

De constructie van een seksuele moraal: een productie-analyse van DE DOKTER CORRIE

SHOW

Laura van Montfoort (5508576)

Universiteit van Utrecht

Masterscriptie

Masteropleiding Film- en Televisiewetenschappen

Scriptiebegeleider: Linda Duits

Tweede lezer: Rob Leurs

17 Mei 2016

### Samenvatting

Dit onderzoek is een productie-analyse van het seksuele voorlichtingsprogramma DE DOKTER CORRIE SHOW. Ophef rond het ontstaan van dit programma suggereert dat de makers een seksuele moraal construeren die niet door iedereen wordt geaccepteerd. De seksuele scripttheorie van Simon en Gagnon (1986) laat zien hoe het gebruik van seksuele scripts leidt tot een seksuele moraal bij de makers, en het encoding/decoding model van Hall (2006) laat zien dat deze seksuele moraal door televisiemakers tot uiting wordt gebracht op het moment dat zij hun mediaproduct encoderen. Cultuur en identiteit spelen hierbij een belangrijke rol, en de subjectposities die de makers innemen, beïnvloeden de manier waarop een seksuele moraal wordt geconstrueerd tijdens het encoding-moment. Dit onderzoek richt zich op het proces rondom de constructie van die seksuele moraal en legt bloot waarop deze gebaseerd is. Door makers van DE DOKTER CORRIE SHOW te interviewen en draaiboeken van afleveringen te analyseren, is gebleken dat de makers op basis van hun atheïstische, progressieve, seks-positieve en feministische subjectposities en verschillende waarden, met een sturende rol voor samenwerkende partij Rutgers en met minimale beperkingen vanuit de NTR een open seksuele moraal construeren.

*Keywords: cultural studies – encoding/decoding – production analysis – subjectposition theory – sexual education – children’s television – sexual scripting theory*

## VERKLARING: INTELLECTUEEL EIGENDOM

De Universiteit Utrecht definieert het verschijnsel “plagiaat” als volgt:

*Van plagiaat is sprake bij het in een scriptie of ander werkstuk gegevens of tekstgedeelten van anderen overnemen zonder bronvermelding. Onder plagiaat valt onder meer:*

*het knippen en plakken van tekst van digitale bronnen zoals encyclopedieën of digitale tijdschriften zonder aanhalingstekens en verwijzing;*

*het knippen en plakken van teksten van het internet zonder aanhalingstekens en verwijzing; het overnemen van gedrukt materiaal zoals boeken, tijdschriften of encyclopedieën zonder aanhalingstekens of verwijzing;*

*het opnemen van een vertaling van bovengenoemde teksten zonder aanhalingstekens en verwijzing;*

*het parafraseren van bovengenoemde teksten zonder verwijzing. Een parafraze mag nooit bestaan uit louter vervangen van enkele woorden door synoniemen;*

*het overnemen van beeld-, geluids- of testmateriaal van anderen zonder verwijzing en zodoende laten doorgaan voor eigen werk;*

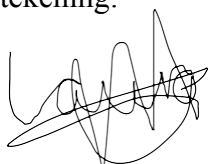
*het overnemen van werk van andere studenten en dit laten doorgaan voor eigen werk. Indien dit gebeurt met toestemming van de andere student is de laatste medeplichtig aan plagiaat; ook wanneer in een gezamenlijk werkstuk door een van de auteurs plagiaat wordt gepleegd, zijn de andere auteurs medeplichtig aan plagiaat, indien zij hadden kunnen of moeten weten dat de ander plagiaat pleegde; het indienen van werkstukken die verworven zijn van een commerciële instelling (zoals een internetsite met uittreksels of papers) of die tegen betaling door iemand anders zijn geschreven.*

Ik heb de bovenstaande definitie van het verschijnsel “plagiaat” zorgvuldig gelezen, en verklaar hierbij dat ik mij in het aangehechte essay / werkstuk niet schuldig heb gemaakt aan plagiaat.

Naam: Laura van Montfoort  
Studentnummer: 5508576

Plaats: Amsterdam  
Datum: 17 mei 2016

Handtekening:



**Inhoudsopgave**

1. Inleiding	6
Onderzoeksvragen	8
Relevantie	9
2. Theoretisch kader	11
Cultural studies en de media	11
Productie-analyse	13
Identiteit en subjectposities	15
Sociale- en seksuele scripttheorie	17
Dit onderzoek	18
3. Methode	20
De interviews	20
De draaiboeken	22
Grounded theory approach	23
4. Analyse van de interviews	25
Subjectposities en vrijheid en openheid	25
Expertise	29
Normativiteit	32
Geschiktheid en positiviteit	34
Verschillende perspectieven op seks	37
Machtsstructuren en besluitvorming	39
Deelconclusie	41
5. Analyse van de draaiboeken	43
6. Conclusie	46
Implicaties	49

Discussie	50
Literatuurlijst	54
Bijlage 1: topiclijst interviews	56
Bijlage 2: codeerschema interviews – selectief en theoretisch coderen	57

## 1. Inleiding

Op 4 november 2013 schrijft redacteur media Wilfred Takken in NRC.NEXT over een nieuwe rubriek in het SCHOOLTV-WEEKJOURNAAL: de rubriek van Dokter Corrie. In het wekelijkse actualiteitenprogramma voor kinderen, dat op veel scholen in de klas aan zevende- en achtstegroepers wordt getoond, duikt sinds kort een nepdokter op die verschillende onderwerpen met betrekking tot seksualiteit behandelt (Takken, 2013). Dat Dokter Corrie onaangekondigd tijdens schooltijd in beeld verschijnt en de manier waarop zij kinderen over seks voorlicht, stuit een groep ouders tegen de borst. Takken citeert Caroline Tax, een bezorgde ouder en initiatiefneemster van een petitie tegen Dokter Corrie, die pleit dat “seksuele voorlichting een informatief, niet-normatief karakter moet hebben” en dat Dokter Corrie uit de klaslokalen dient te verdwijnen (Takken, 2013, paragraaf 3).

We zijn inmiddels ruim twee jaar verder en Dokter Corrie is inderdaad uit het SCHOOLTV-WEEKJOURNAAL en daarmee ook het klaslokaal verdwenen. In plaats (of in het verlengde) daarvan heeft zij een eigen programma gekregen: DE DOKTER CORRIE SHOW (NTR). Dit onderzoek gebruikt DE DOKTER CORRIE SHOW als casus en zal zich richten op de makers van het programma; zij worden door de bezorgde ouders immers beschuldigd van het opleggen van een seksuele norm (Takken, 2013). Door te kijken naar het productieproces van DE DOKTER CORRIE SHOW zal blijken hoe de constructie van die seksuele norm tot stand is gekomen.

Kijken naar hoe mediaproductie tot stand komt vindt zijn oorsprong in het communicatiekundige encoding/decoding model van Hall (2006 [oorspronkelijk verschenen in 1980]). Volgens Hall is communicatie het proces waarbij een zender een boodschap encodeert, en een ontvanger deze zelfde boodschap weer decodeert. Onderzoek naar vermaak op televisie zoals DE DOKTER CORRIE SHOW kan focussen op

een van die drie momenten (het encoding-moment, de tekst zelf of het decoding-moment) die Hall benoemt. De momenten van encoding en decoding zijn in het communicatieproces cruciaal omdat er tijdens die momenten betekenis aan de boodschap wordt gegeven (Hall, 2006). Er bestaat dus geen statische, objectieve werkelijkheid of betekenis van een concept, maar een concept krijgt betekenis door verschillende eigenschappen van de persoon die de betekenis encodeert.

Het encoderen gebeurt dus vanuit de zender van de boodschap: hierbij geeft de zender betekenis aan de boodschap die wordt verzonden, en wordt er bovendien een voorkeursbetekenis meegegeven. Deze voorkeursbetekenis is de betekenis zoals de zender wil en hoopt dat de ontvanger de boodschap begrijpt (Van Zoonen, 2002). De kern van het encoding/decoding model is echter dat deze voorkeursbetekenis niet perse zo wordt geïnterpreteerd door de ontvanger(s) van de boodschap. Dit onderzoek richt zich op het encoding-moment tijdens de productie van DE DOKTER CORRIE SHOW en onderzoekt het proces van betekenisgeving door de programmamakers aan concepten rondom seksualiteit tijdens dat encoding-moment.

De seksuele scripttheorie van Simon en Gagnon (1986) beschrijft en verklaart denkbeelden, gedrag of representatie van seksualiteit. Volgens Simon en Gagnon is de manier waarop mensen zich gedragen, denken en hoe zij bepaalde concepten representeren te verklaren doordat zij continu, bewust en onbewust, refereren aan bepaalde scripts die binnen de samenleving bestaan. Seksuele scripts geven aan wat 'gepast' en 'normaal' gedrag is, en daarmee ook wat juist als 'ongepast' en 'abnormaal' moet worden gezien (Simon & Gagnon, 1986). Programmamakers zoals de makers van DE DOKTER CORRIE SHOW gebruiken deze normatieve richtlijnen in het productieproces, en presenteren deze in het mediaproduct dat zij maken.

Petitionaris Caroline Tax spreekt in het artikel in NRC.NEXT schande van het normatieve karakter van Dokter Corrie (Takken, 2013), en hiermee spreekt zij zich namens een grote groep ouders uit tegen de seksuele scripts die Dokter Corrie biedt. Een andere, overkoepelende term die teruggrijpt op gepastheid, normaliteit en normativiteit met betrekking tot seks is de term ‘seksuele moraal’. Een verzameling seksuele scripts, zoals de makers van DE DOKTER CORRIE SHOW ze presenteren, is te zien als een seksuele moraal die zij presenteren. De discussie over seksuele moraal die Dokter Corrie heeft aangewakkerd vormt de aanleiding voor dit onderzoek en is bovendien de reden voor het gebruik van een benadering die kijkt naar het encoding-moment van het communicatieproces: immers, tijdens dat moment geven de programmamakers betekenissen aan onderwerpen omtrent seksualiteit waar de boze ouders het niet mee eens zijn.

### **Onderzoeksvragen**

Dit onderzoek bekijkt hoe de makers van DE DOKTER CORRIE SHOW tot de presentatie van een seksuele moraal zijn gekomen en waardoor dit proces wordt beïnvloed. Dit onderzoek wordt daarom geleid door de volgende onderzoeksvraag:

*Hoe construeren de makers van DE DOKTER CORRIE SHOW een seksuele moraal?*

Deze onderzoeksvraag is opgedeeld in vier deelvragen:

1. *Wie zijn de makers van DE DOKTER CORRIE SHOW?*
2. *Welke seksuele scripts gebruiken de makers van DE DOKTER CORRIE SHOW bij het maken van het programma?*
3. *Welke beleidsrichtlijnen omtrent het gebruiken van bepaalde seksuele scripts volgen de makers van DE DOKTER CORRIE SHOW?*
4. *Hoe blijken uit draaiboeken van afleveringen van DE DOKTER CORRIE SHOW bepaalde seksuele scripts?*



Hoewel het schrijven van draaiboeken ook onderdeel lijkt te zijn van het maken van het programma, zijn deelvraag twee en deelvraag vier wezenlijk anders. Deelvraag twee behelst de kwestie hoe de programmamakers hun seksuele scripts inzetten tijdens al hun werkzaamheden die uiteindelijk leiden tot het eindproduct: DE DOKTER CORRIE SHOW. Deelvraag vier gaat over of en hoe het gebruik van deze seksuele scripts door de programmamakers in de praktijk van het schrijven van een draaiboek tot uiting komt.

