

DAG VAN DE SOAP

21 juni 2005, Hilversum

Seks & Soaps

Entertainment
met een meerwaarde?



Voor jongeren vormen de media een belangrijke bron van informatie over seksualiteit. Het is dus van groot belang dat de informatie die ze op deze manier verkrijgen, juist is. Populaire televisieprogramma's als soap- en dramaserieën bieden veel kansen om aandacht te krijgen voor een bepaald thema. Denk aan het aangeven van sociale normen rondom seksualiteit via humor in de televisieserie *Costa!*. Denk aan het assertief aangeven van seksuele grenzen in de soapserie *Onderweg naar Morgen*. Het bewust en planmatig gebruik maken van populaire media ten behoeve van sociale verandering wordt binnen de communicatiewetenschap aangeduid met het begrip Entertainment-Education (EE).

Door recente politieke ontwikkelingen staat de toekomst van amusement bij de publieke omroep ter discussie. Volgens de overheid is amusement geen taak meer voor de publieke omroep. Amusement hoort bij de commerciële thuis. Toch is amusement goed in staat om op een positieve manier bij te dragen aan persoonlijke en maatschappelijke ontwikkelingen, mits dit planmatig en doelbewust gebeurt. Is entertainment-education de redding voor de publieke omroep? Kan (verantwoorde informatie over) seks in soaps de publieke netten een dienst bewijzen? En in hoeverre zijn mediaprofessionals bereid samen te werken met maatschappelijke organisaties bij de combinatie van entertainment en education?

Om antwoord te vinden op deze en andere vragen hielden Bouman E&E Development en de Media Academie in Hilversum een 'Dag van de Soap' met als thema: 'Seks en soaps; entertainment met een meerwaarde?'. Ze nodigden daarvoor een unieke combinatie van beroepsgroepen uit. Vertegenwoordigers van maatschappelijke organisaties, overheid, wetenschappers, televisiemakers en jongeren kwamen op 21 juni 2005 bij elkaar op de Media Academie om hun kennis te delen en te netwerken. Hier volgt een impressie van deze dag.

INTRODUCTIE

Moderator en projectmanager aan de Media Academie Kees de Groot heet de aanwezigen op deze 'Dag van de Soap' welkom. Het is de eerste keer, zegt hij, dat maatschappelijke organisaties en televisiemakers op deze manier bij elkaar zitten. "Waarom, zo vraag je je af, heeft het zo lang geduurd? Dit is de aftrap", benadrukt De Groot, "Want er moeten nog veel meer bijeenkomsten volgen zodat we meer inzicht krijgen en nader tot elkaar komen."



Martine Bouman, directeur van het wetenschappelijk onderzoeks- en adviesbureau Bouman E&E Development en mede-organisator van deze dag, schetst een aantal recente ontwikkelingen. "Toen we deze dag over seks en soaps organiseerden konden we niet bevroeden hoe actueel dit onderwerp vandaag zou zijn. We waren bezig met de afronding van twee langlopende onderzoeksprojecten *Gezondheid in beeld* en *MediaRelate* waarin jongeren, seksualiteit en soap-en dramaserieën centraal staan (zie www.enter-educate.nl). We wilden de resultaten daarvan graag terugkoppelen naar het praktijkveld. Toen kwam staatssecretaris Medy van der Laan met haar nieuwe plannen. Ze vindt dat puur amusement niet meer bij de publieke omroep thuishoort. Daarmee spoelt ze het kind met het badwater weg. Entertainment leent zich, ook bij de publieke omroep, prima voor educatie. De voorbeelden daarvan liggen voor het oprapen: jongerenzender BNN heeft de soap *Onderweg naar morgen* aangekocht en wil dat er meer maatschappelijk relevante onderwerpen in voorkomen. De Nederlandse Moslim Omroep wil een miljoen investeren in de serie om de portrettering van moslimjongeren realistischer te maken." Bouman is blij met deze voorbeelden. "Er is absoluut iets aan het veranderen. We zitten op een scharnierpunt in het denken over de rol van de media. Daarom is het belangrijk om met elkaar te praten over samenwerkingsmogelijkheden. Het aantal entertainment-education-initiatieven was eind jaren tachtig en begin negentig groot. Denk aan de *Way of Life Campagne*, aan het drama in *Villa Borghese* en *Medisch Centrum West*, aan de series *Familie Oudenrijn*, *Oppassen!* en *Twaalf Steden*, *Dertien Ongelukken*. Daarna heeft het ogenschijnlijk een aantal jaren stilgestaan. Achter de schermen echter werd gewerkt aan een wetenschappelijke basis voor samenwerking. Dit resulteerde o.a. in een wetenschappelijk proefschrift, een internationaal EE congres, verschillende onderzoeksrapporten, artikelen, lezingen en scripties op dit terrein. De tijd is rijp voor een doorstart."

