrijk vinden. Ze merkt wel op dat het moralistisch klinkt, maar het niet zo is bedoeld. Een moraal zit er wel in de verhaallijnen, maar dat is vooral het moraal van de schrijver zelf. Scriptschrijvers willen vooral bereiken, volgens Huizinga, dat de kijkers door de verhalen in *ONM* aan het denken worden gezet over de onderwerpen die in de serie voorkomen. Huizinga voegt er aan toe dat de makers van *ONM*, tot hun plezier, merken dat er over de meeste verhalen en thema's regelmatig op het forum van de website discussies ontstaan.

De eenzijdigheid waarop de afspraken tussen beide partijen worden gemaakt laat ook weer zien dat de macht bij de scriptschrijvers ligt en dat er dus geen sprake is van een samenwerking. In het interview vertelt Zantkuijl dat je als stichting blij moet zijn dat soaps aandacht willen besteden aan jouw onderwerp. Dit moet je positief benaderen en vervolgens moet je goed meehelpen zodat het op een goede manier wordt behandeld. Zantkuijl reageerde altijd snel op de mails van Huizinga. Omdat hij wilde laten zien dat hij het belangrijk vindt dat er zorgvuldig wordt omgesprongen met het betreffende onderwerp in de serie. Zantkuijl zet daarom snel wat lijnen uit die voor hem moeten onderzoeken of de feiten die Huizinga wil aanhalen in de serie, ook echt realistisch zijn. Huizinga gaat ondertussen door met het schrijven van de verhaallijn en blijft ze Zantkuijl op de hoogte houden van de vorderingen. Dit toont aan dat ook zij belang hecht aan een goed contact.

In de derde fase van Bouman (1999) wordt het onderwerp uitgewerkt in het script. Deze fase vindt wel plaats, maar alleen de scriptschrijvers hebben hier iets over te zeggen. Wel worden er nog wel regelmatig feiten gecontroleerd. Er is helemaal geen sprake van een samenwerking in deze fase omdat de macht volledig bij de makers van *GTST* en *ONM* ligt. Wel vertelt Huizinga Zantkuijl wel gedetailleerder over hoe het thema in de serie gaat passen en welk personage besmet zal raken. Ook blijkt dat ze zich naast medewerkers van stichtingen ook laat informeren door ervaringsdeskundigen. Dit is vooral om meer te weten te komen over de emoties die erbij komen kijken. Na deze e-mail reageert Zantkuijl op de inhoudelijkheden en hij geeft advies over de wijze waarop het onderwerp iets beter volgens de werkelijkheid verteld kan worden:

Paul Zantkuijl: 'Sam wordt behoorlijk ziek. Dat kan, maar switcht hopelijk dan toch wel van medicatie? Er zijn namelijk een aantal combi's waar de meeste mensen niet of nauwelijks ziek van worden! Anders belemmert dit mensen om zich te laten testen als in *ONM* het beeld ontstaat dat het slikken medicijnen zo ontzettend afzien is. Je kan pech hebben (past natuurlijk wel bij een pechvogel als Sam) maar dan moet je ook wel op een of ander manier duidelijk maken dat veel mensen met hiv relatief probleemloos hun medicijnen slikken.'

Op deze en andere tips van Zantkuijl reageert Huizinga. Enkele dingen zal ze aanpassen om dicht bij de werkelijkheid te kunnen blijven. Wat betreft andere zaken blijft ze bij haar eerdere ideeën. Dit is omdat drama boven alles gaat en het in een soapserie allemaal sneller moet gaan dan in het echte leven, anders haken de kijkers af, aldus Huizinga. Nadat Zantkuijl nog een keer reageert op de mail van Huizinga is de correspondentie afgelopen. Huizinga lijkt voldoende informatie te hebben voor de invulling van haar verhaallijn. Vanaf nu is het voor de schrijvers wachten op het resultaat. Daarbij komt het contact in een fase die in het schema van Bouman (1999) zou zijn te vergelijken met de vierde fase.

Volgens Bouman (1999) is de vierde fase het moment van de evaluatie. In deze fase zou volgens Bouman (1999) het deel worden uitgezonden en worden gekeken of er misschien vaker wordt samengewerkt. In de praktijk zien de medewerkers van de belangenorganisaties de verhaallijn nu, net als alle andere kijkers, voor het eerst. Zij hebben immers geen inzage gekregen in het script en net als alle andere kijkers moeten zij wachten op de uitzendingen voor het resultaat. Er is in de praktijk ook geen moment waarop er nog wordt geëvalueerd over de samenwerking. Bouman (1999) geeft ook aan dat er regelmatig onderzoek moet worden gedaan over hoe de educatie in het programma wordt ontvangen door de kijkers. Uit de interviews blijkt dat dit in de praktijk niet gebeurt.

Ondanks dat er op het moment geen sprake is van een echte samenwerking, laten de medewerkers van belangenorganisaties wel blijken dat zij interesse hebben in het participeren in soapseries. Voor de organisaties is de enige belemmering het geld. Tijdens het interview met Benzile werd hem gevraagd dat als de stichting voldoende geld zou hebben of hij dan bereid is om een personage of een thema te kopen in een soapserie. Benzile antwoordde daarop dat hij daar continue aan denkt, alleen zijn kleine budget weerhoudt hem daarvan. Maar, hij zou het graag doen. Wel wil hij dan bij het hele traject betrokken zijn. Benzile omschrijft als volgt hoe hij deze vorm van samenwerking zou zien:

Filippo Benzile: 'Ik respecteer dat zij een andere taak hebben en deskundigheid dan ik. Van beide kanten moet je dat besef hebben anders werkt het niet. Een belangrijke vraag is hoe je op een reële wijze neerzet dat iemand besmet raakt. Dat kunnen zij heel goed uitvoeren, daar hebben zij ervaring in en ik niet. Je kunt heel goed situaties van onveilig vrijen in beeld brengen en met drama kan je het moment zelf en ook de gevolgen ervan, heel erg goed uitbouwen. Niet alleen het onveilig vrijen, maar ook hoe gaat iemand met die besmetting om, hoe vertelt die persoon dat aan zijn of haar familie en vrienden. Wat heeft het voor impact op het leven van die persoon. En je hebt een enorm groot publiek, er kijken geloof ik elke dag 1,2 miljoen

mensen naar *GTST*. Maar, het gebeurt inderdaad dat mensen betalen voor thema's in een soap. Dat zou ik ook willen doen. Ja, het zou mooi zijn als we een deal kunnen maken.'

Dat deze wens nog erg onbereikbaar is, wordt duidelijk wanneer er met Anne Huizinga wordt gesproken over deze optie. Ze maakt duidelijk dat organisaties moeten beseffen dat ze geen verhaallijn kunnen kopen. In plaats daarvan stelt ze voor dat het beter is dat organisaties dit via een serie hun onderwerp behandeld willen hebben ze misschien beter zelf een serie kunnen helpen ontwikkelen. Dan hebben ze hier alle controle over omdat ze eigenaar zijn. Als voorbeeld geeft ze het programma is *12 steden, 13 ongelukken*.

De samenwerking zoals Bouman (1999) die omschrijft is in de praktijk niet terug te vinden. Dat komt door een groot aantal knelpunten. In de theorie uit hoofdstuk drie kwamen ook al enige knelpunten naar voren. In dit onderzoek komen er nog een aantal bij. In de volgende paragraaf worden deze behandeld.

5.2.3. De knelpunten in een E&E samenwerking

In hoofdstuk drie werd duidelijk dat in het onderzoek van Bouman (1999) een aantal knelpunten tussen beide partijen naar voren zijn gekomen. Volgens Bouman zijn het er drie. Ten eerste zou de samenwerking tussen beide partijen niet gelijkwaardig zijn. Ten tweede voelen voorlichters zich vaak in het diepe gegooid en ten derde zijn er grote verschillen in werkcultuur –en stijl tussen beide groepen. Uit de interviews van dit onderzoek kwamen echter een vijftal knelpunten naar voren. Ten eerste werd duidelijk dat er een verschil in uitgangsposities en doelen is tussen beide partijen. Ten tweede werd duidelijk dat schrijvers liever geen mening geven over een bepaald onderwerp, terwijl medewerkers van belangenorganisaties juist de ideeën van hun organisatie naar voren willen brengen in de serie. Het derde knelpunt is dat medewerkers van belangenorganisaties, volgens de schrijvers, te weinig kennis zouden hebben van de werkwijze van de schrijvers. Ten vierde zouden organisaties met *dédain* naar soapseries en de makers ervan kijken. Het laatste en vijfde knelpunt is dat de bereidheid bij beide partijen om elkaar te begrijpen niet heel groot is. In dit onderzoek zijn dus meer knelpunten geconstateerd dan in het onderzoek van Bouman uit 1999. In deze paragraaf worden de knelpunten behandeld die naar voren kwamen in de interviews.

Het eerste en belangrijkste knelpunt zijn de verschillende uitgangsposities tussen de twee partijen. Linssen legt uit dat de manier van denken, door de verschillende doelen, tussen de twee partijen ver uit elkaar ligt. Zo willen de belangenorganisaties publiciteit genereren voor hun doel maar ze zijn bang voor verkeerde publiciteit omdat onderwerpen bijvoorbeeld verkeerd worden aangehaald. Linssen geeft hier een voorbeeld van:

Roeland Linssen: 'Een voorbeeld hiervan is toen er sprake was van een eventuele samenwerking met de stichting voor Suikerziekte, Diabetes. Wij hebben een paar jaar geleden gesprekken met hem hierover gevoerd. Zij waren heel bang dat de naam van de ziekte verkeerd zou worden gebruikt en dat het suikerziekte zou worden genoemd in de serie in plaats van diabetes. Dat terwijl wij liever suikerziekte zouden noemen in de serie omdat dat de kijkers meer zegt.'

Linssen vertelt dat het doel van de auteurs het schrijven van goed drama is. Een belangrijk aspect van drama, zijn de conflicten waarin de personages terecht komen. Dit doel is ook logisch want ook in de theorie van hoofdstuk twee komt naar voren dat drama een belangrijk kenmerk van het genre soap is. Zo vertelt Ang dat in elke aflevering problemen worden opgelost, maar telkens ook weer nieuwe worden gecreëerd, die het uitgangspunt vormen voor de volgende aflevering (Ang, 1982). Schrijvers zijn dus op zoek naar die problemen, conflicten. Dat terwijl het Diabetes Fonds wilde laten zien dat Diabetes helemaal niet zo erg is en dat er goed met de ziekte is te leven. Bij Scriptstudio vonden ze dat veel minder interessant. Want educatie is niet het primaire doel van Scriptstudio, aldus Linssen. En volgens de directeur moeten organisaties begrijpen dat soapseries niet als eerste doel hebben om mensen dingen te leren. Zo zegt hij: 'we zijn geen educatieve instelling'. Volgens Linssen zijn dramamensen, zoals de directeur spreekt over makers van soaps, bang om voor het karretje te worden gespannen met een ander doel dan het schrijven van een script. Daarnaast zijn makers van soapseries ook waakzaam voor 'het vingertje', met andere woorden: bang dat kijkers zich eraan gaan ergeren dat ze niet ontspannen naar een soap kunnen kijken maar dat hen ongevraagd een wijze les wordt opgedrongen. Want volgens Linssen hebben kijkers het heel snel door als er een wijze les tussendoor komt en dat werkt juist averechts. Wel merkt hij op dat ook belangenorganisaties, in tegenstelling tot vroeger, zich er steeds meer van bewust zijn dat het niet werkt 'om met je vingertje te wijzen'. Daarnaast merkt hij op dat hij het vermoeden heeft dat schrijvers bang zijn dat de serie een te braaf karakter krijgt wanneer er veel educatie in voorkomt. In een verzoek tot samenwerking moet er, volgens de directeur, wel goed worden gekeken of het interessant is voor de kijker: 'want dat is toch waar het om moet gaan'.

Het tweede knelpunt tussen beide partijen is dat Scriptstudio in de verhalen liever niet laat zien wie er gelijk heeft. 'Mensen zijn het wel of niet mee eens dat is voor ons om het even'. Schrijvers willen veel liever een bepaald thema aansnijden, vertelt Linssen, en kijkers erover laten nadenken zodat ze een eigen keuze kunnen maken. Terwijl belangenorganisaties juist mensen ergens van willen overtuigen, namelijk van hun eigen ideeën. Dat leidt tot belangenverstrengeling in de samenwerking. Dat maakt deze samenwerking een stuk moeilijker.

Linssen geeft nog een andere reden en die komt sterk overeen met de theorie van Creeber (2004) die genoemd is in hoofdstuk twee. Daarbij stipt de wetenschapper aan dat in soapseries bijna geen politieke kwesties of meningen worden aangehaald. Het commerciële karakter van soaps is hiervoor de voornaamste reden, want wanneer kijkers het niet eens zijn met het standpunt dat wordt genomen in de serie, zullen zij eerder afhaken en niet meer kijken. Linssen legt ook uit dat hij dit in de praktijk heeft gemerkt. In Nederland zijn er volgens de directeur van Scriptstudio veel verschillende belangen. Er zijn honderden stichtingen die willen dat hun ideeën worden uitgedragen. Linssen geeft hierbij een kenmerkend voorbeeld van een aantal jaar geleden toen het personage Roos uit *GTST* vegetariër werd. In deze verhaallijn vertelt Roos over al het dierenleed in de wereld. Volgens Linssen was de stichting voor slagers niet blij mee met deze uitlatingen van Roos en kwam daardoor in opstand. Scriptstudio werd echt boos opgebeld: hoe hadden zij die 'onzin' in *GTST* hadden durven vertellen. Tijdens het gesprek komt ook een recenter voorbeeld ter sprake, namelijk het thema milieu. Hierin gaat het personage Charlie zich opeens bijzonder veel zorgen maken om het milieu. Dit lijkt op E&E, maar dat was het niet:

Interviewer: 'De scène laatst in *GTST* van Charlie die het had over het opwarmen van de aarde was dat in samenwerking met een stichting?'

Roeland Linssen: 'Nee, schrijvers denken zelf ook na over dingen die leven in de maatschappij en die verwerken ze in de scripts. Dit kunnen dingen zijn als milieuproblemen, vegetarisme, het opwarmen van de aarde etc. Scriptstudio wil ook graag laten zien hoe mensen zich ergens in kunnen verliezen en daardoor andere dingen uit het oog kunnen verliezen. Hoe een doel de middelen heiligt.'

Ook in het gesprek met Huizinga komen de problemen en fricties tussen de twee partijen naar voren. Eén van de belangrijkste elementen van de knelpunten is volgens Huizinga dat belangenorganisaties te weinig zouden weten van de werkwijze van scriptschrijvers. Belangenorganisaties hebben volgens haar het idee dat soapmakers op zoek zijn naar zoveel mogelijk issues die ze kunnen verwerken in de serie. Dat is niet waar, scriptschrijvers hebben als eerste doel om zoveel mogelijk kijkers te halen. Dat wordt volgens Huizinga niet begrepen en dat levert frictie op. Ook heeft ze het idee dat sommige organisaties denken dat schrijvers de verplichting hebben om met hen samen te werken. 'Maar, dat is complete onzin, we hoeven niet een bepaalde boodschap te verkondigen', zegt Huizinga. Dat belangenorganisaties niet altijd begrijpen hoe televisieprofessionals werken kwam ook naar voren in de theorie van Bouman (1999) in hoofdstuk drie.

Een ander knelpunt komt volgens Huizinga voort omdat sommige organisaties met *dédain* naar soapseries en de makers ervan kijken, maar hen wel graag willen gebruiken omdat ze ook goed weten dat de invloed van de series erg groot is. Huizinga hoopt dat alle knelpunten tussen belangenorganisaties en makers van soapseries in een 'rustiger vaarwater komt'.

Deze belangenverstrengeling en het verschil in doelen wordt ook onderkend door Benzile. Ondanks dat hij erg positief is over de wijze waarop er wordt samengewerkt tussen de twee partijen en de mogelijkheden die E&E met zich meedraagt ziet hij ook dat er knelpunten zijn.

Interviewer: 'Zie je ook negatieve kanten aan een samenwerking?'

Filippo Benzile: 'Ja, de frictie van een samenwerking zit in de tegenstrijdige belangen. Ik wil een discussie losmaken en vooral weinig stigma aan het onderwerp verbinden terwijl een regisseur juist meer drama wil. Dit is voor hem het allerbelangrijkste want dat trekt kijkers. Het mooiste is als dat gelijk kan lopen.'

Ondanks de verschillen tussen de twee partijen die een blokkade kunnen vormen voor een geslaagde samenwerking is het niet allemaal kommer en kwel. In het gesprek met Linssen geeft hij aan dat in de samenwerking de bereidheid om elkaar te begrijpen niet heel erg groot is, maar deze is de laatste jaren, zo merkt hij, wel gegroeid. Dit is ook goed te concluderen door de uitspraken van Zantkuijl. Hij laat merken dat het als organisatie belangrijk is dat je met mensen van de televisie werkt. Hij zegt dat organisaties ook moeten beseffen dat in de serie dingen anders naar buiten worden gebracht dan ze in het echt zijn. Het moet bijvoorbeeld allemaal compacter en sneller omdat je niet een paar jaar kan wachten totdat het lichaam last krijgt van hiv. Volgens Zantkuijl moet een stichting niet direct willen dat dit wel zo wordt uitgevoerd, want dat komt het contact met de schrijver volgens hem niet ten goede. Ook Meijer geeft aan dat ze wel merkte dat het een en ander over borstkanker in *GTST* iets te dik er bovenop werd gelegd. Ze vindt dit wel begrijpelijk. 'Het blijft natuurlijk een dramaserie', schrijft ze.

Zantkuijl zegt ook dat hij merkte dat het zeer werd gewaardeerd dat hij altijd snel reageerde op de mails. Hij noemt als voorbeeld dat de HIV-vereniging, waar Huizinga ook contact mee heeft gehad over de verhaallijn, langzamer reageerde en daardoor vaak te laat was. Zantkuijl vertelt verder dat hij blij was dat *ONM* aandacht wilde besteden aan het onderwerp hiv. Volgens hem moeten stichtingen dit positief benaderen en meehelpen dat het op de juiste manier wordt behandeld. In de knelpunten van Bouman (1999) komt de snelheid van werken ook naar voren. Bouman noemt het een verschil in werkcultuur en -houding. Zo waren medewerkers van voorlichtingsorganisaties, volgens Bouman (1999), niet gewend aan de snelle werkwijze van de televisieprofessionals. De voorlichters ervoeren de dynamiek en de creativiteit van het maken

van televisie aan de andere kant als positief. De voorlichters vonden het spannend om samen te werken met de televisiewereld. Daarnaast voelden ze zich nodig omdat zij de informatie leverden. In dit onderzoek wordt, te zien aan het voorbeeld hierboven, duidelijk dat een aantal stichtingen inmiddels hun werkhouding aanpassen aan de schrijvers. Dit doen ze omdat dit, zoals Bouman (1999) ook al beschreef, hun enige kans is om nog een beetje inspraak te hebben in het script.