### **Relevantie**

De maatschappelijke relevantie van dit onderzoek vindt zijn oorsprong in de kritiek die op (de makers van) DE DOKTER CORRIE SHOW is geuit. De boze ouders zijn bezorgd om de impact die de gepresenteerde seksuele moraal van Dokter Corrie zal hebben op hun kinderen. Zij plaatsen daarom hun vraagtekens bij het recht dat de programmamakers van de NTR en adviserende partij Rutgers menen te hebben om kinderen seksueel voor te lichten. De media zijn bovendien een belangrijke bron van informatie voor tieners wanneer het aankomt op seksualiteit (Kelly, 2010). Het perspectief dat de makers van het programma op seks hebben dat voortkomt uit hun persoonlijke levens en achtergronden, vindt dus ook zijn weg in de persoonlijke levens van anderen. Bovendien is de NTR een publieke omroep welke gefinancierd wordt door belastingbetalers: onderzoek naar de personen en processen binnen die omroep is dus voor iedereen op breed maatschappelijk vlak interessant.

Er bestaat veel onderzoek naar de daadwerkelijke impact die mediaboodschappen hebben op met name jonge (beïnvloedbare) mediagebruikers en de manier waarop seks aanwezig is in (populaire) mediaproducten. Er is echter minder bekend over de manier waarop de makers van deze mediaproducten tegen dit proces aankijken en hoe de keuzes van personen die deze mediaproducten tot stand

brenge dit proces beïnvloeden (Lemish, 2011). Daarnaast is de media-industrie nog altijd substantieel aan het groeien, wat onderzoek naar de personen en processen binnen deze industrie noodzakelijk maakt (Hesmondhalgh, 2010).

In het volgende hoofdstuk ga ik verder in op de termen die zijn geïntroduceerd in de inleiding en bespreek ik de theoretische concepten die aansluiten bij de onderzoeksvraag. In het derde hoofdstuk zet ik uiteen welke methode is gebruikt voor het beantwoorden van de hoofdvraag en deelvragen. Daarna volgen twee analysehoofdstukken waarin de verkregen data wordt beschreven en geanalyseerd. In de conclusie beantwoord ik aan de hand van die data vervolgens de onderzoeksvragen, en in de discussie reflecteer ik op het onderzoek en geef ik suggesties voor vervolgonderzoek.

## 2. Theoretisch kader

Volgens het encoding/decoding model van Hall spelen er verschillende achtergronden en invloeden mee wanneer televisiemakers hun boodschap of mediaproduct vormgeven. Het encoding-moment is hierin volgens hem een subjectief proces, waarbij de makers betekenis geven aan (concepten binnen) het mediaproduct (Hall, 2006). De kernvraag van dit onderzoek is welke invloeden van belang zijn in de constructie van betekenissen door de televisiemakers omtrent onderwerpen over seks in DE DOKTER CORRIE SHOW. In dit hoofdstuk volgt een uiteenzetting van de theoretische concepten, modellen en invalshoeken die voor dit onderzoek van belang zijn.

Het encoding/decoding model van Hall uit 1980 was een tegengeluid naar de bestaande lineaire communicatiemodellen, die communicatie benaderden als een statisch proces waarbij de zender een boodschap verstuurt en de ontvanger deze zelfde boodschap ontvangt (Castleberry, 2016). Hall daarentegen neemt de achtergronden en kenmerken van deze zenders en ontvangers in beschouwing en brengt deze achtergronden in relatie met de interpretatie van de boodschap. Zijn model breidde het traditionele communicatiemodel uit en veranderde hoe wetenschappers communicatie benaderden (Castleberry, 2016). Hall maakte van communicatie een dynamisch proces met in de hoofdrol interpretatie.

### **Cultural studies en de media**

Mediaproductie is onlosmakelijk verbonden met cultuur: televisiemakers brengen culturele eigenschappen mee die, bewust of onbewust, een rol spelen bij het encoderen (Lemish, 2011). Het bestuderen van de productie van een televisieprogramma betekent dus óók het bestuderen van een bepaalde

productie*cultuur* (Caldwell, 2009; Hesmondhalgh, 2010). Dit onderzoek heeft dan ook een culturele invalshoek.

Volgens Du Gay et. al (2013) wordt iets een cultureel object doordat men er betekenis aan toekent. Neem de Walkman (het onderwerp van hun casestudy), die voor veel mensen wereldwijd ongeveer hetzelfde betekent: een manier om onderweg van muziek te genieten. Daarmee draagt de Walkman ook verschillende symbolische betekenissen met zich mee zoals vrijheid, autonomie en identiteit. Volgens Williams, geciteerd door Du Gay et. al (2013), is cultuur een sociaal proces, waarin de beschrijving van een bepaalde manier van leven met bepaalde betekenissen en waarden worden geuit. Deze betekenissen en waarden komen naar voren in bijvoorbeeld kunstvormen, maar ook in instituties en alledaags gedrag. Een cultuuranalyse volgens deze definitie is dus het onder de loep nemen van de betekenissen en waarden die in bepaalde manieren van leven (culturen) aan concepten en begrippen worden gegeven.

Hoe dit eruit ziet voor mediagebruik- en productie, laat Van Zoonen (2002) zien. Volgens haar heeft media drie functies: ritueel, cultureel en een manier om burgerschap te versterken. Voor dit onderzoek is vooral de culturele betekenis van media belangrijk. Volgens Van Zoonen zijn media binnen een cultuur namelijk “zowel afspiegelingen van die gedeelde moraal als dat ze deze versterken en nieuwe normen en waarden in omloop brengen en ter discussie stellen.” (2002, p. 6). Een programma als DE DOKTER CORRIE SHOW representeert volgens dit citaat dus de gedeelde moraal met betrekking tot seksualiteit die er in de Nederlandse cultuur bestaat, maar kan ook nieuwe normen en waarden stellen en betekenis geven aan concepten omtrent seksualiteit.

### **Productie-analyse**

Tussen en binnen mediaorganisaties bestaat vaak veel verscheidenheid waardoor het meestal niet precies duidelijk is wie een specifiek mediaproduct nu eigenlijk maakt. Productie-analytische onderzoeken zijn erop gericht om precies dat bloot te leggen. Zo bestaan er volgens Long en Wall (2014) in elke mediaorganisatie strikte interne en externe richtlijnen en conventies die het handelen van organisaties en de mensen daarbinnen sturen. Productie-analytische onderzoeken hebben als doel te achterhalen wat die richtlijnen, conventies, rituelen en processen zijn en welke personen hierbij betrokken zijn.

Lemish (2011) deed productie-analytisch onderzoek naar het encoding-moment van mediaproductie en ziet cultuurverschillen als verklaring voor de aan- of afwezigheid van seks op tv. Zij interviewde 135 mensen uit 65 verschillende landen, allen werkzaam in de televisie-industrie gericht op een jonge doelgroep en ondervroeg de mediaprofessionals of en hoe zij een gevoelig onderwerp als seks benaderen in televisieprogramma's voor kinderen. De mediaprofessionals beweerden hierbij normatieve richtlijnen vanuit hun eigen cultuur te volgen. Het onderzoek van Lemish hanteerde een horizontale productie-analyse waarin zij navraag doet bij uiteenlopende zenders van een zelfde soort boodschap. Het huidige onderzoek is juist een verticale productie-analyse omdat er verschillende lagen van één specifiek mediaproduct worden geanalyseerd.

“[D]e machinerie van mensen áchter televisieprogramma's (...) [is] cruciaal voor de verschillende betekenissen die mediateksten in het productieproces meekrijgen.” (p. 37), schrijft Van Zoonen (2002). In deze machinerie van televisieproductie onderscheidt Van Zoonen een structuur waarbij televisieproducenten zoals John de Mol en zijn programma-ontwikkelaars bovenin de

hiërarchie staan, en de programmamakers zoals redacteuren en producers, die beslissingen uitvoeren die door anderen zijn genomen, aan het eind van de verantwoordelijkheidsketen te vinden zijn (Van Zoonen, 2002). Bij het proces van productie en betekenisgeving zijn dus ook bepaalde machtsstructuren van kracht die invloed uitoefenen op de manier waarop de boodschap wordt geëncodeerd (Hesmondhalgh, 2002).

Volgens Long en Wall (2014) zijn er drie manieren om te begrijpen hoe mediaorganisaties werken: vanuit een politiek-economisch perspectief; middels een studie van de organisationele kant van een mediabedrijf; en door het uitvoeren van een etnografische studie van de werk- en culturele omgeving van mediaprofessionals. De politiek-economische kant van productie-onderzoek kijkt naar de bredere sociale, politieke en economische omgeving waarin mediaproductie plaatsvindt. Hierbij worden de betekenissen in mediaproducten gerelateerd aan de economische belangen en eigendomspatronen die binnen de mediawereld bestaan (Long & Wall, 2014, p. 173).

Organisationele studies binnen productie-analyse focussen op de interne organisatie van mediabedrijven en de besluitvorming die in de praktijk van mediaproductie wordt uitgevoerd. Een organisationele productie-analyse brengt de verschillende afdelingen, personeelsgroepen en productieprocessen- en activiteiten van het mediabedrijf in kaart (Long & Wall, 2014, p. 185). Het uitvoeren van een productie-analyse met een etnografisch perspectief kijkt vooral naar de cultuur van mediaproductie en richt zich op de individuen binnen een mediaorganisatie (Long & Wall, 2014, p. 192).

Dit onderzoek heeft een etnografische invalshoek, omdat de onderzoeksvraag op de makers van DE DOKTER CORRIE SHOW focust en hiermee de programmamakers

als individuen centraal stelt. De manier waarop deze individuen samenwerken, de achtergronden die zij met zich meebrengen, de beleidsrichtlijnen waarnaar zij refereren en de normen en waarden die zij hebben, oefenen significante invloed uit op het encoding-moment en daarmee op de mediaproducten en hun betekenissen (Long en Wall, 2014). De organisationele kant van mediaproductie speelt in dit onderzoek ook een rol, doordat de individuen die centraal staan in dit onderzoek naar machtsstructuren en beleidsrichtlijnen binnen het mediabedrijf zullen verwijzen.

Dat het analyseren van de mensen achter een mediaproduct een steeds belangrijker aspect vormt binnen Mediastudies erkent ook Hesmondhalgh (2010). Volgens hem groeit de media-industrie nog steeds substantieel, wat de behoefte naar onderzoek naar mediabedrijven heeft versterkt. Hij spreekt het belang uit van onderzoek naar de mensen en processen achter mediaproductie, omdat zo kan worden onderzocht hoe macht, rituelen en normen en waarden het proces van betekenisgeving beïnvloeden.

In de context van *cultural studies* en de sociale definitie van cultuur die Williams geeft, gaat productie-analyse dus over het bestuderen van de cultuur die de mensen achter een televisieprogramma representeren. Daarnaast gaat het ook om de cultuur die de programmamakers met elkaar vormen, en de manier waarop hun (culturele) normen en waarden meewerken tijdens het encoding-moment.

### **Identiteit en subjectposities**

Bij het analyseren van personen achter een televisieprogramma is de identiteit van die individuen van belang. Volgens Anton en Peterson (2003) gaat het hierbij om de *subjectposities* die iemand inneemt wanneer je poogt te achterhalen wie iemand 'is' (Anton & Peterson, 2003). Een subjectpositie is in brede zin te definiëren als een perspectief dat iemand op een bepaald fenomeen heeft en de manier waarop dat

perspectief is gerelateerd aan waar iemand als persoon voor staat. Daarnaast bespreken Anton en Peterson subjectiviteit en demografische categorieën als invloeden die, naast identiteit, bepalen hoe mensen zich gedragen in communicatie en gedrag. Hun artikel laat goed zien hoe identiteit en persoonlijke achtergronden een rol spelen bij personen die een communicatieboodschap encoderen.