Martine Bouman kondigt in dit verband een nieuw initiatief van haar bureau aan: "We hebben onlangs het Centrum voor Media en Gezondheid (CMG) opgericht (zie www.media-gezondheid.nl). Het fungeert als platform waar verschillende initiatieven van samenwerking bij elkaar kunnen komen. Uit de praktijk weten we dat samenwerking op dit terrein niet zo eenvoudig is. Er moeten soms grote cultuurverschillen overbrugd worden, en veel maatschappelijke organisaties vragen terecht om een wetenschappelijke onderbouwing van hun projecten; iets waar mediaprofessionals weinig ervaring of affiniteit mee hebben. Het CMG initieert en ondersteunt dergelijke televisiesamenwerkingsprojecten."

SEX AND SOAPS ...AND LEARNING?

Prof. David Buckingham, verbonden aan het Centre for the Study of Children, Youth and Media in London schetst in zijn bijdrage de rol die Britse soap- en dramaserieën spelen in de seksuele educatie van jongeren.



David Buckingham start met een fragment uit de serie *Eastenders*, waarin Alfie op zoek gaat naar een condoom. Hij wil naar bed met Cat – en dan wel veilig. Het is een niet mis te verstane *safe sex-message*: wees voorbereid. De boodschap wordt op een luchtige manier gebracht. Alfie zoekt zich rot naar een condoom en kan dat niet vinden, zodat ze ook geen seks hebben (Later wordt de relatie nog wel geconsumeerd, meldt Buckingham).

"Waarom zouden we ons bezighouden met seks en relaties in de media?" vraagt de Londense hoogleraar. "De media vormen een bron van informatie. Jongeren leren uiteenlopende dingen door observatie en ervaring. Ze

worden wel onderwezen (zonder televisie), maar dat laat vaak veel te wensen over. Ouders zijn te voorzichtig en de leraren op school benaderen seks teveel als een louter biologisch fenomeen. Van hun ouders en van school leren kinderen wel van alles, maar dus niet wat ze willen weten. Bovendien vinden in Engeland veel jongens dat dergelijke traditionele voorlichting hen niet aangaat: dat is nou echt iets voor meisjes. Voor de meisjes zijn tijdschriften een belangrijke bron van informatie. Dergelijke media beschrijven en benoemen de zaken licht en luchtig. En anoniem. Jonge lezeressen hebben moeite hun ouders vragen te stellen over seks. Kinderen willen zelf de baas zijn over hun eigen leerproces. In panels met kinderen die werden gevraagd naar hun ervaringen met de media, antwoordde een van de mannelijke respondenten: 'Ik ontdek het allemaal vanzelf als ik ouder word.'"

Buckingham maakt duidelijk dat er grote verschillen bestaan tussen de opbouw van de soap en de reactie van de jongeren en het daarmee samenhangend leereffect. Hij gaat dieper in op de vraag hoe duidelijk de boodschappen in de media dienen te zijn: "Programma's moeten geloofwaardig blijven. Jongeren zijn erg geïnteresseerd in soaps. Daar kunnen ze van leren, maar soms denken jongeren dat er alleen maar problemen worden bedacht om meer sensatie en dus meer kijkers te trekken..Van de kijkers is 60 procent vrouw en 40 procent man. De seksuele aspecten van een serie spreken jongeren, die zich vaak sterk identificeren met een personage, erg aan. Soaps hebben vaak een ambivalente boodschap en jongere kijkers ontdekken ook schokkende dingen zoals verkrachting, incest en geslachtsziektes. Buckingham maakt een onderscheid tussen impliciete en expliciete boodschappen. De moraal 'wees tevreden met wat je hebt' en 'egoïsme is slecht' zijn bijvoorbeeld *covert* (impliciete) boodschappen; de wat meer *overt* (expliciete) boodschappen zijn voor kinderen soms wel erg simpel: 'drugs zijn slecht voor je' of 'word niet zwanger'. Dat zijn boodschappen die volgens de kinderen worden ingefluisterd door sociaal werkers. Daar hebben ze een hekel aan. Ze willen wel iets van programma's leren, als het er niet te dik bovenop ligt en de boodschap impliciet is in plaats van expliciet. Hij raadt aan om in plaats van iemand in de serie de schuld van iets te geven, iemands gedrag uit te leggen. Dat is een effectievere manier van communiceren. Als kinderen de motivering van een personage begrijpen, de problemen begrijpen, wordt drama een interessante les."