5.2.4. Houding van televisieprofessionals en belangenorganisaties ten opzichte van E&E

In hoofdstuk drie zijn er een aantal punten aan bod gekomen die volgens Bouman (1999) het voordeel zijn van E&E. Ten eerste zou E&E een vernieuwende mogelijkheid bieden voor belangenorganisaties om hun publiek te bereiken. Ten tweede zou door E&E het publiek meer betrokken raken bij de voorlichtingsboodschappen dan bij andere communicatievormen van voorlichting. Ten derde kan E&E gesprekken tussen mensen losmaken over een onderwerp, dat kan weer leiden tot een positieve gedragsverandering (Bouman, 1999). Uit de interviews blijkt dat in de praktijk deze voordelen wel worden gezien door zowel de scriptschrijvers als door de medewerkers van belangenorganisaties. Er zijn echter ook een hoop andere meningen over E&E naar voren gekomen in de interviews. Waar medewerkers van belangenorganisaties over het algemeen erg positief tegenover E&E staan, hebben de makers van de series gemengde gevoelens. De diverse houdingen over E&E worden hieronder puntsgewijs genoemd:

- Schrijvers staan er negatief tegenover dat een andere partij over hun schouders meekijkt tijdens hun creatieve proces.
- Schrijvers zijn bang om kijkers kwijt te raken doordat er educatie is verwerkt in de serie.
- Een E&E samenwerking kan commercieel interessant zijn.
- Ondanks dat *ONM* en *GTST* een groot publiek bereiken, vinden beide partijen dat het geen morele verplichting is voor de makers van de series om educatie in de series te verwerken.
- Schrijvers vinden niet dat er vaker een educatie moet voorkomen in soapseries.
- Medewerkers van belangenorganisaties zien een goede mogelijkheid in E&E om hun boodschap over te brengen.

Het eerste punt dat is genoemd, is dat schrijvers er negatief tegenover staan dat een andere partij over hun schouders meekijkt tijdens hun creatieve proces. De makers van de series zijn voornamelijk bang om hun eigen zeggenschap kwijt te raken over het script dat zij creëren. Daarom staat Linssen er niet positief tegenover om een contract af te sluiten met een andere partij. De directeur van Scriptstudio ziet namelijk ook wel in dat wanneer een belangenorganisatie betaalt voor een samenwerking dit wel verwachtingen schept bij die partij. Linssen zit daar

eigenlijk niet op te wachten. Daarom vindt hij een E&E samenwerking waar geld mee is gemoeid eigenlijk een linke situatie omdat makers van de soapserie er mee instemmen dat een andere partij mee kan beslissen over hun werk.

Roeland Linssen: 'Ik vind het (een EE samenwerking) een linke situatie, je conformeert je eraan dat iemand meekijkt over je schouder. Zeker omdat die stichting andere doelen heeft, namelijk zijn doel zo goed mogelijk in beeld brengen.'

Kennard Bos zegt ook duidelijk dat hij altijd huiverig is voor samenwerkingen met anderen: 'Ik wil niet iemand die meekijkt over mijn schouder'. Linssen is het hier mee eens, maar hij staat altijd open voor goede ideeën. Organisaties en schrijvers hebben volgens de directeur van Scriptstudio veel aan elkaar. 'Beiden willen (namelijk) schrijven over dingen die van maatschappelijk belang zijn'. Linssen merkt wel op dat hij denkt dat E&E goed zou werken bij kortlopende soapseries. Als argument hiervoor geeft hij dat hierin verhalen worden verteld die een kop en een staart hebben. Personages kunnen daardoor makkelijker een chronische ziekte hebben. Linssen legt uit dat ze bij *ONM* en *GTST* wat huiveriger zijn om langdurige ziektes in het script te verwerken. Je zit er namelijk aan vast, tenzij het personage weg gaat of overlijdt. Want moet wel realistisch blijven en daarom kan je niet zomaar iemand opeens geen aids meer laten hebben. Bij een kortdurende soap is dit makkelijker. Dat dit een probleem is in het team van *GTST* vertelt ook Bos als hij uitlegt dat ze zich wel eens hebben afgevraagd of Anita niet een soort pil kon krijgen om van haar hiv af te komen. Aangezien deze niet bestaat vonden de makers van *GTST* dat dit niet kan.

Het tweede punt dat belangrijk is in de houding tegenover E&E, is dat de makers van *ONM* en *GTST* vooral huiverig zijn voor het geven van een wijze les aan kijkers. De reden hiervoor is, dat ze het idee hebben dat ze kijkers zullen verliezen wanneer ze met een belerend vingertje naar hun publiek gaan wijzen. Dat is een van de redenen waarom Linssen zijn vraagtekens zet bij E&E. In de gesprekken werd duidelijk dat makers van soapseries hun kijkers wel aan het denken willen zetten over een bepaald onderwerp, maar het is niet hun bedoeling om de kijkers echt een wijze les mee te geven. Vooral de angst dat kijkers daardoor afhaken belemmert de E&E.

Roeland Linssen: 'We zijn geen educatieve instelling. Kijkers hebben het ook door als je te veel de nadruk legt op de educatie. Gelukkig zijn belangenorganisaties, in tegenstelling tot vroeger, ook steeds meer bewust ervan dat het niet werkt om met je vingertje te wijzen. Het werkt juist averechts.'

Kijkers hebben er volgens Huizinga, de hoofdschrijver van *ONM*, helemaal geen zin in dat iemand hen de les probeert te lezen. Daarnaast zouden ze het ook erg snel doorhebben wanneer dit wordt geprobeerd. Wanneer educatie dus wordt verwerkt in *ONM* moet dit volgens haar heel subtiel gebracht worden, anders haakt de kijker af.

Anne Huizinga: 'Het is heel belangrijk dat je mensen serieus neemt en niet als kleine kinderen behandelt. Het werkt bij jongeren niet om met dat vervelende vingertje te wijzen. Ze hebben het heel erg snel door als iemand hen de les probeert te lezen. Het moet dus allemaal subtiel worden gebracht. We worden namelijk doodgegooid met voorlichting en weten heel goed wanneer daarvan in amusement sprake is. En dan wordt er afgehaakt, mensen hebben daar helemaal geen zin in.'

Deze stelling van Huizinga staat overigens haaks op het idee van Singhal (2002) die zegt dat kijkers het liefst worden vermaakt door televisie die sociaal verantwoord is en bestaat uit 'heilzame' entertainment. Dat zou erop wijzen dat E&E wel wordt geaccepteerd en gewaardeerd door het publiek

Het derde punt dat is genoemd, is alleen door Linssen aangestipt. Hij merkt op in het gesprek dat E&E ook wel commercieel interessant kan zijn. Wanneer er veel geld wordt geboden wil de directeur van Scriptstudio er best over nadenken:

Roeland Linssen: 'De Hartstichting wilde in ruil voor een bedrag een bepaald verhaal. Hoewel het interessant is, want soaps is een commerciële business. Met dat geld kan je weer leuke dingen doen als buitenopnames enzo.'

Aangezien Linssen de directeur is van het bedrijf dat de scripts van *ONM* en *GTST* schrijft, is het logisch in te denken dat juist hij deze stelling neemt. Voor hem is het creatieve aspect uiteraard belangrijk, maar hij moet ook het financiële plaatje van zijn bedrijf in gedachten houden. De schrijvers Huizinga en Bos hebben hier minder direct mee te maken.

Het vierde punt dat genoemd werd in het begin van deze deelparagraaf, is dat ondanks *ONM* en *GTST* een groot publiek hebben, beide partijen van mening zijn dat het geen morele verplichting is voor de makers van de series dat hier educatie in wordt verwerkt. In de interviews werd gevraagd in hoeverre scriptschrijvers en medewerkers van belangenorganisaties het een morele verplichting vinden van soapmakers om educatie in het verhaal te verwerken. Het zijn immers programma's met een groot bereik die prima als een soort spreekbuis kunnen fungeren. De meningen van beide partijen lagen hier wel gelijk. Bos is het niet eens met het idee dat soaps

een soort spreekbuis zouden zijn. Hij vindt het goed als er een discussie ontstaat over de onderwerpen in *GTST*, want dat betekent dat mensen betrokken zijn bij de personages in de serie. Maar hij wil graag dat het daar bij blijft. Linssen is het niet eens met het idee van een morele verplichting. Wel vindt hij dat scriptschrijvers een bepaalde verantwoordelijkheid hebben ten aanzien van hun kijkers. Verhalen die niet kloppen of abject zijn worden dan ook niet verteld.

Roeland Linssen: 'Iemand die racist is zal niet als een goed karakter worden neergezet. Maar er kan wel goed verteld worden over hoe iemand zo is geworden. Daardoor kan een kijker wel meeleven met die persoon. Dat kan begrip opwekken voor dit personage. Dat draagt er misschien aan bij dat mensen zich realiseren dat sommige mensen in een bepaalde situatie terecht komen en dat het allemaal niet zo simpel is. Dat kan er ook voor zorgen dat kijkers zelf wat bewuster omgaan met zulke omstandigheden. Met het loverboy verhaal in *ONM* hebben we geprobeerd te vertellen dat mensen verkeerde keuzes kunnen maken en dat ze soms in een bepaalde hoek worden geduwd. Daarmee wek je begrip op ervoor dat mensen fouten kunnen maken.'

Ook vanuit de hoek van de belangenorganisaties wordt het niet als een morele verplichting gezien dat er educatie wordt verwerkt in soapseries. Meijer was het ook niet eens met het idee van de morele verplichting. Ze vindt het goed dat bepaalde onderwerpen worden aangesneden, maar een verplichting is het volgens haar zeker niet. Ze is overigens van mening dat wanneer schrijvers besluiten om maatschappelijke onderwerpen te gebruiken in de series dat het dan moet kloppen. De andere medewerkers van belangenorganisaties sluiten zich hier bij aan. Zo vindt Benzile het zelfs een 'creatieve zwakte om ver van de werkelijkheid af te staan'.

Het vijfde en een na laatste punt dat naar voren kwam ten opzichte van de houding van E&E, is dat schrijvers niet vinden dat er meer aan educatie in soapseries moet worden gedaan. In de gesprekken werd ook gesproken over of er niet vaker aan E&E moest worden gedaan in soapseries als *ONM* en *GTST*. Linssen is van mening dat Scriptstudio niet wil dat educatie op de voorgrond komt. Het wordt volgens hem dan al snel een zedenpreek en daar zouden mensen snel doorheen prikken. Bos vindt ook dat het niet vaker hoeft. Hij legt uit dat dit niet alleen zijn mening is, maar dat hij dit ook heeft gemerkt aan andere media. Toen er berichten naar buiten kwamen dat de Moslimomroep geld wilde steken in *ONM* viel volgens Bos de hele pers daarover omdat ze vonden dat dit niet kon. Bos legt uit dat hierdoor het idee bestaat dat een serie kan worden gekocht. Uiteindelijk heeft *ONM* wel personages die moslim zijn in de serie en ook een

verhaallijn over het geloof gemaakt. Maar, het verzoek van de Moslimomroep hebben ze afgewezen.

Het zesde en laatste punt over de houding ten opzichte van E&E, is dat medewerkers van belangenorganisaties E&E als een goede mogelijkheid zien om de boodschap van hun stichting over te brengen. Benzile vindt wel dat je vooral moet zorgen dat je geen 'overkill' krijgt. Hij zou het wel mooi vinden als zijn onderwerp wat vaker in series wordt behandeld. Vooral discussies over condoomgebruik mist hij in *ONM* en *GTST*. Daar zou hij graag meer van willen zien. Medewerkers van belangenorganisaties zien soapseries vooral als goede mogelijkheid om mensen na te laten denken over een bepaald onderwerp. Kijkers komen door de personages in de serie met bepaalde onderwerpen. Volgens Zantkuijl kan een situatie in de serie als voorbeeld in het echte leven dienen. Want wanneer kijkers in hun eigen leven in aanraking komen met onderwerpen die ze in de serie hebben gezien, dan zullen ze dit volgens Zantkuijl herkennen. Volgens Benzile zitten er een hoop voordelen aan het gebruik van E&E boven andere communicatievormen. Er is meer tijd om informatie over te brengen, je kunt mensen aan het denken zetten omdat ze zich identificeren met de personages en series hebben al een groep trouwe kijkers.

Filippo Benzile: 'Als je het op een geloofwaardige manier in een serie zet dan kunnen mensen zich erin herkennen of zich mee identificeren en dat kan hen aan het denken zetten. Je moet dus gaan inwerken op het gezonde verstand van mensen, van de kijkers. Bij een soapserie kan je heel goed de emotionele kant van een onderwerp en ook van hiv en het gebruik van condooms belichten. Bij een reclame die 27, 28 seconden duurt heb je daar geen tijd voor. Daarbij kan je gewoon die diepte niet in en identificeren mensen zich niet zo sterk met de personen die er een rol in spelen. Bij een serie kan je de consequenties van onveilig vrijen heel goed overbrengen. Daarnaast hebben deze series al een hele hoop trouwe kijkers.'

Deze gedachtegang sluit precies aan bij theorie van Bouman (2004) die zegt dat E&E meer ingaat op de gevoelens en gedachten van mensen wanneer ze in een bepaalde situatie verkeren en het kan de kijker aan de hand van dat voorbeeld wijzen hoe zij het beste met die situatie kunnen omgaan. Dit stimuleert gesprekken met familie en vrienden (Bouman, 2004).

5.2.5. Het toevoegen van maatschappelijke thema's in *GTST* en *ONM*.

Uit het onderzoek blijkt dus dat er geen sprake is van een samenwerking zoals Bouman (1999) die heeft beschreven. Ondanks dat worden er een hoop maatschappelijke thema's in de series verwerkt. Die thema's kunnen een voorbeeld zijn voor de wijze waarop kijkers bepaalde dingen

kunnen verwerken, benaderen en hoe zij erover kunnen denken. Zoals hoofdstuk drie al beschreef komt dat volgens Bandura (1977) door het gebruik van personages waarmee kijkers een band krijgen. Overigens bleek uit de vorige paragrafen dat scriptschrijvers geen mening willen opdringen, maar ook geen foutieve informatie willen laten zien of 'slechte' dingen willen goedpraten. In deze paragraaf wordt daarom ingegaan op hoe de keuze wordt gemaakt voor het gebruik van maatschappelijke thema's.

Bij het schrijven van *ONM* worden de maatschappelijke thema's bepaald doordat er wordt gekeken naar wat jongeren van deze tijd interessant vinden. Daarop worden de thema's aangepast. Volgens Huizinga ontstaan thema's ook door eigen fascinatie en daaruit wordt een verhaal geboren. Het voorbeeld dat Bos geeft is de situatie waarin Charlie opeens helemaal in de ban raakt van het milieu. De schrijvers van *GTST* waren op zoek naar een onderwerp en dan wordt er een brainstorm gehouden. Nadat wordt besloten dat dit een goed onderwerp is, wordt er op doorgegaan en wordt er een personage bij bedacht, dat was in dat geval Charlie. Daarnaast is het ook belangrijk of het leeft in de samenleving. Vervolgens kijken schrijvers pas naar de moraal achter het verhaal. Bos legt uit dat de schrijvers vooral willen laten zien dat er niet maar één wijze van vertellen is. Dat er meerdere manieren zijn om iets te doen:

Kennard Bos: 'Daardoor laat je als het ware zien dat de personages iets leren, een bepaalde groei doormaken. Maar we willen niet zeggen of iets goed of fout is, of een ander iets opdringen om je op een bepaalde manier te gedragen.'

Scriptschrijvers willen dus graag maatschappelijke thema's aanhalen in hun series omdat kijkers dit interessant vinden en omdat er veel drama in kan worden verwerkt. Schrijvers willen dat de verhaallijnen feitelijk kloppen maar verkondigen geen mening over het maatschappelijke thema. De reden hiervoor is de commercie, want wanneer er een mening wordt geuit zouden er wel eens kijkers kunnen afhaken. Het behouden van de kijker is het belangrijkste doel en niet dat de kijkers iets kan leren van de verhaallijnen met maatschappelijke thema's.

5.3. Samenvatting

In dit hoofdstuk werd antwoord gegeven op de volgende deelvraag: hoe ziet een Entertainment-Education samenwerking eruit? Na het analyseren van de interviews is duidelijk geworden dat het schema van Bouman (1999) niet aan de orde is in de praktijk. De werkelijkheid blijkt heel anders te zijn. Schrijvers bedenken een onderwerp die ze in het script van hun serie willen verwerken. Om geen protest te krijgen van hun kijkers, zorgen ze er vervolgens voor dat het verhaal klopt met de realiteit. Zo moeten bijvoorbeeld personages die een ziekte krijgen wel de juiste pillen slikken. Schrijvers zoeken hiervoor op internet en ze nemen soms contact op met belangenorganisaties. Gedurende dit contact wordt er niks contractueel vastgelegd. De

voornaamste reden hiervoor is dat schrijvers niet willen worden belemmerd in hun creatieve proces en omdat ze niet willen dat iemand over hun schouders meekijkt. Ze vragen daarom ook geen geld aan de organisaties. Hierdoor is er geen sprake van een samenwerking. Binnen de belangenorganisaties is een tweedeling aan de gang. De ene helft staat erg sceptisch tegenover soapseries uit angst voor het verkeerd verwerken van hun onderwerp en wil daarom liever niet helpen met de invulling van het script. De andere helft van de belangenorganisaties is juist blij dat er aandacht wordt besteed aan hun onderwerp. Om ervoor te zorgen dat de verhaallijn klopt helpt zij waar ze kunnen.

Daarnaast is er eigenlijk geen sprake van het bewust verwerken van educatie in de series *ONM* en *GTST*. Makers van deze series zijn vooral geïnteresseerd om onderwerpen te gebruiken die aantrekkelijk zijn voor de kijkers en die veel drama kunnen veroorzaken. Vaak zijn dat dan onderwerpen als ziektes, maar het kan ook bijvoorbeeld over het milieu gaan. In het verwerken van deze onderwerpen kiezen de schrijvers geen kant. Onder meer omdat ze door het uiten van een mening kijkers kunnen kwijtraken. Maar ze vertonen geen mening die compleet ingaat tegen de algemene moraal. Een personage dat de criminele kant opgaat wordt niet opeens als held gezien. Wel wordt er getoond hoe iemand in die positie terechtkomt. Omdat in hoofdstuk drie al duidelijk werd dat anderen als voorbeeld kunnen dienen voor mensen in het echte leven (Bandura, 1977), kan het gedrag van de personages als voorbeeld dienen voor de kijkers. Op die manier zijn de maatschappelijke thema's in *ONM* en *GTST* toch leerzaam voor het publiek.

In het volgende hoofdstuk komen de conclusies van het onderzoek aan bod. Daarbij wordt gekeken naar de resultaten, de discussie, beperkingen van het onderzoek en er wordt advies gegeven voor eventueel verder onderzoek.

6. CONCLUSIE

In dit laatste hoofdstuk komen de resultaten van het onderzoek aan bod. Daarbij wordt antwoord gegeven op de probleemstelling: *Hoe komen onderwerpen, gebeurtenissen of verhaallijnen, die zijn bedoeld als Entertainment-Education, in de soapseries Goede tijden, Slechte tijden en Onderweg naar Morgen tot stand tijdens het samenwerkingsproces tussen televisieprofessionals en belangenorganisaties?* Door interviews af te nemen met televisieprofessionals en medewerkers van belangenorganisaties is meer inzicht verkregen in de inhoud, productie en organisatie achter het schrijven van een script voor een verhaallijn in *ONM* en *GTST* waarin educatie is verwerkt. Daarnaast moest het onderzoek inzicht geven in hoe de samenwerking verloopt tussen televisieprofessionals en belangenorganisaties. Het belangrijkste uitgangspunt in het onderzoek was het door Bouman (1999) ontwikkelde model fases van een Entertainment-Education samenwerking (zie: figuur I). Het model geeft het proces van een E&E samenwerking weer (Bouman, 1999). Belangrijke vraag daarbij was of het model past bij de werking van een E&E samenwerking in de praktijk.

6.1. Resultaten

Na het analyseren van de interviews is duidelijk geworden dat het schema van Bouman (1999) dat een E&E samenwerking beschrijft, in de praktijk niet wordt toegepast. De werkelijkheid blijkt heel anders te zijn. Er is eigenlijk helemaal geen sprake van een samenwerking. Dat komt omdat de macht in het contact tussen de scriptschrijvers en de medewerkers van de belangenorganisaties ligt bij de scriptschrijvers. In plaats van een samenwerking kan er daarom zelfs worden gesproken van eenrichtingsverkeer.