De subjectpositie-theorie kan gebruikt worden om te beschrijven wie de zenders van een boodschap zijn en waar zij voor staan. Deze subjectposities zijn gebaseerd op gelijkenissen met anderen binnen cultureel en/of institutioneel erkende categorieën en de mate waarin een individu zichzelf daarin herkent. Een voorbeeld is feminisme: een persoon omschrijft zichzelf als feminist doordat hij of zij zich herkent in culturele of institutionele omschrijvingen van feministen. Törrönen (2001) noemt hierbij ook het concept ideologie en stelt dat de relatie tot onszelf en tot anderen is gestructureerd door ideologieën. Volgens hem zijn ideologieën dus subjectposities die gematerialiseerd worden in ons dagelijks leven en onze vaste routine (Törrönen, 2001, p. 314).

Anton en Peterson (2003) gebruikten subjectpositie-theorie om te onderzoeken hoe deze achtergronden van invloed zijn wanneer een persoon een ander met communicatie wil overtuigen. Persuasieve communicatie heeft echter betrekking op het decoding-moment van communicatie, omdat overtuiging impliceert dat er iets bij de ontvanger van de boodschap gebeurt (namelijk: de persuasieve communicatie heeft wel of geen effect). Dit onderzoek richt zich juist op het encoding-moment en brengt in kaart wat er bij de zenders van de boodschap gebeurt. Overtuiging kan in deze context dus wel worden gekoppeld aan de voorkeursbetekenis die de makers van DE DOKTER CORRIE SHOW tijdens het encoding-moment aan concepten omtrent



seksualiteit meegeven en waarvan zij hopen dat de ontvangers van de boodschap deze ook zo decoderen.

Om een parallel te trekken met de eerder genoemde onderzoeksvragen: de subjectposities van de makers van DE DOKTER CORRIE SHOW zijn inherent aan het perspectief dat zij als team maar ook als individu hebben op seksualiteit. Dit perspectief speelt tijdens het encoding-moment mee in de betekenisgeving en het construeren van een seksuele moraal. In het kader van dit onderzoek is het dus zaak vast te stellen welke identiteit de makers van DE DOKTER CORRIE SHOW bezitten, welke subjectposities daaraan verbonden zijn en hoe deze tot uiting komen als ideologieën bij het maken van het programma.

### **Sociale- en seksuele scripttheorie**

Tijdens het encoding-moment gebruiken de makers van DE DOKTER CORRIE SHOW seksuele scripts: hiermee stellen zij wat zij *gepast* en *normaal* vinden in relatie tot seksualiteit voor kinderen (op televisie) en hoe zij vinden dat kinderen zich *zouden moeten* voelen wanneer het om seks gaat (Simon & Gagnon, 1986). Door scripts te presenteren in DE DOKTER CORRIE SHOW vertellen de makers dus aan de kijkers van het programma wat volgens hen gepast en normaal (seksueel) gedrag is, bijvoorbeeld ten opzichte van masturbatie. De manier waarop deze scripts een weg vinden in het gedrag van de kijkers wordt door Simon en Gagnon beschreven als *sociogene invloed*. Een voorbeeld hiervan is een seksueel script dat een Amerikaanse tienerserie biedt omtrent ontmaagding: wordt in de serie een script gepresenteerd waarin het zo jong mogelijk verliezen van je maagdelijkheid als ‘normaal’ en ‘gepast’ wordt beschouwd, dan is het waarschijnlijk dat de kijkers dit script ook daadwerkelijk gaan gebruiken in hun denkwijze en gedrag jegens ontmaagding wanneer zij dit concept in hun eigen leven tegenkomen (Kelly, 2010).

Eenzijds presenteren de programmamakers dus hun seksuele scripts in DE DOKTER CORRIE SHOW, waardoor deze scripts sociogene invloed op de kijkers kunnen uitoefenen. Anderzijds gebruiken de mediaprofessionals ook zelf seksuele scripts die hun denkwijze en gedrag tijdens het encoding-moment beïnvloeden en waarnaar zij tijdens dit productieproces refereren. Die scripts komen voort uit de persoonlijke en culturele achtergronden van de makers. Scripts vervullen bij mediaproductie dus een tweeledige rol. Een kritische noot hierbij is dat de scripts die televisiemakers gebruiken en de scripts die zij in hun mediaproduct presenteren niet hoeft te verschillen; het is zelfs waarschijnlijker dat deze gelijk zijn. De zender van een mediaproduct bestaat echter veelal uit een constructie van verschillende personen en dus verschillende scripts, waardoor deze gelijkenissen weer minder waarschijnlijk zijn.

### **Dit onderzoek**

Het encoding-moment van DE DOKTER CORRIE SHOW is het onderwerp van deze studie. Door middel van een verticale productie-analyse zal ik onderzoeken hoe de makers van het programma tot de constructie van een seksuele moraal komen. Dit doe ik ten eerste door, door middel van het nagaan van hun subjectposities, te onderzoeken wie de makers van DE DOKTER CORRIE SHOW 'zijn'. Ten tweede analyseer ik welke seksuele scripts zij gebruiken en hoe deze het encoding-moment beïnvloeden. Ten derde analyseer ik ook hoe de makers van het programma refereren naar de organisationele structuur waar zij deel van uit maken.

De seksuele moraal die de makers tijdens het encoding-moment construeren, bestaat dus uit de verzameling seksuele scripts die de makers van DE DOKTER CORRIE SHOW gebruiken, voortvloeiend uit de subjectposities die zij innemen, de

beleidsrichtlijnen die zij hierin volgen en de manier en waarop deze seksuele scripts tot uiting worden gebracht in het uiteindelijke mediaproduct.

### 3. Methode

Caldwell (2009) stelt dat het analyseren van mediaproducties een combinatie van verschillende methodes vereist. Hierbij is het van belang dat bepaalde rituelen en *deep texts* die horen bij de specifieke cultuur van televisieproductie worden bestudeerd. Deep texts zijn volgens Caldwell artefacten en rituelen waarin mediaprofessionals hun culturele uitingen doen (2009, p. 202). Hij onderscheidt drie verschillende soorten deep texts: compleet ingebedde teksten; semi-ingebede teksten; en openbare teksten.

De ingebedde teksten zijn afgesloten voor mensen die buiten de productiecultuur staan en dienen om informatie binnen de wereld van het productiepersoneel te circuleren (Caldwell, 2009, p. 202). De semi-ingebede teksten circuleren niet alleen binnen een productiebedrijf maar ook tussen verschillende professionele groepen (Caldwell, 2009, p. 204). Openbare teksten zijn juist gericht op het publiek om hen het gevoel te geven dat ze onderdeel worden gemaakt van de ‘exclusieve’ wereld van televisiemakers (Caldwell, 2009, p. 208).

Volgens Hesmondhalgh (2010) bestudeert een productie-analytische studie de mensen (producers) en processen (productie) die verantwoordelijk zijn voor de verschillende vormen die media kunnen aannemen. Hierbij spelen ook bepaalde machtsstructuren mee: volgens Hesmondhalgh betekent het analyseren van mediaproductie dat de onderzoeker ook moet nadenken over hoe producers hun relatieve macht binnen een organisatie uitoefenen bij het creëren van mediaproducten (2010).

#### **De interviews**

Het uitvoeren van dit onderzoek is methodisch in tweeën te delen. Het eerste deel bestaat uit vier interviews met mensen ‘achter’ het televisieprogramma. Ik

interviewde eindredacteur Juliette van Paridon, redacteur Maartje Paans, webredacteur Luc Willems en Rutgers-consultant Elsbeth Reitzema. Ik koos deze respondenten aan de hand van wat Mayer (2008) schrijft over productie-analyse en het fenomeen *studying up/down*: zij stelt dat elke producer of redacteur binnen de televisiewereld tot meerdere sociale groepen behoort die het productieproces beïnvloeden. De relaties binnen deze sociale constructies kan je blootleggen en begrijpen door niet alleen ‘bovenin’ te kijken naar de personen die macht uitoefenen op uitvoerende krachten zoals producers en redacteurs, maar ook door te analyseren hoe die producers en redacteurs naar deze machtsstructuren verwijzen (Mayer, 2008).

Ik benaderde de respondenten per e-mail en sprak vervolgens met ze af op een door hen voorgestelde locatie. De interviews van elk ongeveer drie kwartier waren semi-gestructureerd en de vragen waren gebaseerd op een topiclijst (zie bijlage 1). De topiclijst bestond uit vier hoofdthema’s: (1) productieproces en besluitvorming, (2) persoonlijke achtergronden, (3) seksuele moraal en (4) ophef en conflictsituaties. De vragen die betrekking hadden op het eerste thema gingen in op de functie van de respondent, het productieproces van het programma, de besluitvorming over onderwerpen en inhoud, en machtsstructuren binnen de mediaorganisatie en daarbij behorende beleidsrichtlijnen. De vragen binnen dit thema dienden vooral om de respondent op zijn of haar gemak te stellen, de kans te geven iets te vertellen over hem- of haarzelf en zijn of haar werk(ervaring).

Met het tweede thema, persoonlijke achtergronden, poogde ik subjectposities van de respondent bloot te leggen door te vragen naar het milieu waarin de respondent is opgegroeid, zijn of haar persoonlijke visie (op seks), eigen ervaringen met seksuele

voorlichting en de perspectieven van de respondenten op de onderwerpen die in DE DOKTER CORRIE SHOW aan bod komen.

Het derde thema, seksuele moraal, ging in op de voorkeursbetekenis die de respondenten meegeven aan het mediaproduct. Vragen binnen dit thema gingen over welke boodschap de makers met het programma willen neerzetten, wat de respondent vindt dat de norm zou moeten zijn met betrekking tot seks, en welke ideologieën de respondent hierin nastreeft.

Het laatste thema, ophef en conflictsituaties, betrof vragen die dieper ingingen op of en hoe conflicten binnen het productieteam tot stand kwamen en hoe deze werden opgelost. Zo zou blijken welke subjectiviteit overheersend is gebleken, hoe de makers deze subjectiviteit zelf zien en of zij zich bewust zijn van hun rol in de betekenisgeving.

### **De draaiboeken**

Het tweede deel van dit onderzoek bestond uit de analyse van twee draaiboeken van DE DOKTER CORRIE SHOW. Deze draaiboeken zijn ingebedde *deep texts*: in principe zijn deze niet toegankelijk voor mensen buiten de productiecultuur van het programma en dienen ze om informatie tussen mensen binnen die productiecultuur te verspreiden. Via eindredacteur Juliette van Paridon heb ik van twee afleveringen van DE DOKTER CORRIE SHOW draaiboeken mogen ontvangen. Het zijn de draaiboeken van de aflevering met het onderwerp ‘zoenen’ en de aflevering met het onderwerp ‘bloot’. Dit zijn afleveringen uit het eerste seizoen van DE DOKTER CORRIE SHOW.

Naast dat er in de draaiboeken staat wat de actrice die Dokter Corrie speelt precies moet zeggen, welke handelingen zij moet uitvoeren en hoe dit in beeld gebracht dient te worden, staan er ook passages in het draaiboek die wijzen op hoe de

makers van het programma de boodschap willen encoderen. Dit zijn bijvoorbeeld zinnen waarin staat uitgelegd waar volgens de programmamakers de nadruk in een scène op moet liggen of waarmee de makers duidelijke instructies geven over hoe sommige stukken tekst door de actrice gebracht moeten worden. Deze passages zijn voor dit onderzoek vooral interessant omdat daar te zien is hoe de data verkregen via de interviews, doorwerkt in de praktijk van het schrijven van een draaiboek en daarmee het encoderen van de boodschap.