Buckingham laat een fragment zien uit *Grange Hill*, een tienerdrama. Tom en Leah zonderen zich tijdens een feestje af op een slaapkamer. Ze doen 'het' achter een gesloten deur, zonder veel plichtplegingen, zonder veel woorden. Leah vindt na afloop dat ze verkracht is en gaat naar een verkrachtingsconsulente. Tom praat erover met zijn vrienden. "De intrige duurde een paar episodes en werd door de kijkers als zeer realistisch gezien. Een belangrijk effect was dat de gebeurtenis in de serie ruimte maakte voor discussie onder jongeren. Kijkers (tieners) wilden hun mening geven. Was het verkrachting? Moet je het vragen als je seks wilt? Dat was al een discussie tussen de personages in het programma en die zette zich daarbuiten voort. Het ging in de discussie niet om iemand ergens de schuld van te geven; niet de platte boodschap: *just say no*. Het ging erom dat Tom en Leah helemaal niet hadden gepraat over hun aanstaande gemeenschappelijk handelen: *sex has to be for a reason*. Dit zijn ingewikkelde discussies die niet aan de orde komen tijdens voorlichting op scholen," aldus Buckingham. En dus wel dankzij een tienerdrama.

Het volgende fragment dat de hoogleraar vertoont, komt uit de Amerikaanse serie *Dawson's Creek*, en kampt met een geloofwaardigheidsprobleem. De kijkers in zijn panel vinden het saai, stom en belachelijk. Letterlijk: een vreemd Amerikaans droomwereldje en Amerikaans gewauwel. In de vertoonde scène wordt beweerd dat jongens altijd willen en daarom ook altijd een condoom bij zich hebben. Om dat te bewijzen vraagt één van de hoofdrolspelers in de serie aan de aanwezige jongens in de *diner* om hun condoom uit hun portemonnee te halen en alle jongens blijken er één bij zich te dragen. "Voor de Engelse kijkers is dit te prekerig, want de boodschap ligt er te dik bovenop. Problemen worden te serieus behandeld. Moralisme is alomtegenwoordig in Amerikaanse series en dergelijk moralisme wordt in het Verenigd Koninkrijk sceptisch ontvangen."



Het laatste fragment komt uit *As If*. Dat is een (Engelse) serie over alle mogelijke relaties (hetero, homo, bi,) en alles wat daarmee samenhangt (zoals vreemdgaan). "De serie wordt als zeer realistisch gezien door de panelleden, bijna als documentair. In de serie wordt duidelijk gemaakt dat het in relaties van homoseksuelen ook gaat om kernwaarden als trouw en dat homo's niet de hele dag met zoveel mogelijk partners seks willen. Voor jongeren die onbekend zijn met homoseksualiteit of hier een afkeer tegen hebben, was *As If* echter teveel reclame voor homoseksualiteit. De serie is een preek voor eigen parochie. Vrije, open, moderne kinderen zijn er al lang van overtuigd dat homo's ook gewone mensen zijn. Juist die andere groep is niet overtuigd door de serie."

"Entertainment en education is geen gemakkelijke match," concludeert Buckingham. "Realisme is cruciaal voor de effectiviteit en een serie moet een open discussie voorstaan. Kinderen willen controle houden over hun eigen leerproces; niet onderwezen worden." Buckingham verwijst daarbij naar zijn onderzoek *Young people, sex and the media*. (Kijk voor meer informatie op: www.mediarelatie.org en op www.ccsnline.org.uk/mediacentre.)

Vanuit de zaal wordt gevraagd of de getoonde fragmenten het resultaat zijn van een samenwerking met de doelgroep of met maatschappelijke organisaties. Buckingham antwoordt: "In soap is veel mogelijk. Door soaps is veel mogelijk. Ze bereiken alle sociale klassen, ook al gaat een serie als *Eastenders* over een uitgesproken arbeidersmilieu. De fragmenten die zojuist getoond zijn, zijn waarschijnlijk niet in samenwerking met jongeren gemaakt. Wel wordt er door programmamakers gekeken naar de discussies op de internetfora. Veel omroeporganisaties, en zeker de BBC, zijn te gesloten organisaties om samenwerking te zoeken met maatschappelijke organisaties of de doelgroep jongeren. Zij varen nog steeds blind op hun eigen researchers. Het is interessant om te zien dat Nederland meer voor die samenwerking met maatschappelijke organisaties open staat. Misschien dat het hier in Nederland makkelijker gaat. In Groot-Brittannië wordt niet betaald voor het aan de orde stellen van onderwerpen." "In Nederland wel," zegt Justine Paauw, hoofd Drama van de AVRO, "En dat is precies het probleem, want de clubs die geld steken in een programma verwachten er onmiddellijk iets voor terug. Teveel. Als er geld bij komt kijken wordt alles anders. Gelukkig hebben we de afgelopen vijftien jaar met elkaar veel geleerd van deze samenwerkingsprojecten en zijn de verwachtingen nu realistischer en verloopt de samenwerking beter."