Aangezien soapseries een commercieel product zijn, is de tevredenheid van kijkers het meest belangrijk voor de producenten. Daarom zorgen, om protest van kijkers te voorkomen, de schrijvers er wel voor dat het verhaal in de serie klopt met de realiteit. Om feiten te controleren zoeken schrijvers meestal op internet naar informatie. Soms nemen de makers van de soapseries contact op met belangenorganisaties. In eerste instantie ligt het initiatief voor het contact bij de scriptschrijvers. Schrijvers bedenken namelijk een onderwerp die ze in het script van hun serie willen verwerken. Deze onderwerpen ontstaan door de ideeën en creatieve ingevingen die scriptschrijvers krijgen. Die inspiratie halen ze bijvoorbeeld uit het lezen van de krant of door het kijken naar het nieuws. Dat duidt er wel op dat de onderwerpen van de verhaallijnen een maatschappelijke relevantie hebben, maar in eerste instantie is het niet het doel van de scriptschrijvers om met de verhaallijnen de kijker iets te leren. Vervolgens wordt binnen een schrijversteam besloten of een onderwerp wordt gebruikt voor het script.

Wanneer er besloten is dat er verder wordt gegaan met dit onderwerp kan er contact worden gezocht met belangenorganisaties. Gedurende dit contact wordt er niets contractueel vastgelegd en belangenorganisaties betalen dan ook niet voor het onderwerp. De voornaamste reden hiervoor is dat schrijvers niet willen worden belemmerd in hun creatieve proces en omdat ze niet willen dat iemand over hun schouders meekijkt. Daarom vragen ze geen geld aan de organisaties en daardoor zitten scriptschrijvers niet vast aan afspraken. Doordat er niets contractueel wordt vastgelegd en belangenorganisaties geen inspraak krijgen over de inhoud - slechts advies mogen geven- is er geen sprake van een samenwerking. Er is zelfs sprake van een enorme macht aan de kant van de schrijvers. Medewerkers van belangenorganisaties zien de verwerking van het onderwerp in de serie pas op het moment van uitzending, net als de 'gewone' kijkers.

Sommige belangenverenigingen zijn er blij mee wanneer er aandacht wordt besteed aan hun onderwerp in een soapserie. Om ervoor te zorgen dat de verhaallijn klopt helpen ze waar ze kunnen. De grootste reden voor belangenorganisaties om scriptschrijvers te helpen is dus dat het goede doel waar ze voor werken, niet verkeerd wordt verbeeld in de serie. Andere belangenverenigingen staan erg sceptisch tegenover soapseries uit angst voor het verkeerd verwerken van hun onderwerp en willen daarom liever niet helpen met de invulling van het script. Overigens toonden de medewerkers van de belangenorganisaties in dit onderzoek veel interesse in het gebruik van soapseries voor voorlichting over hun onderwerp. Wanneer de financiële mogelijkheden er zouden zijn, dan is de beste manier slagen een samenwerking met schrijvers voor de ontwikkeling van een kortlopende serie waarin zij mede-eigenaar zijn en zo evenveel macht hebben over het script als de schrijvers.

Er is dus geen sprake van het bewust verwerken van educatie in de series *ONM* en *GTST*. Makers van deze twee series zijn vooral geïnteresseerd om onderwerpen te gebruiken die aantrekkelijk zijn voor de kijkers en waarin veel drama kan worden verwerkt. In het verwerken van deze onderwerpen kiezen de schrijvers geen kant. Ook hiervoor geldt dat schrijvers bang zijn om kijkers kwijt te raken door het uiten van een mening. Wel is het zo dat er geen mening wordt getoond die volledig ingaat tegen de algemene moraal. Een personage dat de criminele kant opgaat wordt niet opeens als held gezien. Er wordt wel getoond hoe iemand in die positie terechtkomt en een groei doormaakt in wat hij of zij leert.

Ondanks dat er niet bewust educatie wordt toegevoegd in *GTST* en *ONM*, kunnen kijkers leren van deze soaps. De verhaallijnen die zijn onderzocht voor dit onderzoek hebben allemaal gemeen dat er een maatschappelijk thema wordt behandeld die als voorbeeld kunnen dienen voor de kijker in het echte leven. Alle problemen in de verhaallijnen kunnen namelijk ook in het leven van de kijker voorkomen. Omdat de problemen daardoor herkenbaar zijn voor de kijkers leert het publiek van de keuzes die een personage maakt en de adviezen die andere personages

hem of haar geven. Dat sluit aan bij de theorie van Bandura (Bouman, 1999) die voorschrijft dat televisiekijkers kunnen leren van de voorbeelden van fictieve personages.

In de onderzochte verhaallijnen leert de kijker van de keuzes die het personage maakt en van de informatie die wordt gegeven over bepaalde onderwerpen, zoals het milieu of het geloof. Soms ligt dat educatieve element er heel dik bovenop en soms ligt dat minder aan de oppervlakte. Een echte rolverdeling zoals Sabido (Nariman, 1993, in: Bouman, 1999) die voorschrijft, is slechts één keer voorgekomen. Meestal zitten er in een verhaallijn één of twee hoofdpersonen en heeft de rest van de personages een bijrol. Deze bijrollen zijn door het helpen of tegenwerken van de hoofdpersoon wel heel belangrijk in het verhaal.

6.2. Discussie

Uit het onderzoek blijkt dus dat het schema Bouman (1999) in het geval van de soapseries *GTST* en *ONM* niet aan de orde is. Maar is een eerlijke verdeling van de macht tussen televisieprofessionals en medewerkers van belangenorganisaties dan helemaal niet mogelijk? Uit het onderzoek kan worden geconcludeerd dat een eerlijke machtsverdeling alleen mogelijk zou zijn bij een E&E coproductie. Bij dit type samenwerking wordt een nieuwe serie ontwikkeld waarin beide partijen een even groot aandeel en dus evenveel macht hebben. Daardoor is het niet meer aan de orde dat scriptschrijvers het idee hebben dat ze in hun werk worden gecontroleerd door belangenorganisaties. De serie is immers niet meer hun eigendom zoals dat bij *GTST* en *ONM* wel het geval is. Daarnaast kan deze serie volledig in het teken van educatie staan omdat deze serie niet het commerciële doeleinde heeft zoals dat bij *GTST* en *ONM* is. Door het verlies van die commerciële doelen valt de angst om kijkers te verliezen weg. Maar ook al zou deze coproductie worden gestart, dan nog is de kans klein dat televisieprofessionals en medewerkers van belangenorganisaties even veel macht krijgen over de serie. Scriptschrijvers hebben immers de expertise om een script te creëren en omdat dit de eindfase van de productie is, is het te verwachten dat de schrijvers de macht zullen behouden over het script. Dat zou ervoor zorgen dat belangenorganisaties nog steeds alleen de informatie en feiten aandragen voor het script, wat nu ook gebeurt.

Wanneer belangenorganisaties soapseries willen gebruiken voor educatie en voorlichting over hun onderwerp lijkt het de beste optie dat belangenorganisaties zelf een serie creëren en scriptschrijvers opdracht geven deze te schrijven. Belangenorganisaties zijn dan volledig eigenaar en kunnen opdracht geven om de serie te vormen zoals de belangenorganisaties dit zelf willen. Nadeel hiervan is dat de macht wederom niet eerlijk is verdeeld omdat het nu bij de belangenorganisaties komt te liggen. Daarnaast hebben belangenorganisaties over het algemeen geen geld voor zulke projecten.

6.3. Beperkingen en verder onderzoek

Aan dit onderzoek zitten een aantal beperkingen, die worden in deze paragraaf besproken. Uit die beperkingen volgen mogelijkheden voor verder onderzoek.

Ten eerste is er alleen onderzoek gedaan naar E&E bij twee Nederlandse soapseries. Daardoor is niet duidelijk of de uitkomsten van dit onderzoek ook gelden voor andere genres of voor soapseries in andere landen. Verder onderzoek waarbij meer genres en/of soapseries uit andere landen worden meegenomen kan een beter beeld geven over hoe onderwerpen en verhaallijnen die bedoeld zijn als E&E, op de televisie terecht komen. Er kan bijvoorbeeld onderzoek worden gedaan naar samenwerkingsverbanden tussen makers van bijvoorbeeld talkshows en medewerkers van belangenorganisaties.

Ten tweede is er maar een beperkt aantal verhaallijnen meegenomen in dit onderzoek. Daardoor geeft dit onderzoek geen goed beeld over het aantal educatieve momenten in *GTST* en *ONM* en over de waarde van de educatie. Er is slechts geprobeerd om inzicht te geven hoe verhaallijnen met educatieve waarde eruit zien.

Voor verder onderzoek zijn een aantal mogelijkheden. Ten eerste kan onderzocht of de macht in een E&E samenwerking eerlijker is verdeeld wanneer belangenorganisaties zelfstandig een serie ontwikkelen met educatie over hun onderwerp. Dit onderzoek kan worden uitgevoerd door ervaringen te achterhalen van makers van onder meer het Nederlandse programma *12 steden, 13 ongelukken*. Ook kan in het buitenland worden gezocht naar programma's die puur voor educatie zijn ontwikkeld. Een dergelijk onderzoek kan inzicht geven in de werking van andere types E&E samenwerkingen, in plaats van een onderzoek dat slechts de participatie in bestaande series onderzoekt. Ten tweede is het, aansluitend op dit onderzoek, nuttig om te analyseren hoe tevreden belangenorganisaties zijn over de verhaallijnen die zijn ontwikkeld waarin hun onderwerp werd behandeld. Een voorbeeld is om medewerkers van Soa Aids Nederland en STOP AIDS NOW! aan de hand van beelden uit *ONM* te ondervragen over de verhaallijn waarin Sam besmet raakt met hiv. Dat draagt bij aan de verwerking van educatie in bestaande Nederlandse soapseries en het geeft schrijvers een beeld in hoeverre ze maatschappelijke onderwerpen nauwkeuriger kunnen behandelen.

Hopelijk draagt dit onderzoek bij aan de verbetering van de samenwerking tussen televisieprofessionals en belangenorganisaties. Daarnaast kan wellicht dit onderzoek en eventuele toekomstige onderzoeken, eraan meehelpen dat E&E vaker en beter wordt ingezet. Uit dit onderzoek blijkt dat de televisieprogramma's zoals soapseries, een goed medium is om kijkers dingen te leren. Het zou in mijn ogen een gemiste kans zijn als daar niet meer of zelfs geen gebruik van wordt gemaakt.

LITERATUUR

- Allen, R.C. (red.) 1995. *to be continued.soap operas around the world*. London and New York: Routledge.
- Ang, I. 1982. *Het geval Dallas, populaire cultuur, ideologie en plezier*. Amsterdam: SUA.
- Bandura, A. 1977. *Social Learning Theory*. London: Prentice-Hall, Inc.
- Beck, V. (Ed.). 2003. *Working with Daytime and Prime-time Television Shows in the United States to Promote Health*. In: A. Singhal et al (reds). *Entertainment-Education and Social Change: history, Research and Practice*. Philadelphia: Lawrence Erlbaum Associates, 207-222
- Boer, C.d. & Brennecke, S. 2003. *Media en Publiek, Theorieën over media-impact*. Amsterdam: Uitgeverij Boom.
- Bouman, M., Maas, L. & Kok, G. 1998. Health education in television entertainment-Medisch Centrum West: a Dutch drama serial. *Health Education Research, Theory and Practice* 13 (4), 503-518.
- Bouman, M. 1999. *Collaboration for Prosocial Change, The Turtle and the Peacock, The Entertainment-Education Strategy on Television*. Proefschrift. Wageningen: Wageningen Agricultural University.
- Bouman, M. (2002). Turtles and Peacocks: collaboration in Entertainment-Education Television. *Communication Theory* 12 (2): 225-244.
- Bouman, N. 2004. Entertainment-Education Television Drama in the Netherlands. In: A. Singhal et al (reds). *Entertainment-Education and Social Change: History, Research and Practice*. Philadelphia: Lawrence Erlbaum Associates, 225-242.
- Bouwman, H. 1987. *Televisie als Cultuurschepper*. Proefschrift. Nijmegen: Katholieke Universiteit Nijmegen.

- Brown, M.E. 1987. The Politics of Soaps: Pleasure and Feminine Empowerment. *Australian Journal of Cultural Studies* 4 (2), 1-25.
- Bruin, De J. 2005. *Multicultureel Drama? Populair Nederlandse televisiedrama, jeugd en etniciteit*, . Academisch Proefschrift, Amsterdam: Universiteit van Amsterdam.
- Casey, B. et al. 2002. *Television Studies, The Key Concepts*. London and New York: Routledge.
- Centrum Media & Gezondheid. 13 december 2007. <http://www.enter-educate.nl/bouman.htm>.
- Creeber, G., T. Miller, et al., Eds. 2004. *The Television Genre Book*. London: British Film Institute Publishing.
- Endemol. 30 januari 2008. <http://www.endemol.nl>.
- Fiske, J. 1987. *Television Culture*. London and New York: Routledge.
- Geraghty, C. 1991. *Women and Soap Opera, A Study of Prime Time Soaps*. Cambridge: Basil Blackwell.
- Gerbner, G. 1998. The stories we tell and the stories we sell. *The Journal of International Communication* 5 (1 & 2), 75-82.
- Giles, D. 2003. *Media Psychologie*. Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Glaser, B.G. & Strauss, A.L. 1980. *The Discovery of Grounded Theory, Strategies for Qualitative Research*. New York: Aldine Publishing Company.
- Hall, S. 1984. Encoding/decoding. *Culture, Media, Language*. S. Hall, D. Hobson, A. Lowe and P. Wiliis. London, Hutchinson & Co. 3.
- Hermes, J. & Reesink, M. 2003. *Inleidende televisiestudies*. Amsterdam: Boom.
- Holland, P. 2004. *The Television Handbook*. London: Routledge.
- Holstein, J.A. & Gubrium, J.F. 1995. *The Active Interview*. Thousand Oaks: Sage Publications.

- Kelly, K. et al. 2005. *Tsha Tsha: Key Findings of the Evaluation of Episodes 1-26*. Centre for AIDS Development, Research and Evaluation.
- Krijnen, A.F.M. 2007. *There is More(s) in Television, Studying the relationship between television and moral imagination*. Proefschrift. Amsterdam: Universiteit van Amsterdam.
- McQuail, D. 1994. *Mass Communication, An Introduction*. London: Sage Publications.
- Mooren, van der A. 2001. "Wat een meisje weten moet", een studie naar *Yes* en haar lezeressen'. Nijmegen: Katholieke Universiteit Nijmegen.
- Oosterbaan, W. 2006. *Een Leesbare Scriptie, Gids voor het schrijven van scripties, essays en papers*. Rotterdam, Amsterdam: Prometheus/ NRC Handelsblad.
- Papa, M., J., et al. 2000. Entertainment-Education and Social Change: An Analysis of Parasocial Interaction, Social Learning, Collective Efficacy, and Paradoxical Communication. *Journal of Communication* 50 (4): 31-55.
- Scriptstudio. 20 november 2007. <http://www.scriptstudio.nl/>.
- Singhal, A. and E. M. Rogers. 1999. *Entertainment-education: A Communication Strategy for Social Change*. New York: Lawrence Erlbaum Associates.
- Singhal, A. et al. 2002. Harnessing the Entertainment-Education Strategy in Africa: The Soul City Intervention in South Africa. In: C. Okigbo (red.) *Development and Communication in Africa*. Lanham: Rowman and Littlefield Publishers.
- Singhal, A., M. J. Cody, et al., Eds. 2004. *Entertainment-Education and Social Change: History, Research and Practice*. Philadelphia: Lawrence Erlbaum Associates.
- Singhal, A., R. Nagesh, et al. 2006. Entertainment-Education and Possibilities for Second-Order Social Change. *Journal of Creative Communications* 1 (3), 267-283.
- Wester, F. 1995. *Strategieën voor kwalitatief onderzoek*. Bussum: Coutinho BV.

Wester, F., 2004. *Kwalitatieve Analyse*, Bussum: Coutinho BV.

Wester, F. & Weijers, A. 2006. Narratieve analyse en transcriptie; culturele thema's in de sitcom.
(red.) *Inhoudsanalyse: Theorie en praktijk* Deventer: Kluwer B.V., 161-189.

Zoonen, L.v. 1999. *Media, cultuur & burgerschap: een inleiding*. Amsterdam: Het Spinhuis.

BIJLAGEN

Bijlage 1: waarnemingsinstrument

Soap

Jaar

Periode dat de verhaallijn speelde

1. Onderwerp

Welk onderwerp kwam hier naar voren?

Beschrijving van verhaallijn/scène waarin mogelijk educatie is verwerkt

2. Personages

Welke personages zijn belangrijk in deze scène/verhaallijn?

Welke doelen streven des personage na?

Wat zijn de gedragskenmerken van de personages in de situatie waarin ze zich begeven?

Werd er een specifieke rolverdeling aangehouden in deze scène/verhaallijn?

3. Educatie

Probleem/keuzesituatie, de daarbij gegeven oplossing/gemaakte keuze die daarbij belangrijk was

Welke normen en waarden werden hier naar voren gebracht?

Welke levensles werd hier naar voren gebracht en wat is de moraal van de verhaallijn/scène?

Bijlage 2: Interview televisieprofessionals

Interview beginnen met:

- Wie ik ben
- Wat het doel is van het interview
- Hoe lang het gaat duren (half uur)
- Dat ik toestemming vraag om het opnemen. Dat scheelt me schrijven tijdens het interview en beter voor het analyseren.

Vragen

- Welke ervaringen hebben ze met EE in hun serie?
 - Wat zijn recente voorbeelden?
 - Is het waar dat er *ONM* meer E&E voorkomt dan in *GTST*? (waarom?)

Proces en organisatie van E&E:

- Hoe wordt bepaald welk onderwerp wel en welk onderwerp niet in de serie wordt gebruikt?
 - Maakt Roeland Linssen deze keuze?
 - Maakt Endemol deze keuze?
 - Maakt iemand anders deze keuze?
 - Wordt dat besproken met het schrijversteam?
 - Zijn er commerciële belangen die een grote rol spelen?
- Hoe ziet het proces er stap voor stap uit?
 - Wordt er een team samengesteld van mensen van scriptstudio (eventueel ook van Endemol) en de belangenorganisatie of is dit niet nodig?
- Worden ze vaak benaderd voor een E&E samenwerking?
 - Wordt Scriptstudio vaak benaderd?
 - Lopen deze verzoeken vaker via de producent Endemol?
 - Legt Scriptstudio ook wel verzoeken voor E&E bij belangenorganisaties neer?
- Wat doet Scriptstudio met verzoeken van een EE samenwerking?
- Betalen belangenorganisaties om hun onderwerp te krijgen in de serie? Welke afspraken worden vastgelegd bij een samenwerking?
 - Zijn dit zaken als wijze van samenwerking, invloed, betaling, evaluatiemomenten?
- Hoeveel invloed hebben belangenorganisaties op de inhoud van het script?

- Wat verwacht Scriptstudio van de belangenorganisaties waar ze mee samenwerken? Alleen informatie over het onderwerp zoals feiten en cijfers of ook feedback op hoe het uiteindelijk in het script terecht komt?
- Of hebben dialogenschrijver en scriptschrijvers meer invloed op hoe het onderwerp in het script wordt verwerkt?

Belang van E&E

- Waarom is E&E voor Scriptstudio belangrijk?
 - Willen ze graag maatschappelijk verantwoorde televisie maken of is het een goede manier om aan onderwerpen te komen of is het puur en alleen om een goede serie neer te zetten?
- Zou educatie vaker moeten voorkomen in Nederlandse soapseries of wordt er al voldoende aan gedaan?