### **Grounded theory approach**

Bij het analyseren van de verkregen data gebruikte ik de analysestrategie van de *grounded theory approach* zoals voorgesteld door Strauss & Corbin (1998). Deze manier van analyseren werkt door teksten te coderen en categorieën bloot te leggen, om zo de onderzoeksvragen te kunnen beantwoorden. De eerste stap hierin is het open coderen: tijdens deze stap leest de onderzoeker alle verzamelde data en onderscheidt hierin betekenisdragende passages (Strauss & Corbin, 1998). Ik transcribeerde de vier interviews en markeerde per interview korte passages die, volgens mij, de kern vormden van langere stukken tekst.

De tweede stap is axiaal coderen: de open codes worden met elkaar in verband gebracht, vergeleken en op een logische manier geordend. Tijdens deze stap gaat de onderzoeker op zoek naar terugkerende patronen binnen de gevonden codes (Strauss & Corbin, 1998). In deze fase bracht ik de vele open codes terug tot ongeveer dertig overkoepelende thema's per interview.

De derde stap is die van het selectief coderen: hierbij worden teksten met dezelfde onderscheiden thema's met elkaar vergeleken om zo te identificeren welke relaties er bestaan tussen de verschillende thema's, om uiteindelijk door middel van theoretisch coderen met een aantal overkoepelende categorieën over te blijven

(Strauss & Corbin, 1998). Onder de gevonden codes van alle interviews zocht ik naar gelijkenissen, om zo uit te komen op ongeveer vijftientig selectieve codes (zie bijlage 2). In de laatste fase van theoretisch coderen, bracht ik deze selectieve codes met elkaar in verband en kwam hierbij uit op de zes categorieën die in de analysehoofdstukken worden beschreven: (1) *vrijheid en openheid*, (2) *expertise*, (3) *verschillende perspectieven*, (4) *normativiteit*, (5) *geschiktheid en positiviteit* en (6) *machtsstructuren* (zie bijlage 2).

De beschrijving van de gevonden categorieën in de analysehoofdstukken gebeurt aan de hand van de *conditional relationship guide* van Scott (2004). Scott pleit met dit instrument voor het systematisch analyseren van data verkregen via de *grounded theory approach*, door de verkregen categorieën te bespreken middels zes vragen: (1) wat is de categorie precies, (2) wanneer komt deze categorie voor, (3) waar komt deze categorie voor, (4) waarom wordt er over deze categorie gepraat, (5) hoe wordt er over deze categorie gepraat en (6) wat zijn de consequenties van (het praten over) deze categorie? Door de antwoorden op deze vragen in een lopend verhaal te verwerken ontstaat samenhang en duidelijkheid over de uitkomsten van de *grounded theory approach*.



#### 4. Analyse van de interviews

Doordat dit onderzoek methodisch in tweeën is opgedeeld, bestaan er dus ook twee aparte analysehoofdstukken: (1) de analyse van de interviews met de makers van DE DOKTER CORRIE SHOW en (2) de analyse van draaiboeken van DE DOKTER CORRIE SHOW. Dit hoofdstuk zal de interviews bespreken, het volgende hoofdstuk gaat over de draaiboeken.

Volgens de grounded theory approach blijven er na analyse van de data overkoepelende categorieën over. In de context van dit onderzoek bleken deze categorieën waarden waarmee de respondenten hun handelen bij het maken van DE DOKTER CORRIE SHOW rechtvaardigen. De respondenten handelen vanuit deze waarden met de erkenning en overtuiging dat deze een basis vormen voor een ‘goede’ seksuele moraal die zal leiden tot ‘goede’ seksuele voorlichting in DE DOKTER CORRIE SHOW. Met de seksuele scripts die de respondenten gebruiken definiëren zij wat de waarden voor hen in deze context betekenen.

De gevonden waarden zijn vrijheid, openheid, expertise, normativiteit, geschiktheid, positiviteit, de erkenning van diverse perspectieven op seks en tenslotte macht. De subjectposities van de respondenten bepalen welke seksuele scripts de respondenten gebruiken om invulling te geven aan de waarden. In de volgende paragrafen worden de waarden één voor één beschreven.

##### **Subjectposities en vrijheid en openheid**

Om antwoord te kunnen geven op de vraag wie de makers van DE DOKTER CORRIE SHOW ‘zijn’, probeerde ik tijdens de interviews te achterhalen welke subjectposities de respondenten innemen. Sommige subjectposities waren makkelijk te achterhalen: bijvoorbeeld dat drie van de vier respondenten vrouw zijn. Deze drie vrouwen zijn bovendien alle drie moeder van meerdere (jonge) kinderen en

benoemden dit ook expliciet in de interviews, door te praten over het belang van seksuele voorlichting en dit te koppelen aan de opvoeding van hun eigen kinderen. De vierde respondent is een jonge man zonder kinderen. De drie vrouwen zijn allemaal opgegroeid in de Randstad, terwijl de mannelijke respondent oorspronkelijk uit Brabant komt. Alle respondenten hebben in meer of mindere mate ervaring met het maken van programma's voor kinderen. Een van de respondenten is afgestudeerd en gespecialiseerd in het maken van programma's voor verstandelijk beperkten. Een andere respondent heeft een achtergrond in de psychologie, met een specialisatie in het therapeutisch-seksuologische onderzoeksgebied.

Alle respondenten refereerden in relatie tot hun persoonlijke achtergrond, opgroeien en opvoeding en het milieu waaruit zij voortkomen naar de waarden “vrij” en “open”. Volgens een respondent houdt deze vrijheid en openheid in dat de opvoeding in ieder geval niet religieus kan zijn en gepaard gaat met progressiviteit:

Maartje: Mijn ouders waren vrij progressief zegmaar, vrij vrij. Mijn vader werkte ook bij de VPRO, mijn moeder was wel heel gereformeerd opgevoed. Dus die kent dat helemaal niet, en zij heeft zich daar helemaal los van gemaakt, dus daardoor is zij misschien daarin ook wel een beetje doorgeslagen. (...) Mijn moeder ging bijvoorbeeld op een gegeven moment ook zeggen dat ik een vibrator moest gebruiken. Zo vrij was zij dus wel, om dat soort dingen te vertellen.

Daarnaast gaat deze vrijheid volgens de respondent dus gepaard met openheid over seks en het openlijk praten over onderwerpen omtrent seksualiteit, zoals het gebruik van een vibrator. Deze openheid is een belangrijke waarde die de respondenten die moeder zijn ook gebruiken wanneer zij praten over hun eigen seksuele opvoeding en de seksuele opvoeding en voorlichting die zij hun eigen kinderen geven:

Juliette: Ik vind het heel belangrijk dat mijn kinderen goede seksuele voorlichting krijgen. Sterker nog, daar ben ik al mee begonnen. Want mijn filosofie is ook heel erg dat je eigenlijk van jongs af aan met seksuele... Of nouja, daarover moet praten. Dan gaat het over vriendschappen, aanraken, dat gaat natuurlijk niet zo heel ver, maar ik praat daar met mijn dochter van zes zeker wel over, ja.

Openheid over seks, vrijheid in seksualiteit en het aanmoedigen van het van jongs af aan geven van seksuele voorlichting toont aan dat de respondenten de subjectpositie *progressief* innemen.

Een religieuze opvoeding is volgens de respondenten een impliciete tegenhanger van een vrije en open opvoeding en wordt gezien als een beperking van die vrijheid. Uit de interviews blijkt dus dat de respondenten de subjectpositie *atheïstisch* innemen. Met betrekking tot openheid over seks spreekt een van de respondenten haar afkeuring uit jegens religieuze denkbeelden in relatie tot lespakketten voor seksuele voorlichting:

Elsbeth: Naast de lespakketten van Rutgers heb je ook nog Wonderlijk Gemaakt van een andere organisatie, dat is een lespakket voor Christelijke scholen. Maar daar kunnen wij niet echt achter staan omdat daar ook heel veel... Nouja, wij zijn heel erg van de positieve insteek, en kinderen zoveel mogelijk kennis geven, passend bij de leeftijd. En dat Christelijke lespakket is meer negatief ingestoken, dat is natuurlijk niet positief over homoseksualiteit, en is heel erg het vingertje en heel erg waarschuwen en bang maken. Nou dat is jammer.

De respondenten zijn positief ten opzichte van seksualiteit en betogen dat een positieve insteek 'de juiste' is, zowel wanneer ze praten over seksuele voorlichting in het algemeen als wanneer het gaat over het seksueel opvoeden van hun eigen kinderen. Volgens de respondenten is een positieve benadering van seksualiteit de juiste insteek omdat dit volgens hen leidt tot plezier in het latere seksuele leven van de

kinderen die op een positieve manier seksuele voorlichting hebben gehad, en dit seksuele plezier wordt door de respondenten aangeduid als wenselijk en ‘de bedoeling van seks’. Een derde subjectpositie die de respondenten innemen is daarmee dus *seks-positief*.

Ten slotte brengen de vrouwelijke respondenten de waarden vrijheid en openheid ook in verband met vrouwelijk seksueel plezier en het belang van het vrouwelijk orgasme. Dit impliceert dat zij ook de subjectpositie *feministisch* innemen. Een van de respondenten vertelt bijvoorbeeld hoe zij in de seksuele voorlichting van haar puberdochter benadrukt dat het vrouwelijk orgasme net zo belangrijk is als het orgasme van de man, in tegenstelling tot wat vaak gedacht wordt. Daarmee neemt zij wel een positie in ten opzichte van het vrouwelijk orgasme, maar spreekt zij zich niet expliciet uit als feminist. Het toekennen van deze subjectpositie is dus interpretatief en wordt niet expliciet door de respondenten benoemd, maar in de interviews lag de nadruk zodanig vaak op het belang van het vrouwelijk plezier in seks dat deze feministische insteek niet over het hoofd kan worden gezien.

De subjectposities die de respondenten innemen en het meest beïnvloeden hoe zij naar seks kijken zijn dus atheïstisch, progressief, seks-positief en feministisch. Het is dus te verwachten dat deze subjectposities doorwerken tijdens het encoding-moment waarin zij een seksuele moraal construeren. De seksuele scripts die de makers van DE DOKTER CORRIE SHOW gebruiken vindt zijn oorsprong namelijk in hun atheïstische, progressieve, seks-positieve en feministische opvattingen. Door seksualiteit op een atheïstische, progressieve, seks-positieve, feministische, vrije en open manier te benaderen, wordt vervolgens een (voor de respondenten) wenselijke seksuele moraal tot stand gebracht. De subjectposities gelden hier dus als een

belangrijke basis van waaruit de programmamakers seksuele scripts gebruiken en een seksuele moraal in DE DOKTER CORRIE SHOW construeren.