DE KRACHT VAN DRAMA

Drama is een krachtig communicatiemiddel. Populaire soap- en dramaseries vormen een ideaal podium voor het in de dramalijnen verweven van boodschappen over gezond gedrag, leefstijl en sociale normen en opvattingen. Dramaschrijvers hanteren echter bij het schrijven van nieuwe verhaallijnen op de eerste plaats dramatische criteria en zijn niet bewust bezig met de mogelijkheden die hun producties bieden voor het stimuleren van gezond gedrag. Gezondheidscommunicatieprofessionals beschouwen de populaire media als een beloftevolle route om specifieke doelgroepen te kunnen bereiken met gezonde leefstijl thema's, maar weten vaak niet goed hoe zij dit moeten vertalen naar een goede mix tussen inhoud en vorm. Dit gegeven vormde het uitgangspunt voor het project *Gezondheid in Beeld*, een uniek onderzoek waarbij Nederlandse soap- en dramaseries vanuit het perspectief van de schrijver, de gezondheidscommunicatieprofessional en de kijker zijn geanalyseerd. In *Gezondheid in Beeld* zijn in totaal 100 afleveringen van vier nederlandse soap-dramaseries geanalyseerd rondom het thema gezonde seksualiteit. Het gaat hier om de series *Goede Tijden, Slechte Tijden* (GTST), *Onderweg naar Morgen* (OnM), *Costa* en *Najib en Julia*.



Voor dit programmaonderdeel zijn een aantal verhaallijnen uit het *Gezondheid in Beeld* onderzoek geselecteerd. Martine Bouman introduceert de verschillende verhaallijnen met een korte samenvatting.

In de getoonde *Costa!*-intrige gaat het om de geheime relatie tussen Tommy en Agneta, twee proppers (mensen die proberen andere mensen een discotheek binnen te krijgen en die eigenlijk volgens de ongeschreven propperwetten geen relatie mogen hebben). Ze hebben veilige seks, maar iedereen leent hun condooms zodat ze plotseling zonder zitten en van elkaar denken dat ze vreemdgaan. Ze kunnen er met niemand over praten, want

de relatie is geheim - met alle dramatische en komische gevolgen van dien. Condooms zijn in deze aflevering rijkelijk in beeld gebracht. Ze vliegen in de scènes om je oren. "Het voordeel van deze aanpak is dat het thema condooms en veilige seks een minder beladen onderwerp wordt," zegt Bouman. "De aanpak stoorde niet, bleek bij onderzoek. In tegendeel, dit fragment werd door alle jongeren (van verschillende opleidingsniveaus) enthousiast ontvangen." Aart van Asperen, regisseur van *Goede Tijden, Slechte Tijden*, vindt de condoomscènes heel leuk gedaan, ze zijn goed verankerd in het verhaal. Helaas komen zulke scènes (überhaupt seks) in *GTST* heel weinig voor, stelt Van Asperen. Dat komt ook omdat de doelgroepen verschillen. Voor *Costa!* zijn alleen jongeren de doelgroep.

In de bioscoopfilm *Costa*, die aan de televisieserie vooraf ging, kwam veel seks voor. Toch was er geen enkele referentie aan veilig vrijen. De Stichting Soa Aids Nederland vond dat een verloren kans en wilde graag samen met de schrijvers kijken hoe het anders kon. "Het script was echter al geschreven en daarom was het moeilijk om de boodschap organisch in de dramalijn te verwerken" zegt Filippo Zimbile van Soa Aids Nederland. De vrij veilig boodschap kwam er daardoor wat gekunsteld in. Door de samenwerking in het eerste jaar werd de 'condomenpot' als symbool voor veilige seks echter wel als een vanzelfsprekendheid in volgende scenario's opgenomen. Scriptschrijver Roeland Linssen vertelt dat op het moment dat de afleveringen klaar waren, het aantal 'condoommomenten' is geteld door Soa Aids Nederland. "Dat moesten er wel genoeg zijn, anders werd er geen geld betaald." Programmamakers en scriptschrijvers hebben een enorme hekel aan het rode potlood van de educators (voorlichters, belangenverenigingen). Scenario's worden er door hun ingrijpen, vinden zij, niet veel geloofwaardiger op. Sommige series, zoals *Combat*, worden door ingrijpen van de derde partij -in dit geval het ministerie van Defensie, volgens Linssen helemaal aan flarden geredigeerd. Voorlichters kunnen er niet goed tegen als de boodschap niet honderd procent juist in beeld wordt gebracht. Maar die politieke correctheid is niet altijd wat er nodig is om een punt te scoren. Scènes worden juist geloofwaardig als er ook wel eens iets fout gaat, en iets niet klopt. "Daarvoor moet je lef hebben, en dat lef is nodig om er iets goeds van te maken," stelt Linssen.

De volgende dramalijn komt uit *GTST*, waarin twee meisjes een verhouding krijgen. De lesbische verhouding tussen Charlie en Isabella is gebaseerd op de Zweedse film *Fucking Amal*. De schrijvers vlasten al langer op een homoseksuele verhaallijn. De intrige in *GTST* is: hoe en wanneer vertel je over je lesbische relatie, en hoe reageert de omgeving erop. De op deze dag aangeschoven jongeren vinden het niet zo opzienbarend. 'Hoezo een revolutie? Ik kan me er niet zo veel van herinneren. Ik vond het niet zo'n big deal.'