Na het interview

- Doornemen of ik niets vergeten ben
- Vragen of hij nog iets toe te voegen heeft
- Vragen of hij me kan helpen zodat ik meer mensen kan interviewen voor mijn onderzoek.
- Bedanken voor het interview

Bijlage 3: Interview medewerkers belangenorganisaties

Interview beginnen met:

- Wie ik ben
- Wat het doel is van het interview
- Hoe lang het gaat duren (half uur)
- Dat ik toestemming vraag om het opnemen. Dat scheelt me schrijven tijdens het interview en beter voor het analyseren.

Vragen

- Welke ervaringen hebben ze met EE? (resultaat/samenwerkingsproces)
- Wat zijn recente voorbeelden?
 - Zijn het goede ervaringen?
 - Wat waren de slechte ervaringen en wat de goede?

Proces en organisatie van E&E:

- Hoe wordt bepaald of er wordt samengewerkt met makers van een soapserie?
- Wie neemt hiervoor de beslissing?
 - Is dat iemand die over de Persvoorlichting gaat?
 - Gebeurt dat in een team?
- Hoe ziet het proces er stap voor stap uit?
- Wie benadert wie?
- Hoe wordt de keuze voor welke soapserie gemaakt?
 - Wordt Soa Aids Nederland benaderd omdat een scriptschrijver informatie nodig heeft of benaderen zij ook televisiemakers?
 - Benadert Soa Aids Nederland ook scriptschrijvers omdat ze het niet eens zijn met de inhoud van een serie dat over aids gaat?
 - Wordt er een team samengesteld van mensen van scriptstudio (eventueel ook van Endemol) en de belangenorganisatie of is dit niet nodig? En is het alleen een samenwerking tussen 1 persoon van de belangenorganisaties en een scriptschrijver?
- Wat doet Soa Aids Nederland met verzoeken van een EE samenwerking?
- Betalen belangenorganisaties om hun onderwerp te krijgen in de serie? Welke afspraken worden (al dan niet contractueel) vastgelegd bij een samenwerking?

- Zijn dit zaken als wijze van samenwerking, invloed, betaling, evaluatiemomenten?
- Hoeveel invloed hebben belangenorganisaties op de inhoud van het script?
 - Wat verwacht Scriptstudio van de belangenorganisaties waar ze mee samenwerken? Alleen informatie over het onderwerp zoals feiten en cijfers of ook feedback op hoe het uiteindelijk in het script terecht komt?
- Of hebben dialogenschrijver en scriptschrijvers meer invloed op hoe het onderwerp in het script wordt verwerkt?

Belang van E&E

- Waarom is E&E voor een belangenorganisatie belangrijk?
 - Hebben ze het idee dat kijkers er iets van leren? Hebben ze hier cijfers/onderzoeken van bijvoorbeeld van Costa?
- Welk voor resultaat denken ze te behalen met een EE samenwerking?
- Wat is de mening van belangenorganisaties over EE?
 - Kijken ze er positief tegenaan?
 - Vinden ze het nuttig? Zo ja, waarom vinden ze het belangrijk/nuttig?
 - Moet het vaker gebeuren of gebeurt het al vaak genoeg?
- Wat zou ervoor kunnen zorgen dat de samenwerking tussen scriptschrijvers en belangenorganisaties beter wordt?

Na het interview

- Doornemen of ik niets vergeten ben
- Vragen of hij nog iets toe te voegen heeft
- Vragen of hij me kan helpen zodat ik meer mensen kan interviewen voor mijn onderzoek.
- Bedanken voor het interview

Bijlage 4: Alle interviews

Respondent: Roeland Linssen
Functie: Creatief en zakelijk hoofd Scriptstudio
Datum: 28 november 2007
Tijd: 11.00 – 12.00
Plaats: Kantoor Scriptstudio, Amsterdam

I: Wat zijn uw ervaringen met E&E?

R: Eén van de ervaringen was met Costa! Daarin werd samengewerkt met de SOA-stichting. Het script van de serie was al klaar en toen werden er later 'condoommomenten' ingevoegd.

Elk jaar organiseert Martine Bouman de dag van de soap. Hierop komen zowel schrijvers van soapseries als belangenorganisaties op af. De manier van denken van deze twee partijen ligt uit elkaar, dat heeft te maken met dat de doelen anders zijn. De belangenorganisaties willen publiciteit genereren voor hun doel maar zijn bang voor verkeerde publiciteit omdat onderwerpen bijvoorbeeld verkeerd worden aangehaald. Een voorbeeld hiervan is toen er sprake was van een eventuele samenwerking met de stichting voor Suikerziekte, Diabetes. Wij hebben een paar jaar geleden gesprekken met hen hierover gevoerd. Zij waren heel bang dat de naam van de ziekte verkeerd zou worden gebruikt en dat het suikerziekte genoemd zou worden in de serie in plaats van diabetes. Dat terwijl wij het liever suikerziekte zouden noemen in de serie omdat dat de kijkers meer zegt. Een ander verschil zat 'em in de verschillende doelen. In drama draait het om conflicten. Je hebt pas een verhaal als er iets mis gaat. Terwijl het Diabetes Fonds wilde laten zien dat het helemaal niet zo erg is en goed mee is te leven. Bij Scriptstudio vonden we dat veel minder interessant om dat te laten zien. Want educatie is niet het primaire doel van scriptstudio. Ik merk dat in de samenwerking de bereidheid om elkaar te begrijpen niet heel erg groot is. Maar de bereidheid is de laatste jaren, merk ik, wel gegroeid.

I: Waar blijkt dat uit?

R: Voorlichtingsorganisaties moeten begrijpen dat soapseries niet als eerste doel hebben om mensen dingen te leren. Recent hebben ONM en de SOA-stichting nog dingen samen gedaan, daar moet je het zo maar met Anne (Huizinga) over hebben als je haar spreekt.

I: Wie benadert wie in een samenwerking?

R: Het kan allemaal. Soms wordt Endemol benaderd, dan is er altijd geld mee gemoeid. De Hartstichting wilde in ruil voor een bedrag een bepaald verhaal. Hoewel het interessant is, want

soaps is een commerciële business. Met dat geld kan je weer leuke dingen doen als buitenopnames enzo. Maar, ik vind het ook een linke situatie, je conformeert je eraan dat iemand meekijkt over je schouder. Zeker omdat die stichting andere doelen heeft, namelijk zijn doel zo goed mogelijk in beeld brengen.

Een andere mogelijkheid is dat een verhaal wordt bedacht en dat wij stichtingen benaderen. Daar is geen geld mee gemoeid. Dit kan een verhaal opleveren of informatie over een bepaald thema. Het is ook het beste als dit initiatief bij de bedenkers begint. Dan heeft het verhaal een noodzaak en past het binnen het script. Belangenorganisaties willen bijvoorbeeld vaak ook dat hun ziekte bij het meest populaire karakter terechtkomt, dan trekt het namelijk de meeste aandacht. Dit zorgt voor belangentegenstellingen want schrijvers zien dit vaak heel anders omdat het bijvoorbeeld helemaal niet past bij dat karakter en die verhaallijn er niet tussen kunnen stoppen.

I: Wie bepaalt met wie er samen wordt gewerkt?

R: De hoofdschrijver bepaalt samen met een team schrijvers welke thema's er aan de orde gaan komen. Het zijn de producent en de hoofdschrijver die een verhaal bedenken. Zij kunnen een organisatie betrekken om te kijken hoe dit onderwerp in zijn werk gaat in de realiteit en of het past binnen het script.

Als een organisatie Scriptstudio benadert en heel veel biedt valt er wel over na te denken omdat het commercieel interessant is. Bij de samenwerking van Costa! met de SOA-stichting was die commerciële deal gesloten nadat het verhaal van de serie was bedacht. Dat leidde ertoe dat er vooral veel condooms in zicht waren. De Soa-stichting telde letterlijk de condoommomenten in de afleveringen en de producenten zorgden voor de condooms om het aantal van deze momenten te verhogen. Ik was hier helemaal niet blij mee want het was niet meer dan reclame. Het leidt erg af van het verhaal.

I: Maar Costa! was een groot succes en veel jonge mensen keken ernaar heb je dan niet de verplichting om te laten zien hoe het moet?

R: Dat is wel waar, maar dan laat ik liever door middel van een verhaal zien hoe het moet gaan. Dat is een stuk leerzamer dan een paar van die pakjes op de tafel leggen. Het schiet op die manier een beetje zijn doel voorbij. Het ziet er een beetje plat uit. Ik vond het niet zo mooi.

I: U zei net al dat er verschillende belangen zijn tussen de schrijvers en de belangenorganisaties. Waar zit nu het grootste probleem in de samenwerking?

R: Dramamensen zijn bang om voor een karretje gespannen te worden. Voor een ander doel dan het schrijven van een script. We zijn geen educatieve instelling. Kijkers hebben het ook door als je te veel de nadruk legt op de educatie. Gelukkig zijn belangenorganisaties, in tegenstelling tot

vroeger, ook steeds meer bewust ervan dat het niet werkt om met je vingertje te wijzen. Het werkt juist averechts.

Eén keer per jaar wordt de dag van de soap georganiseerd, daar is vaak wel even een discussie over E&E maar de organisaties lopen hier niet bepaald de deur plat. Ze zijn bang om de controle te verliezen.

I: De scène laatst in *GTST* van Charlie die het had over het opwarmen van de aarde was dat in samenwerking met een stichting?

R: Nee, schrijvers denken zelf ook na over dingen die leven in de maatschappij en die verwerken ze in de scripts. Dit kunnen dingen zijn als milieuproblemen, vegetarisme, het opwarmen van de aarde etc. Scriptstudio wil ook graag laten zien hoe mensen zich ergens in kunnen verliezen en daardoor andere dingen uit het oog kunnen verliezen. Hoe een doel de middelen heiligt. Bijvoorbeeld in *ONM* dat Eva zich laat inpalmen door Ravi omdat ze tegen dierenleed strijden. Maar daarmee verliest Joost wel het vertrouwen in haar. Een dierenorganisatie zou niet blij zijn met zo'n verbeelding.

I: Waarom niet?

R: Zij willen alleen het dierenleed laten zien en niet het hele dramaverhaal en dat is toch waar het alleen om draait in de dramaserie. Scriptstudio wil bijvoorbeeld liever ook niet laten zien wie er gelijk heeft. Mensen zijn het wel of niet mee eens dat is voor ons om het even. Schrijvers willen een bepaalde thematiek laten zien en mensen erover laten nadenken om zo een eigen keus te maken en een eigen idee over het thema te ontwikkelen. Kijkers moeten daarin hun eigen idee vinden. Dat terwijl een belangenorganisatie juist mensen ergens van wil overtuigen, namelijk van hun eigen ideeën. Dat leidt tot belangenverstrengeling in de samenwerking en dat bemoeilijkt het erg.

I: Als u kijkt naar de type samenwerkingen van Bouman, wat is uw idee daar dan bij?

R: Eigenlijk gebeurt alleen maar lobbying in de praktijk. Lobbyen vind ik ook allemaal prima... dat kan voor ons een verhaalidee opleveren. Het wordt lastiger als te veel eisen worden gesteld aan hoe het verhaal wordt verteld. Dan gaan er mensen over je schouder meekijken en word je belemmerd in je werk. Daarnaast door afspraken vast te leggen verval je in bureaucratie omdat er veel bij komt kijken. Dat bemoeilijkt het schrijfproces. Je loopt immers alleen maar tegen bepaalde obstakels aan. Maar dit ligt ook aan de schrijver. De één is er huiveriger voor dan de ander. Naarmate je meer organiseert komen de pijnpunten meer terug. Wanneer je minder organiseert zal het tot iets leiden.

Bouman ziet mogelijkheden van E&E voor Nederland vanuit de ervaringen die er zijn vanuit het buitenland. Vooral in Zuid-Amerika wordt er erg veel gebruik gemaakt van educatie in soapseries. In theorie lijkt het alsof het ook goed is in Nederland. Maar de praktijk in ons land is anders dan in Zuid-Amerika. Daardoor denk ik dat het bij ons een stuk minder werkt dan daar.

I: In hoeverre verschilt het voor u dat het van invloed is op de mogelijkheid en werking van E&E in soaps?

R: in Nederland kennen we onafhankelijke commerciële zenders, die kunnen zelf hun programma invullen. Deze zenders zijn ook op wat voor manier ook, niet afhankelijk van de overheid. De overheid mag denk ik niet eens geld in *GTST* steken om hier educatie in te kunnen verwerken. En de commerciële zenders zouden hier ook geen enkel belang bij hebben. Hun enige belang is het krijgen van kijkers.

I: Maar *ONM* behoort tot de publieke zender, mag de overheid daar wel geld in steken?

R: *ONM* hoort tot de publieke zender, maar de omroep BNN waarop het wordt uitgezonden is onafhankelijk en bepaalt zelf de inhoud. De overheid stelt wel een aantal voorwaarden. BNN moet zich profileren als jongerenzender. Voor *ONM* worden dus onderwerpen gezocht die passen bij de jongerenzender. Dat zijn vaak meer gedurfde onderwerpen omdat BNN toch min of meer wil provoceren. Ze moeten dus een balans zien te vinden tussen aan de ene kant hun identiteit en aan de andere kant de overheid. Misschien *GTST* wel meer entertainment dan *ONM*, omdat *ONM* bij de publieke omroep hoort.

In Zuid-Amerika zijn de zenders meer afhankelijk van overheidsgelden. Je hebt daar ook op minder op zichzelf staande zenders dan in Nederland. Omdat producties hier niet afhankelijk zijn van overheidsgelden is het lastiger voor de overheid om E&E te voegen in de soaps. Hier in Nederland zijn ook veel meer verschillende belangen. Wij hebben hier honderden stichtingen die allemaal willen dat hun ideeën worden uitgedragen. Een voorbeeld is toen Roos in *GTST*, de overleden Guusje Nederhorst, vegetariër werd. Het personage vertelde ook over het dierenleed in de wereld. Hier was de stichting voor slagers niet blij mee en kwam daardoor in opstand. We werden echt boos opgebeld hoe we die onzin onze serie hadden durven te stoppen. Je moet in Nederland zo oppassen bij het nemen van een standpunt.

Een ander verschil tussen waarom E&E in landen als Zuid-Amerika beter werkt is omdat de scholing daar veel lager ligt. In Nederland zijn de mensen over het algemeen veel hoger opgeleid. Televisie is daardoor soms de enige mogelijkheid om bepaalde mensen te bereiken. Daardoor is de noodzaak ook hoger om die mensen te bereiken via de televisie.

I: Maar ook in Nederland heb je een groep mensen die laag zijn opgeleid en voor wie de reguliere reclames die bij moeten dragen aan verandering niet werken. Bijvoorbeeld omdat ze niet (goed) kunnen lezen of zich hiervoor gewoon niet interesseren. Deze mensen kijken vaak wel veel televisie. Geldt het dan ook niet in Nederland dat zij via soapseries dingen kunnen leren?

R: Dat is waar, maar in Nederland zijn mensen heel geoefend in het kijken naar televisie. Daardoor halen ze het er snel uit als een bepaalde boodschap bedoeld is als educatie. En daar houden ze niet van. Sterker nog, ik denk dat ze zich daar eerder van gaan afzetten want dat schrikt kijkers af.

I: Hoe wordt bepaald welk onderwerp interessant genoeg is om mee te nemen in het script?

R: Persoonlijke interesses zijn belangrijk in dit proces. Bij *GTST* zijn ze bijvoorbeeld erg bang om te brave verhalen erin te stoppen. Ze vinden het daar ook leuk om wat meer spannende uitdagende onderwerpen te verwerken in het script. Bij verhalen die educatiever zijn, zijn ze misschien snel bang dat het een te braaf karakter krijgt. Er moet in dat geval wel goed worden gekeken naar of het interessant is voor de kijker, want dat is toch waar het om moet gaan.

I: U zei eerder dat jullie geen educatieve instelling zijn en dat maakt u niet verplicht om educatie te verwerken in uw scripts. Maar er zijn veel mensen die naar uw series kijken heeft u dan niet een morele verplichting om rondom bepaalde thematiek een goed signaal af te geven en er toch een soort educatie in te verwerken door geen foute boodschappen te verkondigen?

R: Ik vind zelf dat schrijvers een bepaalde verantwoordelijkheid hebben ten aanzien van hun kijkers. Abjecte verhalen zullen we dan ook niet vertellen. Iemand die racist is zal niet als een goed karakter worden neergezet. Maar er kan wel goed verteld worden hoe iemand zo is geworden. Daardoor kan een kijker wel meeleven met die persoon. Dat kan begrip opwekken voor dat personage. Dat draagt er misschien aan bij dat mensen zich realiseren dat sommige mensen in een bepaalde situatie terechtkomen en dat het allemaal niet zo simpel is. Dat kan er ook voor zorgen dat kijkers zelf wat bewuster omgaan met zulke situaties. Met het loverboy verhaal in *ONM* hebben we geprobeerd te vertellen dat mensen verkeerde keuzes kunnen maken en dat ze soms in die hoek worden geduwd. Daarmee wek je begrip ervoor op dat mensen fouten kunnen maken. Wij zoeken altijd drama op. Aan de hand van een bepaald conflict willen we vertellen dat je daarmee moet oppassen.

I: Zou E&E meer moeten gebeuren?

R: We willen eigenlijk niet dat het op de voorgrond komt. Het wordt al snel een zedenpreek en kijkers kijken daar recht doorheen. Daarnaast is de basis van soapseries thema's als liefde, relaties maar ook macht. Daar willen organisaties zich over het algemeen niet mee associëren.

Die willen gewoon alleen hun eigen verhaal kwijt. Maar we staan altijd open voor goede ideeën. Organisaties en schrijvers hebben namelijk veel aan elkaar. Beide willen schrijven over dingen die van maatschappelijk belang zijn. Maar over het algemeen is de benadering van schrijvers naar stichtingen voor hun eigen research. Zo werden de scripts van *ONM* wel een aantal keer geverifieerd. Gewoon om te controleren of de feiten die erin werden verkondigd wel juist waren. Ik denk dat E&E goed zou werken bij kortlopende soapseries. Daarin vertellen ze een verhaal die een kop en een staart hebben. Chronische ziektes kunnen daardoor makkelijker bij het personage worden gehouden. Wij zijn toch bij *ONM* en *GTST* wat huiveriger om langdurige ziektes in het script te verwerken. Je zit er namelijk meteen helemaal aan vast, tenzij het personage weg gaat of verlijdt. Je moet realistisch blijven en daardoor kan je niet zomaar iemand niet opeens meer aids laten hebben. Bij een kortdurende soap is dit veel makkelijker.

R: Maar, ik denk dat Anne die je nu gaat spreken wel meer weet van hoe er wordt omgegaan met E&E in soaps.

I: Dank u wel voor uw tijd en het interview.

R: Graag gedaan en als je nog vragen hebt kan je me altijd bellen.

Respondent: Anne Huizinga
 Functie: Hoofdschrijver *ONM*
 Datum: 28 november 2007
 Tijd: 11.45 – 12.15
 Plaats: Kantoor Scriptstudio, Amsterdam

I: Wat zijn je ervaringen met E&E?

R: van E&E is eigenlijk weinig sprake. We gaan zelf op zoek naar thema's die we interessant vinden en die passen binnen de serie. Het contact met de instellingen bestaat dan over het algemeen uit het zoeken naar informatie over dat bepaalde thema. Maar ik moet wel zeggen dat sinds het ontstaan van internet dit veel minder voorkomt. We gebruiken nu voornamelijk de informatie op internet. Het gaat dan voornamelijk om feitelijke informatie. We hebben bijvoorbeeld een onderwerp gehad over een Somalisch meisje dat het land uit moest. Wat zijn haar rechten en wat zijn haar mogelijkheden om toch in het land te blijven? Als we iets vertellen in onze serie moet het bijvoorbeeld wel kloppen. Dat checken we dan bij advocaten.