### **Expertise**

Expertise kwam ook als waarde naar voren in de interviews. Dit gebeurde op twee manieren: ten eerste kenden de respondenten zichzelf bepaalde expertises toe, bijvoorbeeld door werkervaring of opleiding. Zowel de eindredacteur als de gewone redacteur hebben een brede achtergrond in het maken van televisieprogramma's voor (jonge) kinderen. Beide refereerden naar zichzelf als 'expert' op dit gebied. De webredacteur staat, vergeleken met de eindredacteur en gewone redacteur, nog aan het begin van zijn carrière in de televisiewereld, maar de ervaring die hij heeft ligt op het gebied van kindertelevisie. Daarnaast werd door een respondent specifiek benoemd dat de fase waarin zij zich in haar persoonlijke (gezins)leven bevindt, haar expert maakt op het gebied van kinderen en seks(uele voorlichting):

Maartje: Dit is eigenlijk voor mij het mooiste programma wat ik nu in deze periode heb kunnen doen, vind ik. Want mijn dochter was echt precies, deze Dokter Corrie tijd heeft zij verkering gekregen, haar eerste vriendje, en ook echt gewoon vast. En dat ik op een gegeven moment bij haar op bed zat, 's avonds zo voor ze ging slapen, en dat ze vroeg "mama wat denk je wat Dokter Corrie zou zeggen, wanneer je voor het eerst met iemand naar bed mag?". Dat vond ik wel echt heel mooi. (...) Dus ik denk dat het programma daar dingen aan gehad heeft, omdat ik net in die fase ook zat, maar dat ik daar ook wat aan gehad heb. Dat heeft beide kanten op gewerkt.

Ten tweede heeft de waarde expertise betrekking op de door alle respondenten toegekende expertise aan de (werknemers binnen) samenwerkende partij Rutgers. Een van de respondenten benoemt de expertise van Rutgers als verantwoording voor het partnerschap dat tussen de NTR en Rutgers bestaat bij het maken van DE DOKTER CORRIE SHOW:

Juliette: Je neemt ook een partner omdat je vindt dat iemand daar geschikt voor is, goed in is, omdat je vindt dat diegene daar beter in is dan jij met je redactie. Anders hoef je die niet te vragen. Dus als zij heel stellig zouden zeggen “dit of dat moet je echt niet doen”, dan moet je wel van hele goede huize komen wil je dat dan wel gaan doen.

De waarde die gehecht wordt aan het advies van Rutgers is bij de respondenten die werken bij de NTR gestoeld op de aanname dat zij zelf qua expertise op het gebied van seksualiteit ondergeschikt zijn aan Rutgers. Volgens alle respondenten wordt deze expertise gerechtvaardigd door het wetenschappelijk onderzoek waarop Rutgers zich baseert, de ervaring die de organisatie heeft opgedaan met het adviseren van scholen en ouders bij seksuele voorlichting en de kennis op het gebied van seksualiteit die Rutgers bezit. De respondenten kennen deze ervaring en wetenschappelijke kennis waarden toe als feitelijk, krachtig en objectief, en beschouwen Rutgers daarmee als een bekwaam adviserend hulpmiddel:

Luc: Inhoudelijke dingen die we bijvoorbeeld op de website hebben staan, dat laten we eigenlijk vrijwel altijd checken door Rutgers, omdat dat gewoon onze grootste bron van informatie is. Want ik als webredacteur, ja ik heb daar niet voor gestudeerd. Dat zijn wel allemaal dingen die we altijd laten checken van, klopt het wat we zeggen? Zij hebben daar zeker een adviserende rol in. Ik schrijf de teksten en dat doe ik aan de hand van materiaal dat wij van Rutgers hebben. Dat is mijn bron van informatie waar ik uit put. Maar dat gaat dan vervolgens altijd nog wel even langs Rutgers, en dan kunnen zij nog even aanstippen van nou, dit is niet helemaal waar, of dit is niet helemaal ok.

De respondenten gebruiken expertise als waarde om daarmee de keuzes die ze maken in het productieproces te rechtvaardigen. Met het partnerschap met Rutgers en de kennis die de samenwerking met zich meebrengt stellen de makers dichter bij de

objectiviteit die zij nastreven te komen. De respondenten stellen namelijk dat zij de kinderen die naar DE DOKTER CORRIE SHOW kijken vooral ‘objectieve’ kennis en informatie willen meegeven om zo later seksueel plezier te kunnen bevorderen. Dat ervaring, wetenschappelijk onderzoek en dus de kennis van Rutgers niet per definitie objectief is wordt door de respondenten niet benoemd. De expertise van Rutgers wordt zonder twijfel aangehaald wanneer de respondenten gemaakte keuzes in het productieproces rechtvaardigen, met name wanneer het gaat over de onderwerpkeuze voor de afleveringen van DE DOKTER CORRIE SHOW:

Luc: Dan ga je het programma brainstormen, dan gaat Juliette weer terug naar Rutgers, die geven dan weer advies, en zo kom je steeds, bepaal je waar je je research over gaat doen. En dan wordt dat eigenlijk dus een soort van fuik waarin je steeds nauwer... Het is dan ook gewoon logisch dat dat de afleveringen worden.

Juliette: Zij maken bij Rutgers ook lesmateriaal en zij hebben daar wel de expertise in, van wat moet je nou bespreken en wat niet.

Doordat de makers hun onderwerpkeuze voor een groot deel berusten op de expertise van Rutgers, is de boodschap die de makers van DE DOKTER CORRIE SHOW meegeven volledig in lijn met de boodschap die Rutgers als organisatie wil uitdragen. Deze boodschap is gebaseerd op kennis die vanuit het perspectief van Rutgers wordt gepresenteerd. Hoewel de respondenten wel stellen dat het partnerschap met Rutgers vrijblijvend en adviserend is, komt expertise als waarde steeds weer terug en wordt die expertise op een voetstuk geplaatst wanneer het aankomt op besluitvorming over de inhoud van het programma. Daarmee is het advies van Rutgers dus slechts in naam vrijblijvend, omdat er zoveel waarde aan wordt gehecht dat het eigenlijk altijd wordt opgevolgd.

### **Normativiteit**

Aan de ene kant streven de makers van DE DOKTER CORRIE SHOW ernaar een zo ‘objectief mogelijke’ en op feiten gebaseerde boodschap over seks te encoderen. Aan de andere kant zijn zij zich wel bewust van de subjectiviteit van hun eigen visie, koppelen zij deze visie aan ‘de Nederlandse cultuur en maatschappij’ en zouden zij, in een ideale wereld, willen dat deze visie voor iedereen de norm was. Dat zoiets als de Nederlandse cultuur en maatschappij niet een dergelijk eenduidig fenomeen is als de respondenten beweren, is echter al gebleken uit de ophef die tijdens het verschijnen van Dokter Corrie in het SCHOOLTV-WEEKJOURNAAL ontstond: de mensen die zich tegen Dokter Corrie uitspraken zijn immers ook onderdeel van diezelfde Nederlandse cultuur en maatschappij. De makers erkennen wel dat objectiviteit niet bestaat en houden, in een poging tot objectiviteit, vast aan de overheersende subjectieve norm in de Nederlandse maatschappij en de resultaten van wetenschappelijk onderzoek door Rutgers. Hierdoor gaan zij dus voorbij aan normen en visies die binnen die maatschappij minder prominent zijn:

Luc: Het is volgens mij in Nederland dan wel een beetje de algemene norm, bijvoorbeeld in de aflevering over homoseksualiteit. Dan zegt Dokter Corrie “homoseksualiteit is normaal, en als je dat zelf niet vindt dan ben je zelf niet normaal”. Dat is wel een zin waar we lang over nagedacht hebben. Maar volgens mij hebben we wel die algemene opinie ook in Nederland, dus dan denk ik niet dat dat per se een mening van Dokter Corrie is, of van ons, gewoon meer... Ik denk niet dat dat dan iets is wat je opgedrongen wordt als kijker. Dat is meer hoe het al is in de Nederlandse cultuur.

De respondenten gebruiken normativiteit als waarde wanneer de respondenten zich uitspreken over wat ‘normaal’ is omtrent seksualiteit oftewel; wanneer zij seksuele scripts gebruiken. Een duidelijk voorbeeld is dat de makers een standpunt ten



opzichte van homoseksualiteit innemen, maar ook ten opzichte van de tegenstanders van dat standpunt door Dokter Corrie te laten zeggen dat “als je homoseksualiteit niet normaal vindt, je zelf niet normaal bent”. Een ander voorbeeld van een onderwerp waarbij de makers een norm stellen is zelfbevrediging:

Maartje: Bijvoorbeeld bij de aflevering over masturberen. Ja ik wil daar echt wel over zeggen dat dat wel goed is. Dat het ok is om dat te doen. Stiekem eigenlijk wel ja, dat ik best graag wil dat daar open over gedaan wordt. Dat je daarmee jezelf echt leert kennen. En dat ik het echt vervelend vind als mensen zeggen dat dat niet mag, of dat het niet kan.

De waarde normativiteit wordt door de respondenten besproken omdat zij aan de ene kant dus zeggen objectief te willen zijn, maar aan de andere kant ook een bepaalde boodschap over seks mee willen geven. Het laat dus een soort ‘innerlijke strijd’ zien waar de respondenten tijdens het productieproces mee hebben geworsteld:

Juliette: We proberen heel zorgvuldig te kiezen dat we niet een norm neerleggen. Dat proberen we echt te doen. Eigenlijk probeer ik zo min mogelijk normatief te zijn en ik geloof dat dat niet bestaat, dat dat nooit lukt, dat je niet objectief kan zijn. Maar wij proberen dat zeker. En bijvoorbeeld als je kijkt naar die hele oude aflevering waar dan veel commotie over was, over homoseksualiteit. Ja natuurlijk stellen wij daar een norm, namelijk dat dat gewoon normaal is. Maar ja dat vind ik eigenlijk ook zo’n norm die in ons wetboek en overal staat. Het gaat vooral over wat in de Nederlandse samenleving de norm is.

Ondanks hun streven naar objectiviteit nemen de makers op de koop toe dat er sowieso een subjectieve norm wordt gepresenteerd in het programma, zo lang deze maar kan worden verantwoord doordat de makers het bijvoorbeeld als de algemene Nederlandse norm zien of doordat de norm is gebaseerd op de expertise van Rutgers. De normativiteit wordt dus gebruikt als waarde om te rechtvaardigen dat er een

bepaalde boodschap over seks wordt gepresenteerd: dit is immers onvermijdelijk. Hiermee construeren de makers een seksuele moraal: de dingen die zij ‘normaal’ en ‘goed’ vinden omtrent seks presenteren zij uiteindelijk in afleveringen van DE DOKTER CORRIE SHOW, omdat zij geloven dat die norm de juiste is en omdat zij die als boodschap willen meegeven aan de kijkers van het programma.

### **Geschiktheid en positiviteit**

Tijdens de interviews verwezen de respondenten ook naar hoe de boodschap over seks in DE DOKTER CORRIE SHOW moet passen bij de (leeftijd van de) doelgroep. Daarbij moest, volgens de respondenten, tijdens het productieproces en bij de besluitvorming in het productieproces, continu worden gecontroleerd of de onderwerpen en toon ‘geschikt’ zijn. Verschillende respondenten spraken daarnaast over ‘de beste manier’ waarop kinderen seksuele voorlichting kunnen krijgen en gaan er daarmee vanuit dat er één manier bestaat om seksueel voor te lichten die beter is dan alle andere manieren:

Elsbeth: Voor ouders maken wij dan een folder om te vertellen hoe ze moeten praten over dit soort dingen. Dan kijken we eerst: wat is de seksuele ontwikkeling, wat moeten kinderen dan weten en op welke manier kunnen ouders dat dan het beste vertellen?

Het willen overbrengen van een geschikte en positieve boodschap heeft alles te maken met de betekenissen en boodschappen die de makers van het programma encoderen. Ze willen graag dat de boodschap die zij met DE DOKTER CORRIE SHOW neerzetten geschikt en positief is, maar hoe zij die begrippen precies definiëren blijft onduidelijk. Termen die naar voren komen zijn ‘maatschappelijk verantwoord’, een ‘realistisch beeld van seks’ en ‘goede voorlichting’, maar ook dit zijn allen sterk subjectieve concepten die de respondenten invullen aan de hand van hun seksuele scripts. Geschiktheid en positiviteit zijn dus waarden die de respondenten op basis van

hun eigen normatieve richtlijnen gebruiken om zo tot een bepaalde boodschap over seks te komen.