Communicatiewetenschapper Elly Konijn van de Vrije Universiteit wijst op de cultivatiefactor: televisie wordt een steeds belangrijker medium voor informatie over hoe de wereld in elkaar zit. "In een recent kijkersonderzoek wordt gekeken naar de variabelen 'realisme' en 'emotionele betrokkenheid'. Onder realisme wordt verstaan wat de **kijker** als realistisch ervaart en niet de maker. En wanneer zien jongeren iets als realistisch? Wanneer is iets informatief? Meisjes van zo rond de dertien die emotioneel betrokken zijn,



zien de serie als bijzonder informatief." Dus ook de lesbische relatie. Controversiële onderwerpen blijven controversiële onderwerpen als de uitzending voorbij is. Dan pas begint de discussie onder de kijkers.



De derde dramalijn komt ook uit *GTST*. Twee verstandelijke gehandicapte jongeren Robin en Annemiek worden door meneer Harmsen in huis genomen. Annemiek krijgt in de opvang injecties om te voorkomen dat ze zwanger wordt. Van de aard van de injecties zijn de jongeren noch meneer Harmsen op de hoogte. Hoewel het een loodzwaar thema is, vinden de leden van 'het jeugdforum' de gehandicapte jongeren in de serie vooral grappig. De jongeren worden betrappt door Harmsen terwijl ze wat zitten te rommelen en hij begint een vaag verhaal over bloemetjes en bijtjes. Dat begrijpen ze natuurlijk niet – en knippen alle bloemen

stuk. *GTST*-regisseur Aart van Asperen vindt de verhaallijn helemaal niet deugen en verklaart de betrokken dilemma's: "Jongeren met een dergelijke ontwikkelingsachterstand zijn juist weinig met seks bezig. Dit in tegenstelling tot mongoloïde kinderen. We konden echter voor die rol geen acteur met het Down-syndroom nemen. Robin was al een bestaand karakter en daar moest de dramalijn voor geschreven worden. Daarom hebben we in de dramalijn ook geen expliciete seksscènes laten zien." Martine Bouman vertelt dat de inspiratie voor deze dramalijn is ingegeven doordat de scriptcoördinator van *GTST* persoonlijke ervaring had met een dergelijk dilemma in haar directe omgeving.

Als er iets ingrijpends gebeurt met een karakter, vragen de schrijvers zich wel af wat dat voor een mogelijk effect heeft op de kijkers. Wat als bijvoorbeeld een personage anorexia heeft? De jeugdige kijkers kennen de karakters soms beter dan hun eigen familie. Wat gebeurt er met die kijkers als één van hun favoriete personages ineens stopt met eten? Daarom kozen de makers van *GTST* ervoor om via een publiciteitscampagne in samenwerking met deskundigen duidelijk te laten weten dat Charlie (Aukje van Ginneken) die aan anorexia nervosa leed in de serie, in het echte leven gewoon vrolijk doorat. 'Het jeugdforum' vond de anorexia-lijn echter volstrekt ongeloofwaardig. Charlie speelde het niet goed. Saillant is echter, dat het publiciteitsoffensief hen nauwelijks bereikt heeft, ondanks de goede bedoelingen van de makers.



De laatste dramalijn komt uit de serie *Najib en Julia* die in 2003 door de AVRO is uitgezonden. Wijlen Theo van Gogh had zelf het (*Romeo & Juliet*) verhaal van de allochtone moslim Najib en het kakkineuze hockeymeisje Julia bedacht. Wie het script moest schrijven, stond ook al vast: Justus van Oel, die de Marokkaanse gemeenschap persoonlijk goed kent. De AVRO was meteen enthousiast, zegt hoofd drama Justine Paauw. "Van Gogh zei dat hij een aflevering voor honderdduizend gulden (!) kon draaien. Maar dat werd honderdvijftig duizend gulden per aflevering." Bij de serie werd een onderwijspakket ontwikkeld met financiering door o.a. Stichting 1818 en Forum. Ter vergelijking: voor het budget van één (op locatie gedraaide) aflevering van *Najib en Julia* worden vijf (in de studio gemaakte) *GTST*-afleveringen gedraaid.