Binnenkort wordt een jongen in *ONM* hiv-positief. Ook hiervoor wilden we het een en ander aan feiten checken. We hebben dan ook contact genomen met Soa Aids Nederland en de HIV-vereniging. Met beide hebben we zowel mondeling als telefonisch contact gehad. Het verschil tussen beide is dat het eerste een voorlichtingsorganisatie is en het tweede een belangenvereniging. De voorlichtingsorganisatie onderkende dat soaps een goede voorlichting kunnen zijn. Daardoor was de samenwerking met deze organisatie erg goed. We hebben er veel aan gehad en zij kwamen ook met goede ideeën. Wij maakten dan de afweging of we er daadwerkelijk wat mee gingen doen. De samenwerking met de belangenvereniging liep minder omdat zij erg de angst hadden dat het verkeerd werd gedaan en het thema niet goed in de serie terecht komt. Zo wilden ze bijvoorbeeld de scripts lezen. Je kon merken dat ze zelden met televisiemensen samenwerken. Organisaties mogen nooit onze scripts lezen. We nemen soms wel het een en ander met ze door, maar ze mogen nooit lezen hoe we het hebben verwerkt in het verhaal.

I: Hoe kijk je tegen E&E aan?

R: Het is heel belangrijk dat je mensen serieus neemt en niet als kleine kinderen behandelt. Het werkt bij jongeren niet om met dat vervelende vingertje te wijzen. Ze hebben het heel erg snel door als iemand hen de les probeert te lezen. Het moet dus allemaal subtiel gebracht worden. We worden namelijk doodgegooid met voorlichting en weten heel goed wanneer er in amusement daarvan sprake is. En dan wordt het afgehaakt, mensen hebben daar helemaal geen zin in. In landen waar deze voorlichting nog niet zo groot is het wel een veel gebruikte vorm van

om mensen dingen te leren. Veel mensen zijn daar onbereikbaar voor dit soort communicatie. Soap is daar een goed middel om die mensen wel te kunnen bereiken. Je moet niet vergeten dat we in Nederland heel geschoolde kijkers zijn. Mensen doorzien vaak heel goed hoe een bepaalde verhaallijn afloopt. Ik zie dat ook de website dat mensen zeggen 'oh die komt vast wel bij die', of 'die ruzie komt wel goed', 'of die relatie gaat zeker uit'. Het is vaak de weg er naartoe waar het omgaat en wat mensen interessant vinden.

I: Ik heb ook begrepen dat *ONM* een tijdje terug heeft samengewerkt met de Herseninfarct stichting, klopt dat?

R: Dat wil zeggen we hebben, we hebben met ze gesproken. Ze wilde betalen om hun verhaal in de serie te krijgen. Maar BNN wilde geen geld voor een dergelijk verhaal ontvangen. Daarom is het niet doorgegaan. We hebben uiteindelijk wel het thema gebruikt in het script maar geen geld ervoor ontvangen. Zo behielden we zelf de controle over het script en de inhoud ervan. Ons commercieel belang zijn alleen de kijkers en niet het geld dat we krijgen. We mogen trouwens niet eens geld ontvangen voor een bepaald onderwerp.

I: Hoe maken jullie de keuzes voor thema's in de serie?

R: We richten ons op jongeren in de huidige tijd en daar passen we de thema's op aan. Jonge mensen moeten het interessant vinden dat is belangrijk. Thema's ontstaan ook vooral door eigen fascinatie, daaruit wordt weer een verhaal geboren. Wanneer we weinig weten van dit onderwerp gaan we rondbellen naar stichtingen of andere organisaties die er wel veel vanaf weten.

I: Worden jullie vaak benaderd door belangenorganisaties?

R: Nee we worden niet vaak benaderd door stichtingen en organisaties. Soms komen verzoeken ook bij Endemol binnen. Die worden trouwens wel meteen naar ons doorgestuurd. Endemol doet er verder niets mee, samen met mijn schrijversteam ben ik degene die beslist of we er wat mee doen. We krijgen wel vaak commentaar op bepaalde onderwerpen. Zo zou bijvoorbeeld het alcoholgebruik te hoog liggen en dat zou verkeerde effecten hebben op de werkelijke houding ten aanzien van alcoholgebruik. Samen met de Bond tegen het Vloeken zijn dat de twee organisaties die het meest commentaar leveren op de inhoud van de serie. Die bellen ons dan op of ze mailen ons dat ze het niet eens zijn met de inhoud.

R: Ieder jaar organiseert Martine Bouman de dag van de soap. Ik heb dit jaar daar ook gesproken. Er is wel wat interesse maar het is niet overweldigend. Het Trimbos instituut was bijvoorbeeld wel geïnteresseerd die dag en ik heb ook even gesproken met mensen daarvan maar daar hoor je verder niets meer van. Op zich wel jammer want alcoholgebruik is wel een

interessant onderwerp en zeker ook iets waar we wel wat mee willen doen. Voor zo'n onderwerp zouden we via internet ook op zoek gaan naar mensen in het veld. Die er zelf mee te maken hebben en ons het een en ander over kunnen vertellen. Dit gaat wat ons betreft dan niet verder dan alleen wat oriënterende gesprekken die voor ons nuttig zijn. Ik merkte op die dag ook dat belangenorganisaties weinig weten van hoe we werken. Ons doel is niet om zoveel mogelijk issues in onze serie te hebben maar om zoveel mogelijk kijkers te halen.

I: Maar makers van een soapserie hebben wel een bepaalde verantwoordelijkheid.

R: Sommige dingen moeten inderdaad wel worden verteld wanneer je een bepaald onderwerp aansnijdt. De impact van een soapserie is groot en daar moet je je als schrijver zeker bewust van zijn. Maar wij zijn geen voorlichtingsorganisatie'. De verantwoordelijkheid van schrijvers ligt hem vooral dat kijkers niet de verkeerde ideeën gaan ontwikkelen door wat ze in de serie zien. Sommige organisaties hebben trouwens het idee dat wij verplicht zouden zijn om met hen samen te werken. Maar, dat is complete onzin. Wij hoeven niet een bepaalde boodschap te verkondigen. Daarnaast begrijpen de twee partijen elkaar ook niet goed. Organisaties kijken vaak erg neer op soapseries. Ik merkte bij de HIV-Vereniging dat er erg veel cynisme naar ons was. Dat werkt niet bepaald mee aan de samenwerking.

I: Met wie heb je samengewerkt bij Soa Aids Nederland?

R: Dat was met Filippo Benzile en Paul Zantkuijl. Je kan ze via de site van de stichting opzoeken. Bij de HIV-vereniging heb ik gesproken met Jeroen van Mansvelders. Als je ze spreekt moet je maar zeggen dat je de namen via mij hebt gekregen.

I: Hoeveel invloed hebben belangenorganisaties op de inhoud van het script?

R: Helemaal niets. Het is ons verhaal en we hebben de organisaties alleen nodig voor informatie. Maatschappelijke organisaties worden door ons voornamelijk gebruikt voor informatie. Hoe beter de samenwerking, hoe hoger hun verhaalinput is. Een goede verstandhouding tussen beide partijen is daarvoor erg belangrijk en daar wordt ook veel moeite voor gedaan. Wanneer de samenwerking goed is leggen we ook wel onderdelen van verhaallijnen aan hen voor en soms komen zij met adviezen waar we echt wel veel aan kunnen hebben. Ze hebben namelijk ook ervaring met bepaalde verhalen uit de realiteit. Maar je merkt wel dat beide partijen andere belangen hebben. Je merkt dat er frictie en wantrouwen is. Sommige organisaties kijken met dédain naar soapseries en de makers ervan maar willen ons wel graag gebruiken omdat ze ook wel weten dat de invloed erg groot is. Het zou fijn zijn als dit in een rustiger vaarwater komt.

I: Zou er vaker sprake moeten zijn van E&E in soapseries?

R: Het is goed om bewust te zijn van de invloed van soaps. En we hebben wel een bepaalde verantwoordelijkheid. Maar het moet niet voelbaar zijn in het script dat er op dat moment sprake is van educatie. Mensen kijkt eerst naar een soap om zich te vermaken. Niet om iets te leren. Het hoogst haalbare voor ons is al als mensen erover gaan praten onderling. Dat doen ze wanneer ze betrokken zijn bij een bepaald karakter in de serie. En niet omdat ze betrokken zijn bij de thema's. Er ontstaan dan hele discussies op onze internet site over bepaalde dingen. Vooral het loverboy thema zorgde voor veel discussie. Dat is goed dan zijn mensen ermee bezig. Naar mijn idee kan je wel alleen vermaakt worden als je ook gaat nadenken over dingen.

Organisaties moeten wel beseffen dat ze geen verhaallijn kunnen kopen. Misschien is het wel beter als ze een serie helpen ontwikkelen, dan hebben ze alle controle erover. Ze zijn dan immers eigenaar. Een voorbeeld uit het verleden hiervan is '12 steden, 13 ongelukken'. Ze hebben dan meer grip en controle.

Respondent: Paul Zantkuijl
Functie: Persvoorlichter Soa Aids Nederland en STOP AIDS NOW!
Datum: 18 januari 2008
Tijd: 10.00 – 11.00
Plaats: Keizersgracht 390, Amsterdam

I: Hoeveel ervaring heeft Soa Aids Nederland met het toevoegen van educatie in soapseries?

R: Soa Aids Nederland heeft er meer ervaring mee. We hebben een keer samengewerkt met Costa! en ook met muzikzender The Box, maar daar weet Filippo je meer over te vertellen. De samenwerking die we met *ONM* hebben gehad is de enige ervaring die ik heb met educatie in soapseries.

I: Hoe is de samenwerking gegaan?

R: Anne Huizinga, van *ONM* stuurde me een mail met een uitgebreide beschrijving over de plannen. Ze wilden een personage toevoegen die besmet zou raken met hiv. Ze legde hierin uit over de onderwerpen en thema's die voorkomen in *ONM*, welk publiek ze willen bereiken. Daardoor kreeg ik een goed beeld van *ONM*. Daarnaast kon ik merken dat ze zich had verdiept in het onderwerp. Ze vertelde me helemaal zoals ze het wilde doen met de verhaallijn en wat haar plannen waren. Ze maakte duidelijk dat ze een heteroseksuele jongen besmet wilde laten raken met hiv en niet een homoseksuele jongen, onder andere omdat ze het interessant vond om de reacties van vrienden van een heteroseksuele jongen te schetsen. Ze vroeg zich af in hoeverre dit probleem speelde in de samenleving en in hoeverre heteroseksuele jongens hiv hebben. Ze mailde al dat ze dacht dat het waarschijnlijk zeldzaam zou zijn. Maar scheef ze erbij we gaan uit van uitzonderlijke situaties om daarmee een kans te hebben op een dramatisch verhaallijn. Het personage zou 18 jaar zijn. Ik heb toen informatie hierover opgevraagd bij Stichting HIV Monitoring en zij konden me vertellen dat 700 jongeren besmet zijn met hiv in Nederland. Ze wilde graag laten zien wat het met iemand doet als hij hoort dat hij hiv heeft. Sam zou via een one night stand met een meisje uit Zuid-Afrika besmet raken. 'Sam is een pechvogel', zo schrijft ze 'want na drie weken geeft het lichaam van Sam de strijd tegen hiv al op'. Ik heb teruggeschreven dat hij daarmee niet representatief is voor mensen die besmet raken met hiv en dat het niet klopt. Ze mailde terug dat het benoemd zou worden dat het bijzonder is. Sam zou dus na drie weken weten dat hij hiv heeft. Dat, terwijl normaal gesproken mensen dit pas na zes weken kunnen weten. Vroeger was dat zelfs pas na drie maanden. Daarmee strookt de verhaallijn niet met de waarheid. Onderwerpen die ze willen aanhalen zijn bijvoorbeeld de inreisbeperkingen waarmee hij last krijgt. Je mag Amerika bijvoorbeeld niet in met hiv. ze willen Sam namelijk laten reizen en daarmee loopt hij tegen problemen op. Ook willen ze vertellen dat

aids niet hetzelfde is als hiv. Dat vind ik heel goed. Je merkt dat mensen dat heel slecht weten. Daarmee leer je mensen het een en ander over het onderwerp. een andere boodschap is dat ze willen laten zien dat het stoer en cool is om veilig te vrijen. Ander thema is hoe vertel ik het aan mensen? Tijdens het solliciteren, in een relatie, maar ook aan mijn vrienden. En daarbij is het ook weer anders voor een jongen dan voor een meisje. 'ik vind het erg goed dat ze dit onderwerp zo aansnijden'.

I: Was het een goede ervaring?

R: Jazeker, we hebben een aantal keer heen en weer gemaïld, dat was puur omdat zij informatie nodig hadden voor hun serie. We hebben dus alleen die macht van de informatie op het script, meer niet.

I: Had je het idee dat ze iets deden met je aanwijzingen?

R: Ik had aangegeven dat drie weken na infectie te vroeg was dat het lichaam het dan al opgeeft en dat Sam dan al aan de hiv-remmers moet. Later gingen ze het geloof ik zo doen dat Sam niet besmet was geraakt door de one night stand maar door een eerder contact, om op die manier toch dicht bij de werkelijkheid te blijven. Sam gaat dus aan de combinatietherapie maar wil dat liever niet. Hij laat zich toch overhalen maar wordt er ziek van. Zijn vader laat hem inzien dat hij wel aan een therapie moet blijven. Ze gaan later samen reizen en zo verdwijnt hij uit de serie. Maar mijn probleem erbij was dat als hij problemen heeft met de medicijnen laten ze dan ook zien dat er nog een hoop alternatieven zijn? Want er zijn ook nog andere combinatietherapieën waar hij misschien minder last van zou kunnen hebben. Dadelijk denken kijkers 'ik laat me niet testen want dadelijk ga ik erop achteruit'. En dat zou een verkeerd beeld geven van de werkelijkheid.

I: Wat is jouw mening over een samenwerking om E&E in een soapserie te brengen?

R: We willen graag samenwerken als we daardoor de vrij veilig boodschap kunnen laten zien.

I: Worden jullie vaak benaderd?

R: De aanvraag komt niet altijd bij ons binnen, in het verleden is en nu onlangs is de Hiv Vereniging Nederland benaderd. In *GTST* wil personage Anita met hiv een kind krijgen. De vraag is hoe dicht ze bij de werkelijkheid zullen blijven. In het verleden hadden ze Anita in de serie 'fusieremmers' laten slikken die nog niet eens vrij verkrijgbaar waren, maar waar nog alleen maar trials mee waren! Waarschijnlijk hadden ze iets gelezen op internet en bedachten dat het wel leuk was om haar dat te geven. Dat ligt dus heel ver van de werkelijkheid vandaan. Het was trouwens al heel vreemd hoe ze aan hiv was gekomen. Dat ging via een auto-ongeluk. Dat is heel raar. Die gegevens hebben ze duidelijk niet gechecked.

I: Wanneer je fouten over hiv/aids op televisie ziet in een serie of een programma reageren jullie daar dan op?

Ja, dat doen we wel eens. Ik vind het erg fijn als we er van te voren invloed op hebben zodat we weten dat het op een goede manier naar buiten komt.

I: Denk je dat soapseries zoveel invloed hebben dat ze kijkers daadwerkelijk wat kunnen leren?

R: Ik denk dat het belangrijk is wanneer een personage in een serie zoiets krijgt dat het, in het geval van *ONM*, jongeren aan het denken zet. Wanneer het realiteit wordt, dus als zelf, of iemand in hun omgeving besmet raakt dat ze dan denken, dat heb ik al een keer gezien. Ik denk dat het in zoverre van invloed is. Hoewel het dus niet heel reëel is dat een heteroseksuele jongen van 18 jaar besmet raakt. Maar makers van soapseries zijn nu eenmaal altijd op zoek naar extreme verhalen.

I: Vind je educatie in soapserie een goed iets?

R: Het is goed als jongeren worden voorgelicht en op een subtiele manier wordt overgebracht dat ze veilig moeten vrijen. Dat vind ik prima. Daarnaast helpt het mee om alle vooroordelen weg te halen. We zeggen altijd zo 'hiv hebben is helemaal niet leuk, maar er valt wel mee te leven'. Maar het is wel fijn als de informatie die ze erin verwerken klopt

I: Heb je dan liever geen verhaallijn over hiv wanneer het niet klopt, of is zijn jullie sowieso blij als er aandacht aan wordt besteed?

R: Elk personage die besmet is met hiv is meegenomen. Dan wordt er toch weer informatie aan besteed. Maar liefst op een goede manier gebracht natuurlijk. We hebben tot nu toe niets te klagen over E&E.

I: Wat zou zorgen voor een betere samenwerking?

Als organisatie moet je wel beseffen dat je werkt met mensen van de televisie anders kan je niet met ze samenwerken. Je moet snappen dat dingen in de serie anders naar buiten worden gebracht dan ze in werkelijkheid zijn. Ze moeten er een verhaal van maken. Het moet compacter en sneller. Je kan niet in de serie netjes een paar jaar wachten totdat het lichaam last kan krijgen van hiv. Als je als stichting te star wordt dan gaat het gewoon niet werken. Alles gaat sneller bij televisiemensen. Ik reageerde altijd heel snel op de mails en daar was Anne Huizinga erg blij mee. De Hiv Vereniging Nederland kon door omstandigheden minder snel reageren en daardoor was het voor *ONM* te laat.. Je moet blij zijn dat ze aandacht eraan willen besteden. Het positief benaderen en vervolgens goed meehelpen zodat het op een goede manier wordt behandeld. Ik werk bij dit soort verzoeken voor informatie daarom altijd mee.

I: Zouden jullie bereid zijn om te betalen voor een personage in een serie die besmet is om zo meer informatie te geven over de ziekte?

We hebben tot nu toe daar niet voor betaald. Maar ik sluit het niet uit. Ik weet daar alleen te weinig vanaf dat moet je aan *Filippo* vragen. Hij weet daar meer van.

I: Dat was wat ik wilde weten, heb je misschien nog wat toe te voegen?

R: Vlak voordat ze de opnamen wilde maken waarin Sam moet worden overtuigd dat hij zijn medicatie moet blijven nemen word ik gebeld door een van de producenten. Ze wilden namelijk dat het personage geconfronteerd zou worden met de meest vreselijke plaatjes van uitgemergelde aids-patiënten. Mij werd gevraagd of ik die kon leveren. Daar heb ik niet aan meegewerkt. Ik wil er niet aan meewerken dat het beeld over aids op die manier naar buiten wordt gebracht. Ze hebben uiteindelijk geloof ik plaatjes van internet gehaald en die gebruikt.

Respondent: Filippo Benzile

Functie: Programmaleider, publiekscommunicatie en advies Soa-Aids Nederland en STOP AIDS NOW!

Datum: 18 januari 2007

Tijd: 11.30 – 12.30

Plaats: Kantoor Scriptstudio, Amsterdam

I: Voor mijn scriptie doe ik onderzoek naar educatie in de Nederlandse soapseries *ONM* en *GTST*. Wat zijn jouw ideeën over Entertainment-Education?

R: Naar mijn idee is E&E een middel om buiten de context van betaalde reclame en voorlichting op een minder directe manier bij de doelgroep een gesprek los te maken.

I: Wat is je ervaring met Entertainment-Education?

R: De ervaring die we als stichting hebben is natuurlijk Costa! Dit heb ik niet destijds niet geregeld, maar mijn voorganger deed dat toen nog. Ik weet er wel het een en ander vanaf. Dit was deels succesvol. We hebben het condoomgebruik goed kunnen laten zien in de serie. Maar er zaten ook elementen in de serie die gewoon niet klopte. Bijvoorbeeld het scheren van je schaamhaar wanneer je schaamluis hebt, die conclusie is gewoon verkeerd. Bij onze samenwerking met Costa! werd het condoom te nadrukkelijk laten zien in de serie. Het voegde daardoor helemaal niets toe aan de drama-elementen. Het lag er gewoon veel te dik bovenop. Daar is van te voren niet goed over nagedacht.