Besluitvorming over de geschiktheid van een onderwerp geschiedt tijdens het productieproces op twee manieren: aan de ene kant wordt vertrouwd op de expertise van Rutgers, de waarheid van de resultaten van de onderzoeken waarop de expertise berust en de ervaring van de consultant die betrokken is bij DE DOKTER CORRIE SHOW:

Juliette: Dus heb ik contact gezocht met Rutgers, en die hebben uiteindelijk de adviserende rol op zich genomen om ons te adviseren welke onderwerpen nou wel geschikt zijn voor de doelgroep en welke niet. En zij baseren dat echt op wetenschappelijk onderzoek wat zij doen.

Aan de andere kant berusten de keuzes van de respondenten over geschikte onderwerpen op eigen gevoel:

Luc: Er zijn altijd wel ongeschreven regels waar je je aan houdt, maar dat is meer op gevoel en soms dan denk ik, hmm ik weet het hier niet zo goed bij, dit ga ik even overleggen met de redactie of met Juliette. Dus een soort interne alarmbel die soms gaat rinkelen dat je denkt, kan ik dit schrijven of kan ik dit niet schrijven? En soms word je ook een soort van teruggefloten van ja, dat moet je even anders verwoorden of dat moet je anders doen.

De keuzes over geschiktheid die gebaseerd zijn op de expertise van Rutgers blijken tijdens het interview met de respondent die daar werkzaam is bovendien ook terug te leiden naar de (subjectieve) ervaring, kennis en daarmee ook het persoonlijke gevoel van deze respondent:

Elsbeth: Dan krijg ik het script en dan ga ik toetsen, vind ik het passend bij de leeftijd, vind ik het bij de ontwikkeling passen, klopt de inhoud?

Laura: En waar baseer je die toetsing op?

Elsbeth: Op de kennis en ervaring die ik heb.

Zowel de keuzes die berusten op de expertise van Rutgers als de keuzes die berusten op het gevoel van de makers zijn dus subjectief, terwijl de makers denken objectief te weten wat ‘geschikt’ is. Hierdoor presenteren de makers van DE DOKTER CORRIE SHOW een subjectieve norm, gebaseerd op onderzoeken die hun persoonlijke norm bevestigen en wat gevoelsmatig nog eens wordt versterkt. Toch geven de respondenten ook aan dat er tijdens het productieproces wel eens discussies plaatsvinden over de geschiktheid van bepaalde onderwerpen. Deze discussies komen altijd voort uit twijfel over of de toon waarop Dokter Corrie de onderwerpen behandelt de juiste en meest geschikte is:

Juliette: Discussies op de redactie gaan eigenlijk altijd over de toon, en dat wil zeggen dat je nog eens drie keer overweegt of je het wel of niet doet. En dat drie keer overwegen betekent soms het accentverschil waar iedereen dan weer blij van wordt.

Het oplossen van meningsverschillen met betrekking tot de toon van het programma wordt ook door een andere respondent benoemd:

Elsbeth: Als het op onderwerpniveau is dan vinden we elkaar meestal wel, soms is het bij hele kleine dingen dat, nou ja dat ik soms vind dat het te ver gaat, of te flauw is, dat het echt niet past. Nou en als ik daar goede argumenten voor heb dan halen ze het er meestal wel uit.

Volgens de respondenten is een positieve boodschap over seks een belangrijk component van een geschikte boodschap. Samen zijn deze geschiktheid en positiviteit dus waarden waarmee de respondenten hun seksuele moraal rechtvaardigen. Eerder werd al duidelijk dat de respondenten de subjectpositie *seks-positief* innemen.

Volgens hen gaat kennis over seks gepaard met een positief denkbeeld ten opzichte van seksualiteit. Een andere respondent spreekt over hoe seksueel plezier vooral wenselijk is:

Juliette: En dat is nou juist iets wat je kinderen zou moeten vertellen. Dat het leuk moet zijn, dat het prettig is, weet je. En een beetje plezier maken, een beetje lol maken, ook in die aflevering. Dat vind ik heel belangrijk.

Vanuit die positieve kijk op seks benadrukken de vrouwelijke respondenten bovendien ook het belang van vrouwelijk plezier in seks en benadrukken zij hoe het aangeven en bewaken van persoonlijke grenzen hieraan kan bijdragen. Een van hen benoemt zelfs een persoonlijke, negatieve seksuele ervaring als drijfveer om voor voorlichting te pleiten als voorkomend middel, om zo negatieve ervaringen zoals die van haar te voorkomen en om (vrouwelijk) seksueel plezier te bevorderen. Negatieve seksuele ervaringen die in deze context door de respondenten worden benoemd zijn bijvoorbeeld het doen van dingen tegen je wil in, het plegen van abortus of het ontbreken van plezier in seks.

### **Verskillende perspectieven op seks**

De respondenten erkennen dat er verschillende perspectieven op seks bestaan en dat deze kunnen verschillen naarmate achtergronden en opvattingen van mensen onderling verschillen. Een voorbeeld hiervan zijn de eerder geciteerde uitspraken van respondent Elsbeth over de manier waarop het Christelijke lespakket een ander perspectief op seksualiteit biedt dan het lespakket van Rutgers. Een andere respondent spreekt zich uit over hoe zij pleit voor openheid over seks, en hoe niet iedereen het daar per se mee eens is:

Juliette: En natuurlijk wil ik heel erg zeggen, laten we het er met elkaar over hebben, laten we er met elkaar over praten en wees er open over. En dat zie je ook in onderzoek, dat kinderen die er over gepraat hebben met hun ouders en die seksuele voorlichting hebben gehad, die zijn vaak gelukkiger in hun seksuele relatie later. En die starten later met seks. Ja dat is een soort drive, dat je denkt dat wil ik graag, ik wil graag dat er over gepraat wordt met elkaar. En dan mag jij iets anders willen dan ik,

vind ik prima, vind ik natuurlijk irritant maar dat zeg ik als persoon en niet als programmamaker.

Wat meespeelt in de bewustwording van andere perspectieven is de sociale en onderlinge controle waarmee de makers van DE DOKTER CORRIE SHOW te maken hebben (gehad). Doordat de eerste afleveringen van de rubriek van Dokter Corrie in het SCHOOLTV-WEEKJOURNAAL op veel weerstand stuitten, merkten de makers dat het perspectief dat Dokter Corrie op seksualiteit biedt niet door iedereen wordt geaccepteerd. Daarnaast worden deze verschillen in perspectieven tussen de makers onderling duidelijk wanneer bijvoorbeeld het script van een aflevering ter controle eerst naar Rutgers wordt gestuurd:

Elsbeth: Bij de aflevering over porno bijvoorbeeld, werd de porno-actrice geïnterviewd, nou en hoe dat in het script stond, vond ik dat te veel ehm, dat ze deden alsof het heel normaal was dat ze dat deed. Ze ging gewoon gezellig naar d'r werk, gezellig met d'r mede-acteur kletsen. Ja daarvan heb ik dan gezegd, ik wil graag dat je ook meegeeft dat niet alle vrouwen het leuk vinden, en dat het wel een heel apart beroep is. Het moet niet soort van verheerlijkt worden dat je, leuk porno-actrice bent.

De makers erkennen dus dat er verschillen bestaan in de visies op seks die mensen kunnen hebben. Een van de respondenten stelt dat ze het belangrijk vindt dat DE DOKTER CORRIE SHOW breder gedragen is dan alleen haar eigen seksuele moraal, en dat daarom Rutgers is ingeschakeld als adviserend hulpmiddel. Bovendien betrekken de respondenten verschillende andere mensen of collega's bij het maken van hun keuzes, om zo nuance proberen aan te brengen in de boodschap die zij presenteren:

Elsbeth: Na de eerste montage bekijken we de afleveringen, en dat doe ik meestal ook met iemand van communicatie, Marjolein, zij kijkt weer met een heel andere blik daarnaar dan ik. Ik kijk heel erg naar de inhoud, en ook grapjes vindt zij veel minder

erg, dan dat ik soms denk. Zij vindt het minder heftig, dus dan kunnen we elkaar daarin goed aanvullen.

De eigen opvattingen blijven echter overheersend en contrasterende visies op hoe seks besproken dient te worden wijken in het productieproces voor het persoonlijk belang van de makers, zodat de openheid en vrijheid omtrent seksualiteit als perspectief wordt uitgedragen. Dat blijkt ook wanneer een respondent spreekt over discussies die op de set ontstaan tussen de redactie en de regisseur, die pas in de opnamefase bij het programma betrokken wordt:

Maartje: De regisseur wil het vaak wat grappiger, terwijl wij het eigenlijk wel serieuzer willen en ook echt de inhoud willen vertellen en de belangrijke dingen. Ja en vooral de regisseur en soms Dokter Corrie ook, die zeggen van ja dat kan je niet maken, weetjewel zoiets. Misschien zijn zij dan ook wel preutser dan dat wij zijn, wij zitten natuurlijk ook al vijf maanden te praten over seks met elkaar.

### **Machtsstructuren en besluitvorming**

De laatste waarde die door de respondenten werd benoemd is macht: de manier waarop machtsstructuren invloed uitoefenen op de besluitvorming in het productieproces van DE DOKTER CORRIE SHOW. Bij vragen over de functie en verantwoordelijkheden van de respondenten verwezen zij vaak naar hiërarchieën binnen het team en binnen het bedrijf:

Maartje: Juliette moet zich verantwoorden aan de hoofdredacteur van NTR Jeugd, en ik sta dan weer onder Juliette. Dat is gewoon zo. Zo stel ik me ook op, ik ben uiteindelijk niet eindverantwoordelijk. Ik voel me natuurlijk wel verantwoordelijk voor het programma, maar niet eindverantwoordelijk.

De respondenten spreken over deze machtsstructuren wanneer zij vertellen hoe het productieproces in zijn werk gaat, welke personen erbij betrokken zijn, hoe de taakverdeling eruit ziet en welke beleidsrichtlijnen zij moeten volgen. Ook wanneer

de respondenten praten over verantwoordelijkheid en het verantwoorden van bepaalde besluiten komt macht als waarde ter sprake. De eindredacteur heeft de overheersende stem in het proces van besluitvorming, hoewel zij dit nog wel moet verantwoorden bij een aantal leidinggevenden. Daarnaast bestaat er een juridische checklist van Kijkwijzer waaraan het programma moet voldoen. Deze lijst heeft betrekking op of er in de mediaproductie seksueel georiënteerd taalgebruik en seksuele handelingen voorkomen (Kijkwijzer-vragenlijst “Seks”, verkregen via Juliette van Pardon op 7 maart 2016) en wat dat voor gevolgen moet hebben op de adviesleeftijd en kijkwaarschuwingen voor het programma.