De research van Van Oel was *spot on*; precies goed. Dat gold voor het Marokkaanse deel van het verhaal en de politiewereld. Aanvankelijk leek de serie

ook educatief effect te sorteren en werd er een leertraject ingezet in het VMBO. Tijdens voorstellingen liep het uit de hand: de gemoederen raakten nogal snel verhit en verschillende groepen moslimjongeren gingen met elkaar op de vuist. De seks in de serie bleek bijzonder problematisch voor moslims. Ze konden of wilden de serie niet zien – en al helemaal niet met hun ouders. Vooral de leader waarin Najib en Julia zichtbaar hun seksuele hoogtepunt beleven was voor moslims 'not done'. Ook de scène waarin Najib masturbeert kon niet door de beugel. En dat was nog wel een scène die in de eerste versie drie keer langer was. Na een stevige woordenwisseling tussen de AVRO en de regisseur werd de



scène ingekort. Desondanks wilden moslima's er niet naar kijken, hoewel ze het probleem van een gemengde relatie waar de ouders van beide partijen tegen zijn, bijzonder boeiend vonden. Garjan Sterk van Mira Media is positief over de serie en vindt dat deze voorbij het stereotype denken gaat en de complexe etniciteit goed

benadrukt. Natuurlijk vindt zij het jammer dat de dramaserie niet bij de Marokkaanse gemeenschap aankwam door de expliciete seks.

Ook in GTST heeft een 'Marokkaanse lijn' gezeten. Regisseur Aart van Asperen schaamt zich ervoor: "De karakters waren volstrekt ongeloofwaardig." Een deel van de kracht van de herkenbaarheid van Najib en Julia voor moslimjongeren zit in het gebruik van het Berbers. Jongeren horen hun eigen taal in een Nederlandse dramaserie. Dat brengt het dichterbij hun eigen belevingswereld. En dat is nou juist wat er voor hen ontbreekt in een serie als GTST: herkenbaarheid vanuit hun dagelijks leven. "Voor GTST zou het gebruik van Berbers sprekende acteurs niet haalbaar zijn, gezien de kosten van het Nederlands ondertitelen," geeft Van Asperen aan. "Daar is simpelweg geen budget voor."

Van Asperen voegt er aan toe: "Ik geloof er geen hout van dat er veel allochtonen naar soaps kijken." Communicatiewetenschapper Elly Konijn spreekt hem tegen. Volgens haar kijken veel Marokkaanse meisjes naar soaps om iets te weten te komen over de Nederlandse samenleving. Deze meisjes hebben geen behoefte aan een Marokkaanse verhaallijn in deze soaps. Ze willen vooral zien hoe de Nederlandse meisjes omgaan met seksualiteit, intimiteit en relaties. Of de multiculturele samenleving een eigen plek zal verwerven binnen de Nederlandse soaps, is nog maar de vraag. De Nederlandse Moslim Omroep heeft een miljoen toegezegd voor de ontwikkeling nieuwe dramalijnen in *Onderweg naar Morgen*, dat kortgeleden door jongerenomroep BNN is overgenomen. Scriptschrijver Linssen heeft nog geen idee wat hun invloed zal zijn. Vooralsnog is dat geld alleen maar toegezegd.

FIND OUT: GRENZEN VERLEGGEN EN GRENZEN VERKENNEN

Als laatste spreker vertelt Julia von Graevenitz van Bosch Film, onafhankelijke producent van verschillende spraakmakende, in samenwerking met jongeren gemaakte filmprojecten, over hun nieuwste project Find Out.

Bosch Film Amsterdam heeft in opdracht van Bouman E&E Development de serie Find Out gemaakt, een serie voor en door jongeren over seks, drugs en drank. Hoe gaan jongeren er zelf mee om? De serie is onderdeel van een Entertainment-

Education interventieproject en wordt mogelijk gemaakt door een subsidie van Zorg Onderzoek Nederland/Medische Wetenschappen. Hierbij wordt inhoudelijk samengewerkt met Stichting Soa Aids Nederland (SAN), het Trimbos-instituut (het landelijk kennisinstituut voor geestelijke gezondheidszorg, verslavingszorg en maatschappelijke zorg) en de afdeling Alcohol Voorlichting en Preventie van het Nationaal Instituut voor Gezondheidsbevordering en Ziektepreventie (NIGZ). Vooraf is door Bosch Film met 750 jongeren van veertien tot twintig jaar, vooral op het VMBO, klassikaal gepraat over seks, drugs en drank. Naar aanleiding daarvan zijn zo'n 60 jongeren geselecteerd om als programmamaker een rol te gaan spelen in de uitzendingen. Dit wordt de *User as Designer*-aanpak genoemd. Dat resulteert in 24 afleveringen van tien á vijftien minuten. Ze worden in oktober, november en december 2005 uitgezonden via The Box en regelmatig herhaald. Het is geen drama of soap, vertelt Von Graevenitz, maar korte reality-achtige clips, waarin 'echte jongeren' vertellen over zichzelf. Von Graevenitz laat een pilot zien over condooms, die heel recht-toe recht-aan gedraaid is. De meisjes die de uitzending presenteren spreken onbevagen over alle technische handelingen. "De voorlichting druipt er vanaf," zegt de maakster. "die voorlichting komt echter wel uit de monden van de jongeren en dat maakt het leuk."