I: Hoe had dat naar jouw idee beter gekund?

R: Je kan het condoomgebruik beter toevoegen in een verhaallijn en ervoor zorgen dat personages er discussies over krijgen enzo. Een ervaring die ik wel zelf heb met E&E is Find Out. Dit was een experiment op jongerenzender The Box waarbij jongeren hun eigen inbreng hadden op het thema en de inhoud van het programma. Martine Bouman begeleidde dit. De laatste ervaring is het geven van advies over HIV/Aids aan *Onderweg Naar Morgen*.

I: Daar heb ik het laatste inderdaad ook met Paul Zantkuijl over gehad. In *ONM* krijgt Sam HIV, toch?

R: Ja, dat klopt. Belangrijk voor ons is dat er vooral misverstanden uit de wereld worden geholpen in een verhaallijn als deze en de belangrijkste elementen van het krijgen van zo'n ziekte worden behandeld. Een scriptschrijver kan hier mooi op inspelen.

I: Was deze samenwerking met *ONM* een goede ervaring?

R: Jazeker, het is in een samenwerking prettig dat men interesse heeft in het onderwerp en zich erin wil verdiepen en dat er geluisterd wordt naar de waarheid van het onderwerp. Het is nog wel afwachten wat het resultaat gaat zijn want nu komt er ook nog het drama erbij van de serie. Maar wij vinden het belangrijk dat het onderwerp met respect wordt behandeld. Je hoopt bijvoorbeeld dat stereotypering wegvalt. Maar over het verhaal met *ONM* hebben we geen controle en dat is ook wel logisch want we betalen er ook niet voor. Ik geloof wel dat het een stuk beter wordt aangepakt dan bij *Goede tijden, Slechte tijden*. Ik vond het heel marginaal uitgewerkt hoe Anita HIV kreeg en hoe ze dit aan haar omgeving vertelde. We zijn graag bereid om een samenwerking aan te gaan. Het is voor ons een hele mooie manier om zo de doelgroep aan het denken te zetten.

I: Moet er vaker aan Entertainment-Education worden gedaan?

R: Je moet altijd proberen om een overkill te voorkomen. Het zou wel heel mooi zijn als mijn thema vaker voorkomt in series. Je ziet weinig discussies over het condoomgebruik in series of films. En die discussies en communicatie onderling en misverstanden die erover bestaan willen we graag meer zien. Die elementen kan je er leuk infietsen. James bond gebruikt bijvoorbeeld geen condooms, terwijl je wel als kijker regelmatig ziet dat hij het doet. Dat is een verkeerd voorbeeld en zet een norm als je dat vaak ziet.

I: Hoe ziet een Entertainment-Education samenwerking eruit?

R: Zoals ik het heb meegemaakt bestaat dat eruit dat scriptschrijvers advies vragen aan mij over het onderwerp dat ze willen weten.

I: Dat is het enige?

R: Ja, dat is het enige.

I: Stel dat jullie genoeg geld hebben als stichting zou je dan bereid zijn om met een zak geld naar een maker van een soap toe te gaan en een personage of een thema willen kopen in de serie?

R: Oh, daar zitten we continue aan te denken om scriptschrijvers te benaderen en te betalen voor een thema maar het kleine budget dat we hebben weerhoudt ons ervan om zoiets te doen. We hebben daar niet voldoende geld voor. We zouden dat heel erg graag willen doen. Maar als het zou kunnen en we willen ook het ook echt, dat valt dan ook weer te bezien natuurlijk, dan regel ik dat. Ik zou dan het hele traject betrokken willen zijn. Ik respecteer dat zij een andere taak hebben en deskundigheid dan ik. Van beide kanten moet je dat besef hebben anders werkt het niet. Een

belangrijke vraag is hoe je op een reële wijze neerzet dat iemand besmet raakt. Dat kunnen ze heel goed uitvoeren, daar hebben zij ervaring in en ik niet. Je kan ervoor kiezen dat iemand een vakantieliefde krijgt in bijvoorbeeld...Zuid-Afrika. Voor ons is het interessant dat je laat zien dat de geschiedenis van die persoon belangrijk is en dat het niet alleen maar gaat om het hier en nu. Dat is onder het mom van 'Tuurlijk vertrouw ik jou, maar je ex-en niet'. Je kan heel goed situaties van onveilig vrijen in beeld brengen en met drama kan je het moment zelf en ook de gevolgen ervan heel erg goed uitbouwen. Niet alleen het onveilig vrijen, maar ook hoe gaat iemand met die besmetting om, hoe vertelt die persoon dat aan zijn of haar familie en vrienden. Wat heeft het voor impact in die persoon zijn leven. En je hebt een enorm groot publiek, er kijken geloof ik elke dag 1,2 miljoen mensen naar *GTST*. Maar het gebeurt dat mensen betalen voor thema's in een soap en dat zou ik ook willen doen. Ja, het zou mooi zijn als we een deal kunnen maken.

I: Hoe zou je in zo'n geval dan te werk willen gaan?

R: Dan willen wij beslissen welk thema in de serie wordt verwerkt en dan moeten de schrijvers het schrijven in de serie. Dan hoef je het er niet te dik bovenop te leggen dat hier om educatie gaat, maar wel zo dat het kan bijdragen aan een discussie over het onderwerp. Het is mooi als er geen vingertje wordt opgestoken maar wel wordt overgebracht wat gecommuniceerd moet worden. Het zou mooi zijn als we dat meer kunnen inweven in series. Belangrijk is wel dat het echt een samenwerkingsverband is en dat moet je dan ook vastleggen. We hebben daar goede ervaringen mee met *ONM*, zij luisterde goed. Maar met Costa! waren de scriptschrijvers minder blij dat we er in deel gingen nemen. Ze moesten opeens overal nog even condooms tussen worden gepropt en dan wordt het een heel plat element. Als je samenwerkt, moet je ook scripts kunnen beoordelen als ze klaar zijn. In de praktijk gebeurt dat niet en hebben schrijvers dat ook liever niet. Als je echt een samenwerking aangaat moet dat wel en leg je dat ook van te voren vast. De manier van samenwerken ligt ook aan wie de scriptschrijver is. Je krijgt sowieso bij iedere schrijver een ander verhaal, ze drukken hun ideeën allemaal op een andere manier uit en de verhoudingen in de samenwerking zijn ook altijd anders.

I: Denk je dat educatie in soapseries een bepaald effect zoals het opwekken van een discussie zoals je net zegt, kan opwekken?

R: Als je het op een geloofwaardige manier in een serie zet dan kunnen mensen zich erin herkennen of mee identificeren en dat kan hen aan het denken zetten. Je moet dus gaan inwerken op het gezonde verstand van mensen, van de kijkers. Bij een soapserie kan je heel goed de emotionele kant van een onderwerp en ook van HIV en het gebruik van condooms belichten. Bij een reclame die 27, 28 seconde duurt heb je daar geen tijd voor. Daarbij kan je gewoon die diepte niet in en identificeren mensen zich niet zo sterk met de personen die er een

rol in spelen. Bij een serie kan je de consequenties die er van onveilig vrijen zijn heel goed overbrengen. Daarnaast hebben deze series al een hele hoop trouwe kijkers.

I: Vind je dat schrijvers, omdat soaps zo'n enorm groot aantal kijkers heeft elke avond eigenlijk niet moreel verplicht zijn om educatie te verwerken in hun verhaal?

R: Nee ... het is geen verplichting maar schrijvers moeten er wel voor zorgen dat verhalen bij de werkelijkheid blijven. Ik vind het een creatieve zwakte om ver van de werkelijkheid af te staan. Ik vind het positief als je laat zien hoe het in het echt is en het ook spannend kan houden. Je moet ook oppassen met stereotypering bijvoorbeeld zwarte mensen altijd als verkrachters neerzetten etc. want dat werkt stigmatiserend en dat is altijd fout want dan geef je ook weer een verkeerd beeld van de maatschappij. Bijvoorbeeld Sam die in *ONM* HIV besmet raakt dat is goed. Het is conform de realiteit, maar niet een stereotype, dat zou het zijn als je een jongen die homo is besmet laat raken. Niet dat het fout is maar je zet wel weer een stereotype neer. Hoewel heterojongens van die leeftijd, hoe oud moet Sam zijn 18 ofzo?

I: 18 volgens mij inderdaad.

R: Het gebeurt niet vaak in Nederland dat een jongen van die leeftijd HIV besmet raakt, maar het gebeurt wel en het aantal jongeren dat het krijgt groeit ook nog steeds.

I: Dat wist ik niet.

R: Ja, het groeit nog. HIV onder hetero's is vaak wel geïmporteerd bijvoorbeeld door vakantieliefdes of reizen naar het buitenland waar we het eerder over hadden. En eenderde van de mensen die besmet zijn weten het vaak niet eens dat ze het hebben. Dat kan ook een thema zijn dat je mooi kan verwerken in drama's.

I: Stel dat je het zak met geld hebt en je wil een thema of een personage kopen welke serie zou dan je voorkeur hebben?

R: Tja, ik ken niet alle series zo goed.

I: Als je moet kiezen tussen *GTST* en *ONM*?

R: Met *ONM* had ik een heel positief gesprek toen ze ons om advies vroegen dus dat zou een optie zijn. Maar het belangrijkste is wie er naar de serie kijken dus wat is de doelgroep ervan en past dat bij de doelgroep die wij willen bereiken? Ook belangrijk is de kwaliteit van de serie. Dat zal denk ik een combinatie van harde cijfers en gevoel zijn.

I: Zie je ook negatieve kanten aan een samenwerking?

R: Ja, de frictie van een samenwerking zit in de tegenstrijdige belangen. Ik wil een discussie losmaken en vooral weinig stigma aan het onderwerp verbinden terwijl een regisseur juist meer

drama wil. Dat is voor hem het allerbelangrijkste want dat trekt kijkers. Het mooiste is als dat gelijk kan lopen.

I: Jullie krijgen dus verzoeken van mensen om mee te doen met een serie of film, hoe maken jullie de selectie van waar jullie wel en niet aan meedoen?

R: We krijgen wel eens verzoeken om mee te doen aan een film met het idee van dat vinden jullie vast wel heel interessant voor bekendheid over jullie onderwerp. maar de bijdrage, dus het geld, dat we dan leveren ligt dan voorop. Wanneer ik budget en de mogelijkheid ervoor zou krijgen om mee deel te nemen aan series zou ik kijken wat zijn goede series. Dan moet ik die soap natuurlijk zelf bekijken en dan gaat het om de toonzetting en het gevoel dat ik erbij krijgen. Daar ligt de nadruk op. Maar het belangrijkste is dat ik bij het hele traject wil zijn als we besluiten om aan zoiets mee te doen.

Respondent: Kennard Bos

Functie: Hoofdschrijver *GTST*. Eindverantwoordelijk voor scripts en geeft leiding aan het schrijversteam.

Datum: 18 januari 2007

Tijd: 11.30 – 12.30

Plaats: Kantoor Scriptstudio, Amsterdam

I: Wat is uw ervaring met E&E?

R: Ten eerste wil ik even zeggen dat *GTST* meer een soort sprookje is. We vertellen niet de realiteit en dat is ook niet het doel dat we voor ogen hebben bij het maken van de serie. Onze bedoeling is wel dat we anderhalf uur mensen willen vermaken en willen laten ontsnappen aan de werkelijkheid. Om hen te kunnen laten ontsnappen moet de serie wel zo dicht mogelijk bij de werkelijkheid staan en daarom worden er onderwerpen gekozen die herkenbaar zijn voor kijkers. Maar met die onderwerpen hebben we niet het doel om mensen iets leren.

I: *GTST* heeft in Nederland wel een heleboel kijkers vind je dan niet dat het toch een morele verplichting heeft een bepaalde boodschap mee te geven?

R: Nou, dat vind ik eigenlijk niet echt. We willen wel een bepaald moraal meebrengen aan de kijkers. Het grootste voorbeeld van de laatste tijd daarvan is wel dat Barbara borstkanker kreeg. Dan willen we vertellen hoe mensen omgaan met het horen van het slechte nieuws en hoe ze het aan anderen vertellen, hoe ze omgaan met de hele ziekte wat het doet met een relatie enzo. Daarbij gaat het ons vooral om het vertellen van een dramatisch verhaal. Maar je wil wel dat het klopt en dat de feiten die je in de serie vertelt ook goed zijn. Daarom zijn we toen we het verhaal schreven bij de kankerstichting geweest en we hebben gesproken met iemand die zelf borstkanker heeft gehad. Dat is puur om te voorkomen dat je geen fouten maakt.

I: Maar daar begrijp ik uit dat jullie degene zijn die contact opnemen met de stichtingen en niet andersom.

R: Ja, dat klopt, als wij het nodig vinden dan bellen we hen voor research. Het is dus alleen functioneel het contact. Het gaat ons meer om de dramatiek achter het verhaal. Toen we de 3500^{ste} aflevering uitzonden onlangs, heb ik dat ook tijdens een radio-interview gezegd dat het ons echt alleen om de dramatiek gaat bij het maken van de serie.

I: Waarom doen jullie niet meer aan educatie?

R: Ik weet dat het in het buitenland meer populair is om educatie in soapseries te doen en dat het daar ook veel meer gebeurt. Maar in Nederland hebben we andere instanties om mensen dingen

te leren. *GTST* is een dramaserie en geen educatie en ook geen educatieve dramaserie. De verhaallijnen drijven bijvoorbeeld zwaar op liefde en met dat soort zaken willen instanties vaak niet geassocieerd worden. Daarbij is het grote gevaar dat we met een vingertje gaan wijzen en dat is niet dat de missie van *GTST* en ook niet van RTL.

I: Stel dat er een stichting naar jullie toekomt met een zak geld en die wil een thema of een personage kopen om zo hun eigen doel in de serie te verwerken zouden jullie dat doen?

R: Tot nu toe zeggen we op alle verzoeken nee. Het laatste verzoek was van een gehoorstichting die wilde waarschuwen voor harde muziek en het effect dat het heeft op het gehoor bij jonge mensen. En daar wilden ze inderdaad die zak geld voor neerleggen waar je het eerder over had. Nu hebben we een personage in *GTST* die doof is en het zou een interessante verhaallijn kunnen zijn als die persoon doof zou worden. Het is dramatisch interessant om te laten zien hoe je daarmee omgaat. Maar als we dat zouden doen wilden ze wel inspraak hebben op het script en dat is wat we nooit doen. We willen geen inspraken van anderen op het script.

I: Maar het geld zou wel interessant zijn voor de serie, weegt dat niet zwaarder?

R: RTL is altijd op zoek naar sponsors maar dan wil een organisatie zeggenschap hebben over hetgeen ze sponsoren. Daar doen we echt niet aan. Dus negen van de tien keer zeggen we nee op zulke verzoeken. We willen er bijvoorbeeld wel in meegaan als een organisatie met een verzoek komt, daarvoor geen geld geeft en daarom ook geen inspraak wil hebben. Dan hebben we het bijvoorbeeld over het ophangen van een poster op de set of mensen die in de achtergrond met een collectebus langskomen bij de personages. Daar zijn we zeker wel bereid toe om dat te doen.

Wij bepalen namelijk de inhoud. Volgens ons is *GTST* niet het platform om iets te leren. Er zijn wel veel argumenten waarom dat het wel zou zijn. Zoals je net al zei de serie heeft veel kijkers en ook veel jongeren die er naar kijken en dat geeft een bepaalde morele verantwoordelijkheid. Maar ik denk dat er meer sprake van is dat ons eigen moraal erin wordt verwerkt. En dat past natuurlijk wel bij het maatschappelijke moraal. Je moet geen al te rare of vreemde dingen erin gaan verwerken. Kijkers haken af als bijvoorbeeld iedereen aan de drugs gaat in de serie. Ik vind het goed dat er contact is met organisaties voor research. En zij zijn er erg blij mee dat ze meer bekendheid krijgen.

I: Hebben jullie vervelende ervaringen met zulke samenwerkingen?

R: De ervaringen die ik heb zijn onder meer met de kankerstichting en met de brandwondenstichting en ik heb er geen vervelende ervaringen mee.

I: Worden jullie ook wel eens benaderd door stichtingen die commentaar hebben op een verhaallijn van jullie?

R: We hebben een keer commentaar gehad van de SOA-organisatie. Dat was toen Anita op een hele rare manier HIV kreeg. Dat was omdat iemand anders een ongeluk kreeg. Zij hielp toen die persoon en omdat Anita een klein wondje op haar hand had werd het bloed vermengd en werd ze besmet. De stichting was daar niet blij mee, en terecht. Dat geeft een verkeerd beeld van HIV en het kan ervoor zorgen dat mensen elkaar niet meer helpen. Hoewel ik ook wel denk dat *GTST* niet zoveel impact heeft dat het zoveel teweeg kan brengen. Maar wanneer je een verhaal lijn schrijft als deze gaan inhoudelijke belangen ook spelen. We zijn als *GTST* niet een soort spreekbuis, maar het moet wel kloppen wat we vertellen.

I: Waarom willen jullie niet als een soort spreekbuis fungeren?

R: Een discussie over onderwerpen vinden we wel goed dat betekent ook dat mensen betrokken zijn bij de personages in de serie en dat vinden we goed.

Ik herinner me wel samenwerkingen in de vorm van gesponsord drama. Maar daar werd altijd tegen hetzelfde probleem aangelopen. Namelijk dat schrijvers de misstanden interessanter vinden dan de goede dingen. Maar de organisaties willen niks vertellen over misstanden. Bijvoorbeeld wanneer defensie wil motiveren om voor hen te werken willen ze niks laten zien over depressiviteit in het leger in een serie. Ze willen alleen een positief beeld scheppen, maar dat is niet interessant voor dramamakers. Bij *GTST* zou ik dat altijd weren omdat je van dat soort problemen krijgt.

I: Zou educatie in soapseries vaker moeten voorkomen?

R: Voor ons bij *GTST* zou het niet vaker hoeven voorkomen. Zo wilde een keer de moslimomroep geld steken in *ONM*. Daar is dus de hele pers overheen gevallen want die vonden allemaal dat het niet kon. Daardoor ontstaat bij mensen toch het idee dat eens serie wordt gekocht. *ONM* heeft uiteindelijk wel personages die moslim zijn erin en ook een verhaallijn erover gemaakt maar ze hebben het verzoek van de Moslimomroep afgewezen. Ik ben er altijd huiverig voor als schrijver. Ik wil niet iemand die meekijkt over mijn schouder. We krijgen wel regelmatig verzoeken, maar het is soms ook een periode. Zo hadden we laatste Charlie die opeens milieubewust werd maar dat kwam niet voort uit educatie. Dan gaan we op zoek naar een onderwerp, dat bedenken we dan in een brainstorm. Dat leek ons gewoon een leuke verhaallijn en dan gaan we op zoek naar een personage die daar goed bij past en dat was Charlie. Bij haar komen we omdat we ze dan het beste past bij waar we heen willen met haar personage. Dan denken organisaties dat het een samenwerking is en dan willen ze dat ook. Maar dat doen we niet. Enige vorm van een samenwerking is als wij zoeken naar informatie voor een onderwerp. En

dat kan bijvoorbeeld het milieu zijn. Het zijn dan vooral psychologische motieven die ervoor zorgen dat een bepaald onderwerp voorkomt in de serie. Daarnaast is het ook belangrijk of het leeft in de samenleving. Vervolgens ga je pas kijken naar wat de moraal is achter het verhaal. We willen vooral laten zien dat er niet maar een manier van vertellen is. Dat er meerdere manieren zijn om iets te doen. Daardoor laat je als het ware zien dat de personages iets leren, een bepaalde groei doormaken. Maar, we willen niet zeggen of iets goed of fout is of een ander iets opdringen om je op een bepaalde manier te gedragen.