De hiërarchische bedrijfsstructuur binnen een bedrijf als de NTR en binnen een team als dat van DE DOKTER CORRIE SHOW brengt logischerwijs ook een beslissingsstructuur met zich mee. De eindredacteur heeft binnen het redactieteam de belangrijkste stem, dus zijn de subjectposities die zij inneemt, het perspectief dat zij heeft op seks en de voorkeursbetekenis die zij wil meegeven van groot belang. Zelf stelt zij Rutgers als partner en daarmee de consultant die meewerkt aan DE DOKTER CORRIE SHOW hiërarchisch gezien, impliciet op gelijke hoogte vanwege de expertise die dat partnerschap in haar ogen met zich meebrengt. De inbreng van de overige medewerkers is ook belangrijk, maar bevestigt vaak eerder de visie van de eindverantwoordelijken dan dat zij die in twijfel trekken of daar nuance in aan willen brengen, of zoals een respondent het omschrijft:

Luc: Ik sta eigenlijk helemaal in lijn met die gedachte van Dokter Corrie, en je merkt wel dat als iemand op de redactie daar wat terughoudender in is, of wat introverter in is... Het zou ook wel een beetje gek zijn als je op de redactie van DE DOKTER CORRIE SHOW werkt en je bent daar heel terughoudend in. Althans, je wilt toch, je geeft een bepaalde boodschap mee aan die kinderen en dan wil je dat ook wel... Het zou gek



zijn als je daar niet zelf ook achter staat. Nee, je werkt niet voor niets voor een bepaald programma of een bepaalde omroep denk ik.

De machtsstructuren zijn dus van invloed op de besluitvorming binnen het productieproces, maar eigenlijk zitten de verschillende personen met verschillende machtsposities zo met elkaar op één lijn wanneer het aankomt op hun visie op seks dat hun waarden vooral onderling worden onderschreven en de seksuele moraal daardoor eenduidig blijft en wordt. De boodschap die de makers van DE DOKTER CORRIE SHOW willen overbrengen op hun publiek wordt door alle makers individueel ondersteund, ook al staan zij op verschillende hiërarchische plekken in dat proces. Zij nemen namelijk al vanaf het begin van het productieproces grotendeels dezelfde subjectposities in als hun collega's, hanteren dezelfde waarden, beschouwen dezelfde norm als de juiste en zijn daarom bovendien überhaupt bij het maken van DE DOKTER CORRIE SHOW betrokken geraakt. Het is dus niet per definitie zo dat het afwijken van dat perspectief op seksualiteit binnen het team van DE DOKTER CORRIE SHOW niet is toegestaan; dit is simpelweg tijdens de sollicitatieprocedure en de samenstelling van het team al uit het productieproces gefilterd door gelijkgestemde televisiemakers bij elkaar te zetten.

### **Deelconclusie**

Centraal in de analyse van de interviews staat welke boodschappen en betekenissen de makers van DE DOKTER CORRIE SHOW willen encoderen wanneer het gaat over seks en seksualiteit, en hoe deze constructie tot stand komt. Volgens de verkregen data handelen de respondenten op basis van een aantal waarden. Met deze waarden rechtvaardigen de respondenten de manier waarop zij tijdens het maken van DE DOKTER CORRIE SHOW encoderen. Hoe deze waarden worden gedefinieerd hangt af van de seksuele scripts die de respondenten gebruiken. Door seksuele scripts te

gebruiken geven de respondenten dus invulling aan hun waarden. Een voorbeeld is dat de respondenten een script gebruiken dat stelt dat kinderen kennis over seks moeten hebben. Dit script loopt parallel met de progressieve en seks-positieve subjectposities die de respondenten innemen om tot een bepaalde seksuele moraal te komen in DE DOKTER CORRIE SHOW. De progressieve, atheïstische, seks-positieve en feministische subjectposities die de respondenten innemen dragen dus bij aan het construeren van een seksuele moraal.

Doordat de waarden die de makers aanhouden en de scripts die zij daarbij gebruiken tussen de makers onderling grotendeels overeenkomen, zijn de boodschappen die in DE DOKTER CORRIE SHOW worden geëncodeerd eenzijdig. De makers beperken zich in het encoderen van de boodschap over seks tot hun collectieve eigen scripts. In de interviews erkennen de respondenten wel dat er andere scripts en daarmee invullingen van waarden bestaan, maar dit leggen zij vervolgens naast zich neer of keuren dit af. Hierdoor zijn die afwijkende scripts op het moment van encoderen dus reeds weggevallen.

Op verschillende manieren proberen de respondenten wel te rechtvaardigen of te nuanceren dat zij een eenzijdig perspectief op seks bieden, door dit perspectief te baseren op de expertise van Rutgers en de overheersende Nederlandse opinie. Uiteindelijk wordt in het productieproces en de encoding van DE DOKTER CORRIE SHOW echter het persoonlijke belang van de makers nagestreefd, waarin de respondenten hun visie als de juiste zien en graag zouden willen dat die visie de norm voor iedereen, of op zijn minst voor de kijkers van het programma wordt. Dit persoonlijke belang wordt nagestreefd en gerechtvaardigd door de waarden die de respondenten hanteren.

## 5. Analyse van de draaiboeken

Het tweede deel van dit onderzoek bestaat uit een analyse van de draaiboeken van twee afleveringen van DE DOKTER CORRIE SHOW. Tijdens deze analyse ben ik in de draaiboeken op zoek gegaan naar indicaties van de waarden die, zoals uit de interviews is gebleken, door de respondenten worden gehanteerd in het encoderen van de boodschap.

Ten eerste is in de draaiboeken te zien hoe de waarden *vrijheid en openheid* terugkomen in het encoding-proces. Tijdens het coderen van de interviews kwam bij het selectief coderen de code ‘geen beperkingen’ naar voren (zie bijlage 2). Deze code is ook terug te vinden in het draaiboek van de aflevering over zonen bij een passage die betrekking heeft op het fenomeen ‘Meneer Tax’. Meneer Tax is een soort ‘stem van boven’ die Dokter Corrie af en toe terugfluit wanneer beelden volgens hem niet geschikt zijn voor kindertelevisie. Uit de interviews bleek dat Meneer Tax een soort knipoog is naar alle criticasters van Dokter Corrie en met name naar initiatiefneemster van de tegenpetitie, Caroline Tax. In de draaiboeken is te zien hoe de makers zich uiten tegen deze beperkende factor doordat Dokter Corrie geïnstrueerd wordt om sarcastisch en geïrriteerd op Meneer Tax te reageren:

Fluitje te horen dat inbreekt.

Meneer Tax:

Dit is kindertelevisie. (de beelden worden gefreezed)

Deze beelden zijn NIET GEPAST.

Dokter Corrie kijkt opzij naar Klaas geïrriteerd en omhoog met een wtf blik.

Dan in de camera:

Ja sinds ik mijn eigen show heb, heb ik meneer Tax er gratis bij gekregen. Hij vertelt mij heel graag wat wel en vooral wat NIET door de beugel kan voor kinderen.

Bedankt hoor meneer Tax! (naar boven kijkend)

Meneer Tax:

Geen dank. Ik heb de beelden AANGEPAST. U kunt verder kijken.

Dokter Corrie:

Ja. (sarcastisch)

(Scenario 1 – Zonen – p. 3)

De aanwezigheid van Meneer Tax in het programma heeft dus een zekere ambiguïteit: aan de ene kant is hij er om beperkingen op te leggen en de boodschap ‘geschikt’ te houden voor de doelgroep. Aan de andere kant is hij er om juist te laten zien hoe de makers en Dokter Corrie zelf tegen beperkingen en voor openheid over seks zijn, door Dokter Corrie sarcastisch en geïrriteerd op de beperkingen te laten reageren.

Ten tweede is ook de waarde *expertise* in de draaiboeken aanwezig door middel van verschillende codes. Uit de interviews kwam bijvoorbeeld de selectieve code ‘seksuologisch’ naar voren die onder deze waarde valt (zie bijlage 2). Meteen aan het begin van het draaiboek van de aflevering over zoenen is deze code terug te vinden, wanneer de makers een passage hebben toegevoegd over de leader van het programma:

Bij de leader is het van belang om Dokter Corrie neer te zetten als seksuoloog/werkt in een groter centrum. Tevens wordt weer gespeeld met het gegeven dat zij nu haar eigen show heeft. Soms lijkt ze een ware ster, maar dan prikken we dat weer door en zien we dat het ‘gewoon’ Dokter Corrie is. (Scenario 1 – Zoenen – p. 1)

Naast de passage over de leader is ook in het draaiboek te lezen hoe Dokter Corrie wordt geïnstrueerd om haar “serieuze dokter rol” (Scenario 1 – Zoenen – p. 3) aan te nemen en hoe er onder een filmpje over zoenen een “dik educatief aangezette stem” (Scenario 1 – Zoenen – p. 2) moet worden gezet. Zo wordt de expertise van Dokter Corrie onderstreept en proberen de makers haar seksuologisch, bekwaam en educatief over te laten komen. Deze waarden zijn ook terug te vinden in het codeerschema van de interviews (zie bijlage 2) en vormen samen dus de waarde expertise.

Ten derde komt ook de waarde *normativiteit* naar voren in de draaiboeken. In een passage in het draaiboek van de aflevering over bloot wordt bijvoorbeeld

aangestipt hoe de norm ten opzichte van bloot in Nederland anders is dan in andere landen:

Beeldmateriaal topless stranden Nederland en met bovenstukjes Amerika en verschillende kleding en culturen – lange broeken en lange mouwen in Iran en dergelijke landen en ergens waar je veel bloter over straat kan. (Scenario 4 – Bloot – p. 11)

In een passage als bovenstaande laten de makers dus zien wat de norm in Nederland is, net zoals zij dat in de interviews aanduiden: openheid over seks is de norm in Nederland doordat bijvoorbeeld topless zonnen bij ons als normaal wordt gezien. Dit is een overheersende norm in Nederland en de norm van de makers, maar niet per definitie ‘dé Nederlandse norm’: tegenstanders van DE DOKTER CORRIE SHOW vinden het misschien immers wel helemaal niet normaal om topless te gaan zonnen of keuren dit mogelijk zelfs af.

In de draaiboeken is te zien hoe de subjectposities en de waarden van de makers doorwerken op de boodschap die zij met DE DOKTER CORRIE SHOW willen overbrengen. Door kritiek te uiten op de beperkingen van Meneer Tax wordt de progressiviteit van de makers nog eens duidelijk. Ze willen dat er open en vrij over seksualiteit wordt gepraat, en gebruiken het personage van Dokter Corrie hiervoor als pionier. Daarnaast benadrukken zij hun eigen expertise en die van Rutgers door Dokter Corrie als ‘woordvoerder’ van die expertise te laten optreden. Dit alles is onderdeel van de opzet van het programma, en de sturende passages uit de draaiboeken laten zien hoe de makers een seksuele moraal construeren.

## 6. Conclusie

Met dit onderzoek zocht ik antwoord op de onderzoeksvraag ‘*Hoe construeren de makers van DE DOKTER CORRIE SHOW een seksuele moraal?*’. Daarbij formuleerde ik vier deelvragen. In dit laatste hoofdstuk bespreek ik eerst de antwoorden op de deelvragen om vervolgens de hoofdvraag te beantwoorden. In de discussie reflecteer ik op beperkingen van het onderzoek en doe ik aanbevelingen voor vervolgonderzoek.

Ten eerste wilde ik weten wie de makers van het programma precies zijn door na te gaan welke subjectposities zij innemen. De makers van DE DOKTER CORRIE SHOW zijn te typeren als progressieve, atheïstische, seks-positieve en feministische mensen. Ze komen uit een vrij en open milieu en pleiten expliciet voor openheid over seks.