Wat drank betreft stelt Von Graevenitz zich lam geschrokken te zijn. Jongeren drinken buitensporig veel, vooral buiten de grote steden. "Twintig biertjes op zaterdagavond is heel normaal. Wij willen echter niet de fout maken om meteen te zeggen dat dat verkeerd is." De jongeren kwamen zelf met vragen en suggesties en die zijn uitgewerkt door de redactie. "Dat is nodig, omdat jongeren ook wel dingen vertellen die niet of nauwelijks kloppen."



Na het zien van de pilotuitzending *Condoomtaboe*, was partner Soa Aids Nederland direct enthousiast. Medewerkers Filippo Zimbile en Jos Poelman geven aan dat de beschikbaarheid van condooms een belangrijk speerpunt is bij hun voorlichting. Bij deze aflevering bleef bij de medewerkers van Soa Aids Nederland wel het idee hangen dat in beeld gebracht werd dat condooms erg kwetsbaar zijn. Ze kunnen scheuren. Onderzoek met een testpubliek wees echter uit dat de kijkers dat idee helemaal niet overhielden aan de serie. Von Graevenitz benadrukt dat de verschillende thema's in de serie (seks,

drugs en alcohol) ieder een eigen benadering vergen. "Seks is een vanzelfsprekend onderdeel van het leven. Als het om drugs en drank gaat, moeten we jongeren natuurlijk niet extra aanmoedigen of op ideeën brengen. Dat maakte het soms lastig om die thema's uit te werken. Dus de meeste items gaan over seks." Op verzoek van het Trimbos-Instituut beperken de drugs-uitzendingen zich tot cannabis. Over ecstasy wordt niet gesproken. De feestpilletjes worden maar door een klein percentage van de doelgroep geslikt. "Geregeld komen er nieuwe drugs op de markt. Daarover geven wij bewust geen voorlichting aan het grote publiek," zegt Talje Dijkhuis van het Trimbos Instituut. "Anders maak je het groter dan het is en loop je de kans dat je jongeren stimuleert om drugs te gaan gebruiken."

Find Out is goed geslaagd, vindt Von Graevenitz. De *User as Designer*-aanpak is precies wat Bosch Film eraan bevalt. Deze aanpak is echter in termen van Entertainment-Education nieuw, en het project wordt dan ook zorgvuldig

begeleid met wetenschappelijk onderzoek, uitgevoerd door Bouman E&E Development (formatieve evaluatie) en de Vakgroep GVO van de Universiteit van Maastricht (summatieve evaluatie).

ENTERTAINMENT MET EEN MEERWAARDE?

De deelnemers worden tenslotte uitgedaagd om deel te nemen aan een discussiearena, aan de hand van drie prikkelende stellingen:

“Maatschappelijke organisaties zijn dermate bang voor popularisering van hun boodschap dat ze geen goede samenwerkingspartners voor mediaprofessionals kunnen zijn”

Kees de Groot licht toe dat veel voorlichters een probleem lijken te hebben met de popularisering van hun boodschap, omdat ze vrezen dat door popularisering ook onjuiste informatie zou kunnen worden overgebracht. Marianne Michielen



van de Stichting Diabetes Fonds Nederland zegt dat zij veel mogelijkheden voor samenwerking ziet voor haar stichting, "Ook al is diabetes geen sexy onderwerp."

Roeland Linssen van Script Studio: "Er zijn honderden ziektes. Die kunnen we echt niet allemaal behandelen. Wij zijn geen voorlichtingsinstituut". Michielen geeft aan dat je een bestaand soapkarakter in beeld kunt brengen die af en toe zichzelf een injectie geeft. Voor de dramatische ontwikkeling kan de suggestie in eerste instantie worden

gewekt dat het personage verslaafd is. Linssen beaamt dat in principe alles kan, ook suikerziekte, mits het functioneel is voor de dramatische ontwikkeling van de karakters in de serie. De reactie van Michielen is illustratief voor de problematiek: "Het woord 'suikerziekte' is ouderwets. Tegenwoordig wordt uitsluitend het woord diabetes gebruikt. We begrijpen dat het voor een soap belangrijk is om te simplificeren." Volgens Von Graevenitz is dat het spanningsveld in a nutshell: diabetes of suikerziekte. "Alles moet zo plat mogelijk," zegt ze.