I: Hoe was je ervaring met de samenwerking met de kankerstichting?

R: Dat was alweer een tijdje geleden. Het is volgens mij alweer 1,5 jaar geleden dat we voor het eerst contact hebben gezocht met de kankerstichting. Maar wat ik me herinner ervan was het een goede samenwerking. Het nadeel van het verwerken van een ziekte in de serie is dat er veel commentaar op komt van kijkers. Dan bellen mensen of mailen en vertellen ze dat het niet klopt hoe we het laten zien want ze hebben het zelf of een familielid heeft het. Maar je kan het nooit zo vertellen dat iedereen zich ermee kan identificeren. Ik kan me wel voorstellen dat als je dagelijks leeft met een ziekte en het klopt niet in *GTST* en het wordt daar gepresenteerd als waarheid dat het wel steekt.

I: Net als mensen die opeens opstaan uit rolstoelen en van blind opeens weer kunnen zien.

R: Ja, maar dan klopt het vaak wel. Maar ja, we presenteren nu eenmaal iets dat weinig voorkomt maar in *GTST* wel gebeurt. Dus we zoeken naar de uitersten want dat is interessant. Daar ligt namelijk het drama. Je verbuigt daarbij misschien iets de waarheid maar dat mag want het is fictie. Zo duren zwangerschappen ook nooit negen maanden in de serie. Je wilt namelijk ook niet te lang ergens aan vastzitten want dan moet je dat steeds maar verwerken in het script.

I: Ik kan me voorstellen dat dat ook wel vervelend is bij Anita die HIV heeft.

R: Ja, we hebben in het team ons ook wel eens afgevraagd of er niet een of andere pil is die we aan Anita kunnen geven zodat ze geen HIV meer heeft. Dan zijn we daar ook weer vanaf. Maar we vertellen bij Anita ook niet hoe het is om te leven met HIV. Je ziet haar niet elke keer haar pillen nemen. Het komt alleen even in beeld als ze bijvoorbeeld een nieuwe vriend krijgt en moet vertellen dat ze HIV besmet is. Of als ze met haar vriend een kind wil. Ja, dan moet er het een en ander worden uitgelegd. En dat is ook wel weer een interessante verhaallijn. Zo gebruiken we het alleen als het ons uitkomt. Om die reden zou ik ook niet willen vastzitten aan bepaalde afspraken om ziektes in de serie te houden. Ik kan me ook wel voorstellen dat het ligt aan wie op de machtspositie zit.

Schriftelijk gestelde vragen aan Marsja Meijer:

(woensdag 5 maart 2008)

Interviewer: Wat is uw functie bij KWF Kankerbestrijding?

Marsja Meijer: Persvoorlichter bij de afd. Strategie en Communicatie

Interviewer: Hebt u behalve de recente samenwerking met *Goede tijden, Slechte tijden* (GTST) nog meer ervaring met het verwerken van uw onderwerp in een televisieprogramma –of serie?

Marsja Meijer: Nee

Interviewer: U werd benaderd door GTST, hoe ging die benadering?

Marsja Meijer: In eerste instantie telefonisch, daarna afspraak gemaakt hier op kantoor

Interviewer: Was u er direct enthousiast over dat GTST het onderwerp kanker wilde verwerken in de serie of heeft u er over moeten nadenken om mee te werken omdat u misschien bang was voor de mogelijkheid dat uw onderwerp niet op een goede manier behandeld zou worden?

Marsja Meijer: Ik vind het wel passen in een serie als GTST wat probeert een weerspiegeling van de samenleving te weergeven. Kanker komt helaas veel voor, en iedereen krijgt of heeft er mee te maken.

Interviewer: Hoe vaak hebt u contact gehad met GTST? (ongeveer)

Marsja Meijer: Ik persoonlijk ongeveer 2-3 keer. Onze inhoudsdeskundige verscheidene malen.

Interviewer: Ging dat persoonlijk of via de email?

Marsja Meijer: Hoofdzakelijk via mail.

Interviewer: Wat waren de goede eigenschappen van deze samenwerking?

Marsja Meijer: De makers wilden het zo realistisch mogelijk neerzetten.

Interviewer: Waren er ook mindere kanten aan de samenwerking? Zo ja, welke waren dit?

Marsja Meijer: GTST blijft natuurlijk een dramaserie. Sommige aspecten werden ietwat te dik aangezet. Wel begrijpelijk.

Interviewer: Hebt u het idee dat de samenwerking beter kon?

Marsja Meijer: Nee

Interviewer: Was het resultaat zoals u dacht dat het zou worden?

Marsja Meijer: Ik heb het helaas zelf niet gezien. Van horen zeggen zag het er goed uit.

Interviewer: Vond u het moeilijk dat u geen inzage had in het script?

Marsja Meijer: Nee

Interviewer: Benadert u wel eens scriptschrijvers omdat u het niet eens bent met hoe uw onderwerp in een programma of serie wordt behandeld?

Marsja Meijer: Soms, als er echt feitelijke onjuistheden wordt verteld, of iets wat niet klopt over KWF Kankerbestrijding als organisatie.

Interviewer: Denkt u dat educatie in soaps goede resultaten kan behalen?

Marsja Meijer: Zeker

Interviewer: Zijn er positieve danwel negatieve reacties bij u terecht gekomen over de verhaallijn waarin Barbara van *GTST* borstkanker krijgt?

Marsja Meijer: Slechts een paar opmerkingen van kijkers die bij ons de kankerinfolijn hebben gebeld.

Interviewer: Kijkt u op een positieve manier naar educatie in soapseries of denkt u dat u meer resultaten kan behalen met voorlichting via televisiereclames en folders?

Marsja Meijer: Positieve manier van educatie, het draagt zeker bij.

Interviewer: Zou u, mocht u de financiële mogelijkheid hebben, interesse hebben om een thema of personage in een serie te 'kopen' om daarmee uw onderwerp onder de aandacht te brengen?

Marsja Meijer: Als de financiële mogelijkheden daar liggen wel. Maar voor KWF Kankerbestrijding zal dat vaak niet een optie zijn.

EDUCATIE IN SOAPSERIES

Interviewer: Vindt u dat soapseries, omdat ze een zodanig groot publiek hebben, de morele verplichting hebben om educatieve elementen te verwerken in hun serie?

Marsja Meijer: Nee, maar als je het wel doet, dan zo zorgvuldig mogelijk.

Bijlage 5: Inge vulde waarnemingsinstrumenten

GTST: Barbara en Borstkanker

Soap:

Goede tijden, Slechte tijden

Jaar

2007

Periode dat de verhaallijn speelde

Eind maart t/m juni en november

1. Onderwerp

Welk onderwerp kwam hier naar voren?

Het krijgen en leven met borstkanker. Daarnaast wordt duidelijk dat het zowel voor degene die het krijgt als voor zijn of haar omgeving erg moeilijk is.

Beschrijving van verhaallijn/scène waarin mogelijk educatie is verwerkt

Eind maart heeft Barbara het vermoeden dat ze borstkanker heeft. Wanneer ze voor controle naar het ziekenhuis gaat besluit ze haar vriend Robert, hierover in te lichten. Na controle in het ziekenhuis blijkt ze borstkanker te hebben. Robert vertelt het daarna aan zijn broer Jef. Hij is de ex-man van Barbara en besluit met haar te gaan praten over zijn ervaringen met zijn eerdere vrouw Sylvia die aan borstkanker is overleden. Ondanks dat Barbara er niet blij mee is dat Robert het aan zijn broer had verteld, heeft ze wel veel steun aan het gesprek. Zo overtuigt Jef haar ervan dat ze zich moet laten behandelen. Robert is hier heel blij mee en wil Barbara erg graag bijstaan in haar strijd tegen deze ziekte. Ondertussen weet de rest van de familie en vrienden nog van niks. Om hen het slechte nieuws te vertellen organiseert ze een etentje om het hen te vertellen. Midden april krijgt Barbara haar eerste chemokuur, het valt haar zwaar. Zo wordt ze er misselijk van en gaat ze naar het ziekenhuis. Daar vraagt ze of haar nichtjes Charlie en Florian mogelijk ook borstkanker hebben of kunnen krijgen. Dat wordt vervolgens onderzocht. Wanneer Barbara eind april een nieuwe chemokuur ondergaat besluit ze dat ze hier vanaf wil zien. Ze wil stoppen met de kuren en wil een operatie en dat haar borst eraf gaat. Robert en de dokters zijn het hier niet mee eens, maar Barbara haar besluit staat vast. Daarna komt er een periode waarin er uitzaaiingen gevonden worden in haar lichaam. Barbara wil zich eerst niet laten behandelen. Doordat Jef en Charlie haar overhalen gaat ze uiteindelijk toch door met de behandeling. Ook wil Robert terwijl zijn vriendin steeds zieker wordt op zakenreis. Hier is de rest van de familie niet blij mee. Uiteindelijk zegt hij zijn reis af. Midden mei, wanneer Barbara weer bezig is met

chemokuren, begint haar haar uit te vallen en laat ze haar hoofd kaal scheren door Charlie. Barbara heeft het er erg moeilijk mee dat ze geen haar meer heeft en een pruik moet dragen. In diezelfde periode krijgen Robert en Jef ruzie. Jef vindt dat zijn broer er niet genoeg is voor Barbara. Wanneer Robert dan naar de Rozenboom gaat komt hij Janine tegen en stort zijn hart uit bij haar. Janine heeft begrip voor Robert zijn situatie en luistert naar hem. Hieruit komt voort dat Robert een interview gaat geven voor het blad van Janine over het feit dat zijn vriendin kanker heeft. Langzaam wordt Robert verliefd op Janine. Hij probeert haar te zoenen en stuurt haar bloemen. Janine is hier niet blij mee. Doordat Dian, de dochter van Jef, de man van Janine wil chanteren verspreidt zij het gerucht dat Robert een verhouding zou hebben met Janine. Jef is heel kwaad op zijn broer als hij dit hoort. Eind juni hoort Barbara dat ze genezen is verklaard maar het is nog steeds niet helemaal zeker dat ze genezen is verklaard. In november krijgt Barbara nog een keer een controle. Ze is hiervoor erg nerveus. Ze blijkt helemaal genezen te zijn. Wel moet ze nog elk half jaar op controle.

2. Personages

Welke personages zijn belangrijk in deze scène/verhaallijn?

- Barbara: Barbara is een vrouw van in de veertig. Ze heeft twee kinderen opgevoed: Morris en Charlie. De laatste is niet haar biologische kind. Het is een lieve vrouw, koppig en eerlijk. Barbara heeft borstkanker. Ze krijgt in het begin chemokuren en wordt kaal. Daarna besluit ze te stoppen met de kuren en ondergaat een operatie. Haar borst wordt daarbij verwijderd.
- Robert: Robert is een man van in de veertig. Hij is bevlogen, kan geen vrouw weerstaan en eigenwijs. Hij is de man van Barbara en wil haar helpen om deze moeilijke tijd te doorstaan. Ondertussen wordt hij verliefd op Janine.
- Charlie: Dit is de aangenomen dochter van Barbara. Ze is midden twintig en heeft een kind Valentijn alias JJ. Ze is opgevoed door Barbara. Ze is eigenwijs en impulsief. Ze heeft het er moeilijk mee dat haar moeder zo ziek is. Daarnaast is er ook nog een kans dat ze het gen dat de kanker veroorzaakt heeft geërfd omdat ze het nichtje van Barbara is.
- Jef: Jef is een man van in de veertig. Hij is knorrig en opvliegend maar bedoelt het allemaal goed en kan ook erg lief zijn. Hij is de ex-man van Barbara. Hij wil haar graag helpen en denkt op een gegeven moment dat hij verliefd wordt op zijn ex-vrouw.

Welke doelen streven de personages na?

- Barbara: Haar doel is om haar ziekte te overleven en dat op een zo goed mogelijke manier te doen
- Robert: Zijn vrouw helpen om haar ziekte te overleven
- Charlie: Haar moeder bijstaan in deze moeilijke tijd
- Jef: Zijn ex-vrouw bijstaan in deze periode.
Maar het belangrijkste doel dat ze allemaal hebben is Barbara de ziekte te laten overleven en haar te steunen in haar gevecht tegen borstkanker.

Wat zijn de gedragskenmerken van de personages in de situatie waarin ze zich begeven?

- Barbara: Sterke vrouw die wil overleven.
- Robert: Een man die zich altijd moeilijk heeft weten te binden en het ook daarom zo moeilijk heeft met deze situatie. Ondanks dat probeert hij er wel te zijn voor zijn vriendin.
- Jef: trouwe man die zijn ex wil bijstaan. Door zijn betrokkenheid denkt hij weer gevoelens voor Barbara te hebben.
- Charlie: Charlie is enorm emotioneel. Ze is erg bang om een dierbaar iemand te verliezen. Ze verloor al haar biologische moeder. Barbara die haar heeft opgevoed wil ze niet ook nog eens verliezen.

Werd er een specifieke rolverdeling aangehouden in deze scène/verhaallijn?

Er was niet echt sprake van een specifieke rolverdeling. In het centrum van het verhaal staat Barbara. Daar omheen staan mensen die haar willen helpen. De een heeft het daar moeilijker mee dan de ander.

3. Educatie

Probleem/keuzesituatie, de daarbij gegeven oplossing/gemaakte keuze die daarbij belangrijk was

Barbara begint met het krijgen van chemokuren. Dat valt haar zwaar, nadat ze er een paar heeft gehad. Wil ze hiermee stoppen en een risicovolle operatie ondergaan om de tumor weg te laten halen. Ze kiest uiteindelijk voor het ondergaan van de operatie. Helaas blijkt de kanker dan al wel uitgezaaid te zijn en moet ze alsnog weer aan de chemokuur.

Welke normen en waarden werden hier naar voren gebracht?

Eén van de normen is dat Robert niet verliefd mag worden op Janine. De waarden die eraan gekoppeld zijn: je mag niet vreemd gaan en je moet je vrouw steunen in een tijd waarin ze het moeilijk heeft.

Welke levensles werd hier naar voren gebracht en wat is de moraal van de verhaallijn/scène?

Dat je moet blijven vechten voor je leven wanneer je getroffen wordt door zoiets, dat je hulp van je omgeving nodig hebt. Het mag niet vergeten worden dat de omgeving van de persoon die ziek wordt het er ook erg moeilijk mee heeft. Ook moet de omgeving van iemand die leidt aan een dergelijke ziekte er altijd voor die persoon zijn.

Wat leert een kijker van deze verhaallijn?

De kijker leert naast alle boven genoemde levenslessen en waarden en normen ook meer over de ziekte borstkanker. Bij de bezoeken die Barbara brengt aan het ziekenhuis komt veel informatie naar voren over bijvoorbeeld chemokuren, operaties en de wijze van herstel. Op die manier werkt deze verhaallijn als een soort voorlichting over borstkanker en geeft het de kijker inzicht over wat er bij komt kijken wanneer je zelf of iemand in je omgeving deze ziekte krijgt.

GTST: Charlie in de ban van het milieuSoap*GTST*Jaar

2007

Periode dat de verhaallijn speelde

November

1. OnderwerpWelk onderwerp kwam hier naar voren?

Het milieu

Beschrijving van verhaallijn/scène waarin mogelijk educatie is verwerkt

Begin november kijkt Charlie naar de televisie en ziet een documentaire over het milieu. Ze is er duidelijk van onder de indruk. Zeker wanneer er wordt gezegd: 'daarmee zetten we de toekomst van onze kinderen op het spel', schrikt de jonge moeder. Ze besluit actie te ondernemen. Daarom vraagt ze zich af wat de Rozenboom doet voor het milieu. Dian, de eigenaar van het hotel, reageert afwijzend. 'Als we zo doorgaan stijgt de temperatuur met 1 tot 5 graden. Weet je wat dat betekent voor de zeespiegel?' zegt Charlie tegen Dian. 'Dat het druk wordt met bootjes?' antwoordt Dian. Charlie: 'ik kan wel merken dat je geen kinderen hebt'. Een paar dagen later gaat Charlie nog steeds door met gepreek tegen anderen over hun gedrag ten aanzien van het milieu. Eerder moesten Jack en Dian het al ontgelden, nu Robert ook al. Wanneer hij een pak papier weggooit krijgt hij van Charlie te horen dat daar een hele hoop bomen aan dood zijn gegaan. Robert vindt dat Charlie overdrijft. Daarna gaat ze klagen tegen Jack over het onbegrip van Robert en de anderen. Hij vertelt Charlie dat niet iedereen zit te wachten op een preek over het milieu, hij stelt voor dat ze Robert bijvoorbeeld tipt dat er kringlooppapier bestaat en daar gebruik van maakt. Hij adviseert haar om mensen te laten zien hoe ze beter met het milieu om kunnen gaan in plaats van iedereen een preek te geven. De dag erna zien we inderdaad dat Charlie Robert en Barbara tips geeft over het ophangen van spaarlampen. Daarbij geeft ze er ook informatie over: 'Bij gewone gloeilampen komen schadelijke stoffen vrij en bij een spaarlamp niet, dus beter voor het milieu'. Barbara en Robert vinden het een goed initiatief van Charlie. Door deze aanpak gaan meer mensen inzien dat Charlie geen onzin verkoopt maar dat er wel een kern van waarheid in zit.

2. Personages

Welke personages zijn belangrijk in deze scène/verhaallijn?

- Charlie : Charlie is midden 20 en heeft een zoon JJ. Het is een bevlogen vrouw en impulsief.
- Jack : Dit is de vriend van Charlie. Hij wil haar steunen in de dingen die ze doet.
- Robert : De man van Barbara. Hij ziet wel in dat Charlie gelijk heeft, maar wil er niet te veel moeite voor doen.
- Barbara : De moeder van Charlie. Zij wil haar dochter in alles steunen.
- Dian : Baas van de Rozenboom. Het is een keiharde zakenvrouw en vindt het allemaal maar onzin dat Charlie zich zo druk maakt over het milieu.

Welke doelen streven de personage na?

- Charlie: Het verbeteren van het milieu.
- Jack: Het steunen en adviseren van zijn vriendin
- Robert: Succes hebben met zijn werk en daarbij niet worden afgeleid door Charlie haar ideeën over het milieu
- Barbara: Zien dat haar dochter gelukkig is
- Dian: Net als Robert haar hotel moet succesvol zijn en ze wil niet gestoord worden door de preken van Charlie.

Wat zijn de gedragskenmerken van de personages in de situatie waarin ze zich begeven?

- Charlie: Een bevlogen, emotioneel en impulsieve vrouw. Als jonge moeder schrikt ze van het idee dat haar zoon straks niet meer in dezelfde wereld kan leven als zijzelf omdat hij
- Jack: Hij houdt van Charlie en wil haar, ondanks dat hij er zelf ook niet op zit te wachten om er dingen voor te laten, steunen.
- Robert: in eerste instantie zit Robert er totaal niet op te wachten. Wanneer Charlie niet meer preekt, maar tot actie overgaat staat hij er positief tegenover.
- Barbara: Staat sowieso positief tegenover wat Charlie doet.
- Dian: Is meer de egocentrische zakenvrouw, zij blijft bij haar standpunt.

Werd er een specifieke rolverdeling aangehouden in deze scène/verhaallijn?

De rolmodelverdeling van Sabido kwam wel enigszins terug in deze verhaallijn. Charlie is daarbij het positieve rolmodel omdat ze een positieve sociale verandering teweeg wil brengen. Namelijk

dat van het verbeteren van het milieu. Het negatieve rolmodel wordt vertegenwoordigd door Dian. Zij gaat namelijk tegen die sociale verandering die Charlie probeert te bewerkstelligen in. Jack, Robert en Barbara behoren tot het overgangsrolmodel. Nadat ze eerst negatief tegenover de ideeën van Charlie stonden werden ze er later in de verhaallijn positief over.

3. Educatie

Probleem/keuzesituatie, de daarbij gegeven oplossing/gemaakte keuze die daarbij belangrijk was

Het probleem is dat het niet goed gaat met het milieu. De keuze daarbij is of er wel of niet wat aan moet worden gedaan. Charlie kiest ervoor om er wel wat aan te doen. De eerste oplossing die ze kiest is om mensen voor te lichten en preken te geven. Maar dat helpt niet en mensen luisteren niet naar Charlie. De oplossing hiervoor is dat ze mensen laat zien hoe zij iets aan het milieu kunnen doen. Dat lijkt wel te helpen.

Welke normen en waarden werden hier naar voren gebracht?

Dat iedereen door het doen van kleine dingen bij kan dragen aan een beter milieu. Waarden hieraan zijn dat een beter milieu bij jezelf begint.

Welke levensles werd hier naar voren gebracht en wat is de moraal van de verhaallijn/scène?

De les die geleerd wordt is dat er met kleine dingen, bijvoorbeeld door het indraaien van spaarlampen, al kan worden meegeholpen aan het verbeteren van het milieu. De moraal van het verhaal is dat iedereen mee kan helpen aan de verbeteren van het milieu: 'een beter milieu begint bij jezelf'.

Wat leert een kijker van deze verhaallijn?

In de verhaallijn wordt een hoop informatie gegeven over het gebruik van spaarlampen en andere manieren om beter en bewuster om te gaan met het milieu.

ONM: Het verleden van Esmee

Soap

ONM

Jaar

2007

Periode dat de verhaallijn speelde

Januari en februari

1. Onderwerp

Welk onderwerp kwam hier naar voren?

Openheid in een relatie over een slecht verleden

Beschrijving van verhaallijn/scène waarin mogelijk educatie is verwerkt

Esmee is eerder in de serie slachtoffer geworden van een loverboy. De loverboy is het personage Junior en speelt nog steeds een rol in de serie. Inmiddels is Esmee weer helemaal de oude en het gaat goed met haar. Ook Junior is redelijk terug op het rechte pad en probeert een normaal leven te leiden.

Midden januari worden Esmee en Sam verliefd op elkaar. Sam weet alleen niets van het verleden van Esmee. Esmee zit ermee of en wanneer ze iets aan haar nieuwe vriendje moet vertellen. Ondertussen krijgt Sam wel het idee dat Esmee iets voor haar achterhoudt. Ze is som namelijk afhoudend en vindt het moeilijk om zich helemaal over te geven aan haar verliefdheid en Sam merkt dit. Hier tussen staat Imani. Zij is een vriendin van Esmee maar gaat ook goed met Sam om. Imani wil Esmee ervan overtuigen dat ze eerlijk moet zijn tegen Sam. Daarnaast probeert Sam informatie te krijgen van Imani. Uiteindelijk belooft Imani toch om voorlopig haar mond te houden tegen Sam over het verleden van Esmee. Dan komt het moment van 'de eerste keer'. Esmee heeft hier duidelijk moeite want naar haar idee is het ook het moment waarbij ze alles moet vertellen aan Sam. Om het speciaal te maken reserveert ze een hotelkamer aan het strand voor hen. Die middag is het erg gezellig, ze zijn duidelijk verliefd. Zonder dat Esmee over haar verleden verteld hebben ze die avond voor de eerste keer seks. Sam is erg lief voor Esmee en merkt heel duidelijk dat er iets dwars zit bij Esmee. Hij gaat aan zichzelf twijfelen en denkt dat het door hem komt. De volgende dag uiten ze dit allebei bij Imani. Dit gaat een tijdje zo door waarbij Esmee en Sam steeds verder uit elkaar komen te staan terwijl ze elkaar erg leuk vinden. Wanneer Sam een keer bij Esmee thuis is gaat Marnix, de vader van Esmee, er vanuit dat zijn dochter alles heeft verteld tegen haar vriendje. Hij complimenteert hem met het feit dat hij zo lief

voor haar is en alles zo goed heeft opgenomen. Esmee weet zich er net op tijd uit te praten en Sam weet nog steeds niks. Marnix wil zijn dochter ervan overtuigen dat ze eerlijk is tegen Sam. Hij zegt tegen haar: 'je bent mooier en sterker dan ooit, je zou trots op jezelf moeten zijn' en 'dit is te groot om te verzwijgen, je moet verder'. Na een paar dagen maakt Esmee toch maar een afspraak met Sam. Voordat die afspraak plaatsvindt, heeft Sam ontdekt dat Imani meer weet en zet haar onder druk om de waarheid over Esmee te vertellen. Hij zegt dat hij het uit zal maken als ze niet vertelt wat er aan de hand is. Imani vertelt daarom Sam alles. Wanneer Esmee en Sam elkaar zien en Esmee hem de waarheid wil vertellen weet hij alles al. Hij heeft er veel moeite mee en begrijpt het niet. Waarom zou je zomaar met mannen naar bed gaan voor geld en waarom laat je je daartoe verplichten door een ander. Zou ze het dan toch niet een beetje leuk hebben gevonden. Uiteindelijk gaat Sanne, de zus van Esmee, praten met Sam ze vertelt hem hoe loverboys te werk gaan en dat haar zusje onder invloed van hem was. Dat ze er dus weinig aan kon doen en het vreselijk vond wat er toen met haar leven gebeurde. Ook vertelt ze Sam hoe Esmee in die situatie is gekomen. Sam heeft er duidelijk moeite mee en probeert het te begrijpen. Hij zoekt Junior op en geeft hem een goede klap en zegt dat hij weg moet blijven van Esmee. Junior wil helemaal niets meer weten over zijn verleden als loverboy. Na een aantal dagen komt het helemaal goed tussen Esmee en Sam en kan hun relatie en verliefdheid pas echt beginnen.

2. Personages

Welke personages zijn belangrijk in deze scène/verhaallijn?

- Esmee: Is 18 jaar, doet HAVO en woont nog bij haar vader. Ze is onzeker en wil graag aardig gevonden worden.
- Sam: Is 18 jaar, doet gymnasium en woont bij zijn ouders in Amsterdam. In plaats van een opleiding volgen na zijn eindexamen wil hij met de auto door Afrika reizen.
- Imani: Is 18 jaar zit op de middelbare school. Ze is een vluchteling en woont in Amsterdam.
- Junior: Een jaartje of 20. Hij doet geen opleiding meer maar wil kok worden. Hij heeft veel problemen met de politie gehad, maar hij wil nu op het rechte pad blijven. Hij is manager van de Muiderpoort, een buurthuis en werkt bij de QBF, een discotheek.
- Marnix: Hij is arts in het AZB en heeft twee dochters Sanne en Esmee.
- Sanne: Begin 20, heeft VWO gedaan en werkt achter de bar van een restaurant. Ze heeft een goed contact met haar zusje Esmee.

Welke doelen streven des personage na?

- Esmee: Ze is verliefd en wil een relatie met Sam maar durft de waarheid niet te vertellen uit angst dat Sam niks meer van Esmee wil weten.
- Sam: Is verliefd op Esmee en weet niets over haar verleden. Hij wil een relatie met Esmee en dat ze gelukkig is. Uiteindelijk probeert hij te begrijpen waarom Esmee zich liet verleiden door een loverboy.
- Imani: Is bevriend met Esmee en Sam. Ze wil dat ze allebei gelukkig zijn samen en eerlijk zijn tegen elkaar.
- Junior: Probeert enigszins weer een eerlijk leven op te pakken en wil niet meer worden herinnerd aan zijn verleden als loverboy.
- Marnix: Wil dat zijn dochter gelukkig is en eerlijk tegen haar vriendje
- Sanne: Wil net als Marnix dat Esmee gelukkig is.

Wat zijn de gedragskenmerken van de personages in de situatie waarin ze zich begeven?

- Esmee: Ze is bang dat haar nieuwe vriendje haar niet meer wil als ze eerlijk is.
- Sam: Voelt dat er iets mis is met Esmee en gaat daardoor over zichzelf twijfelen.
- Imani: Zit tussen Esmee en Sam in en heeft hier helemaal geen zin in. Ze wil Esmee ervan overtuigen dat ze eerlijk moet zijn. Daarnaast wordt ze verliefd op Junior. Maar ze weet dat Esmee dit nooit goed zou vinden.
- Junior: Junior wil helemaal niets meer weten over zijn verleden als loverboy. Hij wordt ook verliefd op Imani en weet dat Esmee hier moeilijk over doet.
- Marnix: Geeft Esmee advies
- Sanne: Geeft Esmee advies en helpt Sam met het begrijpen van de situatie van Esmee.

Werd er een specifieke rolverdeling aangehouden in deze scène/verhaallijn?

In het middelpunt staan Esmee en Sam. Daarom heen staan de rest van de personages. Allen hebben ze een vijand en dat is Junior. Behalve Imani want die is stiekem verliefd op hem al durft ze dat aan niemand te vertellen.

3. Educatie

Probleem/keuzesituatie, de daarbij gegeven oplossing/gemaakte keuze die daarbij belangrijk was

Probleem: Esmee durft niet eerlijk te zijn over haar verleden. Toch voelt Sam dat er iets is, daardoor gaat hij aan zichzelf twijfelen. De relatie begint daardoor erg stroef. Oplossing: Imani

vertelt aan Sam de waarheid. Doordat Sanne uitlegt aan Sam hoe de situatie in elkaar steekt kan Sam het begrijpen. Vanaf dan is de relatie goed.

Welke normen en waarden werden hier naar voren gebracht?

Norm: Je moet open zijn over je verleden als je een relatie begint.

Waarden: Eerlijk zijn

Welke levensles werd hier naar voren gebracht en wat is de moraal van de verhaallijn/scène?

Je moet eerlijk zijn ten opzichte van een nieuwe vriend want dan kan je pas een goede relatie hebben.

Wat leert een kijker van deze verhaallijn?

Het loont niet om iets achter te houden voor de ander. Het is beter om open te zijn naar je (nieuwe) liefde en dat je moet praten over je problemen.

ONM: Shirina en Ramses

Soap

ONM

Jaar

2007

Periode dat de verhaallijn speelde

1. Onderwerp

Welk onderwerp kwam hier naar voren?

Omgaan met het streng belijden van een geloof en verliefd worden op iemand die niet datzelfde, of op diezelfde manier belijdt.

Beschrijving van verhaallijn/scène waarin mogelijk educatie is verwerkt

Op 10 oktober 2007 komt Ramses voor het eerst in de serie. Hij is de nieuwe kok van het restaurant Dok. Wanneer hij Shirina ontmoet is het liefde op het eerste gezicht en dat geldt ook voor haar. Die avond zoenen ze direct. Vervolgens ontmoeten ze elkaar nog een paar keer en de twee worden verliefd. Wanneer het iets begint te worden tussen de twee vraagt Shirina zich af hoe het moet gaan met haar verliefdheid en het moslim zijn. Wat mag ze wel en wat mag ze niet doen. Ramses komt erachter dat Shirina streng moslima is omdat hij spareribs met haar wil eten terwijl ze dat niet mag van haar geloof. Shirina vindt het moeilijk om het hier met Ramses over te hebben. Shirina vraagt zich af wat ze wel en wat ze niet mag doen. De conclusie is dat Shirina niet verder mag met een niet-moslim. Ze spreekt hierover met haar vriendin Esra. Shirina gaat wel door met Ramses en is bang dat ze niet van hem af kan blijven. Want ze mag niet met hem zoenen en ook geen seks hebben met hem. Daarom gaat Esra mee op date. Ramses begrijpt er niets van. Ondertussen wordt de verliefdheid tussen beiden steeds erger, maar het onbegrip ook. Shirina vertelt Ramses vervolgens dat ze een probleem heeft dat ze zelf moet oplossen. Dit gaat een tijdje zo door. Op een gegeven moment zegt Ramses dat hij verliefd is geworden op Shirina zoals ze is en dat hij zich wil verdiepen in haar geloof.

Kijkers zien een tijdje daarna dat Ramses een spier verrekt. Ondanks dat Shirina verpleegster is helpt ze Ramses niet want ze mag hem niet aanraken. Joost staat erbij en verbaast zich erover en helpt Ramses vervolgens. Daarna gaat Shirina twijfelen erover dat ze in het ziekenhuis wel mensen aanraakt en niet eens haar eigen vriend zou mogen aanraken. Esra vertelt haar dat ze het allemaal niet te letterlijk moet nemen. Shirina moet doen wat voor haar goed voelt.

Ondertussen wordt Youssef boos op Ramses omdat hij geen respect zou hebben voor Shirina en haar gewoon het bed in wil hebben. Youssef vindt Shirina namelijk leuk en vertrouwt Ramses niet omdat hij geen Moslim is. Wanneer Ramses Shirina opzoekt vertelt Youssef dat de twee toch niet kunnen trouwen omdat Ramses geen moslim is. Dat zet Shirina aan het denken en besluit het uit te maken omdat er toch geen toekomst is voor hen. Ramses legt zich hier niet bij neer en besluit moslim te worden. De Nederlandse vrienden Malú en Daan reageren hier afwijzend op. Ramses gaat in de leer bij een imam.

Op een gegeven moment komt Leo, de vader van Ramses, in het ziekenhuis terecht bij Shirina. Ramses heeft een aantal jaar geen contact gehad met zijn vader en de twee hebben nog steeds problemen. Shirina zorgt ervoor dat de twee met elkaar gaan praten maar Leo heeft er problemen mee dat zijn zoon verliefd is op een moslima. De moeder van Ramses is ook moslim en dat huwelijk was door het verschil in geloof erg slecht. Leo protesteert in eerste instantie hevig tegen het huwelijk. Toch vraagt Ramses Shirina ten huwelijk: *'Als ik moslim word, word jij dan mijn vrouw?'*. Ondanks het protest van zijn vader bekeert Ramses zich tot het moslimgeloof. Uiteindelijk stemt ook Leo toe in het huwelijk en vader en zoon herstellen de banden. Na alle problemen en tegenwerkingen van andere mensen trouwen Ramses en Shirina op 10 januari. Ook dit huwelijk loopt uit op een flop, maar dat valt buiten deze verhaallijn.

2. Personages

Welke personages zijn belangrijk in deze scène/verhaallijn?

- Shirina: Shirina is een vrouw van in de 20 en verpleegster in het AZB. Ze is gelovig moslima en wordt verliefd op Ramses. Shirina zit vast tussen trouw zijn aan haar geloof en haar verliefdheid op Ramses. Ze wil hem niet kwijtraken en niet iets doen wat niet mag van de Islam. Daar hoort behalve seks, ook niet mogen zoenen, samen slapen, knuffelen of elkaar aanraken bij.
- Ramses: Is een jongen van in de 20 en is kok in Dok. Hij wordt verliefd op Shirina. Hij wil zich verdiepen in haar geloof en respecteert het. Hij vindt het soms wel moeilijk maar past zich aan.
- Esra: Is ongeveer even oud als Shirina en werkt ook in het AZB. Ze is een vriendin van Shirina en geeft haar raad. Ze ziet dat de twee erg verliefd zijn en is blij voor Shirina.
- Youssef: Hij is begin 20 en zelf ook moslim. Hij houdt zich niet erg aan het geloof en houdt zich bezig met verkeerde praktijken. Ook is het een driftkikker. Samen met Shirina werkt hij bij de Muiderpoort. Hij vertrouwt Ramses niet omdat hij geen moslim is. Daar krijgen ze ook ruzie om en het komt een keer op een gevecht uit.

- Leo: De vader van Ramses. Hij komt later in het verhaallijn tevoorschijn. Vader en zoon hebben al lange tijd geen contact. Als Leo wordt opgenomen in het ziekenhuis waar Shirina werkt komt er weer contact. Hij was getrouwd met de moeder van Ramses die zelf moslima was. Zijn huwelijk was niet goed en het geloof stond erg tussen hen in. Daarom is hij er tegen dat de twee trouwen en dat Ramses moslim wordt. Later ziet hij in dat dit zijn zoon gelukkig maakt en geeft hij hen zijn zegen.
- Daan, Malú en Joost: Nederlandse vrienden van Shirina. Ze zijn blij met haar verliefdheid maar snappen niet goed dat ze vindt dat ze alleen met een moslim kan trouwen. Ook begrijpen ze niet waarom je geen seks voor het huwelijk mag en al helemaal niet waarom je elkaar niet mag zoenen.

Welke doelen streven des personage na?

- Shirina: Zich houden aan de regels van haar geloof en ondertussen een leven opbouwen met Ramses.
- Ramses: Trouwen met Shirina en daarom moslim worden
- Esra: Shirina helpen met hoe ze om moet gaan met het geloof en haar verliefdheid
- Youssef: Shirina en Ramses afhouden van hun huwelijk
- Leo: In eerste wil hij alleen maar dat zijn zoon gelukkig wordt. Daarom denkt hij er eerst goed aan te doen om zijn zoon van een bekering en een huwelijk af te houden. Daar speelt ook een deel van zijn eigen verkeerde ervaring in mee. Daarna steunt hij Ramses.
- Daan, Malú en Joost: Ze willen dat hun vriendin gelukkig is en laten haar in haar waarde, maar zetten wel vraagtekens bij alle regels die Shirina volgt.

Wat zijn de gedragskenmerken van de personages in de situatie waarin ze zich begeven?

- Shirina: Rustig en standvastig, toch twijfelt ze soms ook aan haar keuzes.
- Ramses: Kalm, trouw en vooral verliefd.
- Esra: Rustig meisje, gelovig en trouw aan haar vriendschap.
- Youssef: Driftkikker met ouderwetse Islamitische ideeën die hij wel aan anderen oplegt maar niet voor zichzelf vindt gelden.
- Leo: Alcoholist en daarom komt hij in het ziekenhuis. Hij heeft moeite om het contact te verbeteren met zijn zoon maar wil dit wel graag.
- Daan, Malú en Joost: Alle drie heel direct zoals wel meer Hollanders dat zijn.

Werd er een specifieke rolverdeling aangehouden in deze scène/verhaallijn?

De rolmodelverdeling van Sabido kwam wel enigszins terug in deze verhaallijn. Shirina is daarbij de persoon om wie het draait. Ramses wil zichzelf veranderen om zo met haar te kunnen trouwen. Daarbij krijgen ze te maken met veel mensen om hen heen die daar commentaar op leveren of dit juist stimuleren en hier blij mee zijn. Het is moeilijk om te zeggen wie een positieve rol op zich neemt of de negatieve rolverdeling omdat het er niet om gaat of hier iets wat algemeen als positief wordt ervaren.

3. Educatie

Probleem/keuzesituatie, de daarbij gegeven oplossing/gemaakte keuze die daarbij belangrijk was

Het probleem is dat Shirina en Ramses verliefd worden en dat de een wel Moslim is en ander dat niet is. De keuzesituatie was of Ramses zo ver moet gaan voor zijn liefde om ook moslim te worden. Eigenlijk was er geen sprake van of Shirina haar geloof moest opgeven of aanpassen. De oplossing is dat Ramses inderdaad Moslim werd en de twee konden trouwen.

Welke normen en waarden werden hier naar voren gebracht?

Het waren vooral normen en waarden van een moslimgeloof die naar voren kwamen. Geen gemeenschap voor het huwelijk en jezelf bewaren voor de persoon waar je mee gaat trouwen.

Welke levensles werd hier naar voren gebracht en wat is de moraal van de verhaallijn/scène?

Als je iets wil moet je er veel voor over hebben en ook het commentaar van anderen accepteren. Je moet ook voor de ander aanpassingen willen doen.

Wat leert een kijker van deze verhaallijn?

De kijker leert vooral van hoe het is om verliefd te worden op iemand die niet hetzelfde denkt over dingen als jij. Daarnaast leert de kijkers een hoop over hoe een moslim tegen zaken als verliefdheid aankijkt.