“Kijkers ‘leren’ meer van dramalijnen met slechte voorbeelden en negatieve rolmodellen dan van positieve rolmodellen”

De entertainment-education strategie leunt sterk op het tonen van sociale rolmodellen. Mensen kunnen plaatsvervangend leren van televisiepersonages. Maar wat als de serie vooral negatieve rolmodellen laat zien? Volgens communicatiewetenschapper Elly Konijn van de Vrije Universiteit wordt slecht gedrag snel geëxcuseerd door de kijkers. 'Hij (zij) is zo lelijk, dus hij kan niet anders dan slecht zijn. Of zijn jeugd is zo slecht geweest, dan word je vanzelf slecht. Zelf slecht zijn, vinden jongeren ook wel eens aantrekkelijk'. Professor Arvind Singhal van de Ohio University, een internationale autoriteit met een enorme ervaring in Entertainment-Education-projecten, geeft aan dat er binnen de entertainment-education strategie een onderscheid wordt gemaakt tussen positieve, negatieve en transitionele rolmodellen: "De effectiviteit van de *bad guy* hangt ook samen met de mate waarin zijn gedrag wordt bestraft. Als de slechterik kan doen wat hij wil zonder dat er sancties volgen, denken kijkers: dat wil ik ook. Dan zou de boodschap verkeerd overkomen. Met name de transitionele rolmodellen zijn belangrijk. Kijkers willen iemand die zich ontwikkelt, die tot inkeer komt, een goed mens wordt.

"Het zit niet in de genen van mediaprofessionals om hun territorium te delen met andere beroepsgroepen"

Deze provocatieve stelling krijgt verrassende instemming van de mediaprofessionals. "Schrijvers," zegt Roeland Linssen van de Script Studio, "dat wil ik best toegeven, zijn ontzettend eigenwijs." En Justine Paauw, hoofd drama van de AVRO, geeft toe dat enig opportunisme daaraan niet vreemd is: "Vroeger waren we arrogant en wisten we alles zeker. Maar dat verandert. Nu hebben we geld nodig. Zeker in deze tijd van bezuinigingen werkt het drempelverlagend voor de samenwerking als organisaties bereid zijn zelf ook geld in de serie te investeren. Dan is de eerste hobbel geslecht".

"Marjan Nijkamp van de Universiteit van Maastricht geeft aan dat het bij entertainment-education niet alleen gaat om het stimuleren van creativiteit bij de schrijvers om thema's te incorporeren in hun script. Ook onderzoekers en inhoudsdeskundigen worden uitgenodigd om creatiever met hun vak om te gaan en de vertaalslag te maken naar drama en soap. "Denk eens buiten je referentiekader."



Singhal stelt dat Nederlandse programmamakers veel verder zijn dan Amerikaanse programmamakers. Hij leest dat af aan de inhoud van de getoonde fragmenten, maar ook aan de openheid van het debat. "Nederland is een bijzonder land. Je kunt hier zo vrij en makkelijk over alles praten." Ook geeft hij aan dat er veel diversiteit te zien is in de getoonde verhaallijnen uit de Nederlandse soaps. Hij prijst het initiatief van de organisatoren om deze themadag te houden. "Het is geweldig om zoveel verschillende benaderingen naast elkaar te zien, en het bewijst dat er een behoefte is aan goed begeleide Entertainment-Education projecten. Nederland loopt op een aantal punten beslist vóór. De etnische complexiteit in een serie als Najib en Julia is bijna ondenkbaar in een Amerikaanse serie." Ondanks de lange vliegreis, het tijdsverschil en de overgeslagen nachtrust, wist Singhal vandaag goed bij de les te blijven. "Ik heb nog nooit zoveel seks op één dag gezien."

SLOT

De dag wordt uitgeluid door Martine Bouman. "Het bijzondere van vandaag is de discussie en uitwisseling. Het wij-zij-denken, dat zo stereotiep is voor de samenwerking tussen communicatie- en mediaprofessionals, wordt langzamerhand verlaten. Dat was tien jaar geleden nog ondenkbaar. Er is nu een grotere bereidheid tot inclusief denken en te zoeken naar werkbare mogelijkheden voor samenwerking. Het is belangrijk dat die samenwerking in een zo vroeg mogelijk stadium tot stand komt en niet als alle scripts al geschreven zijn."

"Om deze samenwerking te ondersteunen, is onlangs de ontwikkeling van een subsidieproject van ZonMw naar een bruikbaar Entertainment-Education referentiekader afgerond. Dit referentiekader voor EE-series is een aanzet voor een gezamenlijk taaldomein, waarin professionals van verschillende vakgebieden elkaar kunnen vinden en hun kennis kunnen combineren ten behoeve van toekomstige entertainment-education samenwerkingsprojecten. De vele positieve bevindingen die onder andere uit het 'Gezondheid in Beeld'-project zijn voortgekomen, zullen binnen het Centrum Media en Gezondheid worden uitgewerkt in een nieuw initiatief: 'Tips voor Scripts'. Het gaat hier om een databank met interessante cases en ideeën voor het dramatiseren van inhoudelijke thema's. Zowel maatschappelijke als gezondheidsorganisaties kunnen daarin participeren."



"Vandaag is een zonnige dag, in alle opzichten. Entertainment-education staat op de kaart. Het is voor alle disciplines die hier vertegenwoordigd zijn van belang om dat zo te houden. Het zou, gezien de actualiteit, wel eens de redding van het amusement op de publieke omroep kunnen zijn. Ik wens u in dat opzicht een beloftevolle toekomst."