Ten tweede vroeg ik welke seksuele scripts de makers van DE DOKTER CORRIE SHOW gebruiken. Deze scripts komen voort uit de subjectposities van de respondenten en geven invulling aan hun waarden: expertise, normativiteit, geschiktheid, positiviteit, de erkenning van andere scripts en macht. De scripts zijn normatieve richtlijnen waarmee de respondenten bijvoorbeeld aangeven wat zij geschikt vinden in context van seksualiteit op kindertelevisie, of wat expertise voor hen betekent. De seksuele scripts komen bij de respondenten grotendeels overeen waardoor er op een eenzijdige manier betekenis wordt gegeven aan de waarden. Daarnaast kiezen de makers bepaalde onderwerpen zoals homoseksualiteit en masturbatie om hun seksuele scripts mee te presenteren, omdat hun scripts bij deze onderwerpen volgens hen zijn te verantwoorden. De makers zijn dus selectief in het presenteren van hun scripts, wat bijdraagt aan een eenduidige seksuele moraal die alleen wordt onderstreept bij het bespreken van onderwerpen die vanuit hun perspectief vooral belangrijk zijn.

Ten derde gebruikte ik de interviews om te achterhalen welke beleidsrichtlijnen de makers van DE DOKTER CORRIE SHOW moeten volgen in het gebruiken van bepaalde seksuele scripts. Er is geen strikt beleid vanuit de omroep NTR waaraan de makers zich moeten houden, maar er is wel een juridische checklist van Kijkwijzer waaraan de beelden van DE DOKTER CORRIE SHOW moeten voldoen. Deze heeft echter geen betrekking op de seksuele scripts en de seksuele moraal die de makers wel of niet mogen presenteren. De beslissingsstructuur die de machtsstructuur van het team achter het programma met zich meebrengt zorgt er verder voor dat de eindredacteur samen met de consultant van Rutgers bepaalt welke seksuele scripts worden gebruikt tijdens het maken van het programma. Ten opzichte van de andere medewerkers wordt vooral vertrouwd op een gemeenschappelijke visie op seks die binnen het team bestaat. Deze gemeenschappelijke visie vormt bovendien de basis van het feit dat de respondenten werken bij een omroep als de NTR of een organisatie als Rutgers en vanwege deze visie zijn de respondenten bovendien bij DE DOKTER CORRIE SHOW betrokken geraakt. Hierdoor is een beleid met betrekking tot het gebruik van seksuele scripts simpelweg overbodig: er wordt vanuit gegaan dat alle leden van het team al dezelfde scripts gebruiken, en dit is dan ook grotendeels het geval.

Ten vierde analyseerde ik twee draaiboeken van DE DOKTER CORRIE SHOW om te kijken of en hoe de seksuele scripts van de makers in de praktijk naar voren komen. De draaiboeken zijn vooral interessant vanwege de instructies die de makers geven aan de actrice omdat daar hun seksuele scripts uit blijken: wat vinden zij gepast en normaal voor de actrice om te doen? Ook in de draaiboeken komen de waarden vrijheid, openheid, expertise en normativiteit naar voren. Er worden scripts gebruikt die beperkingen ten opzichte van vrijheid en openheid afkeuren en die duidelijk

voorschrijven wat de makers wel en niet gepast vinden op het gebied van kinderen en seksualiteit.

Met het beantwoorden van de deelvragen kan ook de hoofdvraag van dit onderzoek worden beantwoord: hoe construeren de makers van DE DOKTER CORRIE SHOW nu een seksuele moraal? Hoewel uit de interviews is gebleken dat de makers beweren geen norm te willen presenteren, is dat onvermijdelijk. Het construeren van een ‘objectieve boodschap’ over een moreel onderwerp als seks is immers onmogelijk. Met alleen het maken van het programma presenteren de makers bovendien al een moraal die openheid over seks suggereert.

De manier waarop de seksuele moraal in DE DOKTER CORRIE SHOW wordt geconstrueerd, gebeurt in onderhandeling met alle betrokken partijen: Rutgers, de NTR, Kijkwijzer en alle individuele personen uit het team. Al deze personen handelen tijdens het encoding-moment op basis van de subjectposities *progressief*, *atheïstisch*, *seks-positief* en *feministisch*. Vanuit een aantal overkoepelende waarden presenteren de makers hun seksuele scripts die parallel lopen met de subjectposities. Deze waarden zijn: vrijheid, openheid, expertise, normativiteit, geschiktheid, positiviteit, macht en de erkenning van diversiteit in scripts. Met deze waarden rechtvaardigen zij hun keuzes in het productieproces, de seksuele moraal die zij zelf hebben en de boodschap die zij in DE DOKTER CORRIE SHOW presenteren. Hierbij speelt Rutgers als organisatie en de Rutgers-consultant als individu een sturende rol. De seksuele moraal die de makers van DE DOKTER CORRIE SHOW construeren is dan ook grotendeels gebaseerd op de boodschap die Rutgers wil uitdragen en op kinderen wil overbrengen.

Tijdens het productieproces worden de makers alleen op juridisch gebied beperkt doordat Kijkwijzer voorschrijft welke beelden wel en niet toegestaan zijn op televisie voor kinderen, maar zijn zij vrij in hun betekenisgeving van concepten



omtrent seksualiteit. In de draaiboeken geven de makers tenslotte instructies aan de actrice om zo de seksuele moraal, gebaseerd op hun subjectposities, waarden, seksuele scripts, de visie van Rutgers en zonder de checklist van Kijkwijzer te overtreden, te construeren. De makers hopen met het maken van DE DOKTER CORRIE SHOW hun steentje bij te dragen aan het verbreden van de kennis over seks van de jonge kijkers, hun (latere) seksuele plezier en het bewerkstelligen van een algemene seksuele norm waarin alles kan en alles mag, zo lang er maar over gepraat wordt.

### **Implicaties**

Reflecterend op de uitkomsten van dit onderzoek in relatie tot de gebruikte theorie zijn er een aantal implicaties te benoemen. In het theoretische hoofdstuk noemde ik de rol van scripttheorie in mediaproductie al tweeledig: programmamakers refereren niet alleen naar hun eigen seksuele scripts maar presenteren deze ook in hun mediaproducten. De uitkomsten van dit onderzoek benadrukken nogmaals deze ambiguïteit. Bovendien is gebleken dat het gebruik van specifieke scripts sterk samenhangt met subjectposities en identiteit; niet alleen van individuen maar ook van organisaties. De identiteit van de NTR en van Rutgers behelst namelijk ook een bepaalde seksuele moraal en trekt werknemers aan die deze seksuele moraal met hun seksuele scripts ondersteunen.

Doordat de identiteit van de organisaties waar de respondenten werkzaam zijn zo belangrijk is gebleken, zijn de machtsstructuren die in het theoretisch kader veelvuldig werden benoemd naar de achtergrond verdreven. Uit het onderzoek is gebleken dat de machtsstructuren binnen de productiecultuur van DE DOKTER CORRIE SHOW wel bepalen wie de uiteindelijke beslissingen neemt, maar niet hoe er een seksuele moraal wordt geconstrueerd: dat is namelijk al bepaald bij het samenstellen van de redactie en het aangaan van het partnerschap tussen de NTR en Rutgers. De

invloeden van macht, rituelen, normen en waarden op betekenisgeving in mediaproductie die Hesmondhalgh (2010) benoemt zijn volgens de uitkomsten van dit onderzoek dus te heroverwegen: de macht waar hij over spreekt is eerder onderdeel van rituelen, en de normen en waarden zijn onderdeel van de collectieve identiteit van zowel de organisatie als haar medewerkers. Van Zoonen (2002) sprak hierbij over een collectieve gedeelde moraal die versterkt wordt onder de zenders en de ontvangers van een mediaboodschap, maar uit dit onderzoek is gebleken dat deze collectiviteit vooral tot uiting komt binnen de organisaties achter DE DOKTER CORRIE SHOW.

De uitkomsten van het onderzoek van Lemish (2011) suggereerden tenslotte dat televisiemakers seksualiteit in hun programma's enkel behandelen zoals de overheersende norm uit hun cultuur dat voorschrijft. Het huidige onderzoek toont aan dat respondenten niet door de overheersende norm in hun cultuur worden gestuurd, maar dat zij deze norm alleen gebruiken wanneer zij deze erkennen en daarmee hun eigen opvattingen en normen willen rechtvaardigen. De manier waarop de respondenten een seksuele moraal construeren is veel complexer dan dat zij simpelweg de overheersende opvattingen binnen hun cultuur volgen, en is dus vooral te herleiden vanuit de identiteit van de personen en organisaties die de televisieprogramma's produceren. Een productie-analytische studie als deze kan dus wel goed vanuit een culturele invalshoek starten, maar is uiteindelijk ook gebaat bij onderzoekstradities die focussen op de psychologische achtergronden van televisiemakers en dieper ingaan op theorieën omtrent identiteit.

### **Discussie**

De uitkomsten van het onderzoek geven een duidelijk beeld van het proces van betekenisgeving zoals de makers van DE DOKTER CORRIE SHOW dat ervaren.

Omdat de encoding-kant van communicatie in dit onderzoek centraal stond waren de diepte-interviews met de programmamakers een goede methode om te achterhalen hoe zij dit proces beleven. Door niet alleen de eindredacteur te interviewen, maar ook werknemers vanuit het hart van het redactieteam, werd het beeld meer volledig.

Een risico van diepte-interviews is altijd vooringenomenheid van de interviewer: als onderzoeker ben je op zoek naar bepaalde informatie en daardoor bestaat er een kans dat je de respondent tijdens het gesprek in een bepaalde richting duwt. Hierbij loop je als onderzoeker het gevaar dat je een respondent vooral uitdaagt om nieuwe ideeën in overweging te nemen. Voordat ik de respondenten ontmoette had ik wel een idee over *welke* seksuele moraal de makers zouden hebben, maar had ik geen duidelijk beeld van hoe deze tijdens het productieproces wordt geconstrueerd en waarop deze gebaseerd is. Tijdens de interviews was het juist de bedoeling om die processen bloot te leggen waar zowel ik als de respondent zich tot dan toe wellicht nog niet (zeer) bewust van was en om de respondent op die processen te laten reflecteren.

Een nadeel van de interviews was dat DE DOKTER CORRIE SHOW al veelvuldig onderwerp van gesprek was geweest in het nieuws, namelijk toen de ophef over het programma ontstond. De eindredacteur heeft bijvoorbeeld al meerdere journalisten, tegenstanders van het programma en ook studenten te woord moeten staan over de show. Daardoor vervielen de respondenten soms in een soort ‘officieel vertoog’ van ‘politiek correcte uitspraken’ over hun werk bij DE DOKTER CORRIE SHOW. Zo spraken ze soms in wij-vorm (bijvoorbeeld “Wij bij Rutgers vinden dat...”) hun visie uit, alsof ze enkel de visie van de organisatie waar ze werken willen uitdragen. Door de respondenten op hun gemak te stellen en ze de kans te geven openlijk te spreken over hun persoonlijke visie en hun eigen achtergrond bij het gesprek te betrekken, hoopte

ik van dit officiële vertoog ook een persoonlijk vertoog te maken. Het is moeilijk te zeggen wanneer iemand zich precies persoonlijk en oprecht uitspreekt over een kwestie die voor een groot deel over het werk van die persoon gaat, maar doordat alle respondenten (soms gevoelige) privégebeurtenissen aan mij toevertrouwen, geloof ik dat hun persoonlijkheid en oprechtheid in deze context optimaal was.

Door de interviews methodisch aan te vullen met een analyse van twee draaiboeken van DE DOKTER CORRIE SHOW werd de verkregen data uit de interviews gevalideerd. De draaiboeken laten namelijk zien hoe de verkregen informatie uit de interviews daadwerkelijk in de praktijk doorwerkt. De productiecultuur van een televisieprogramma als DE DOKTER CORRIE SHOW blijft over het algemeen gesloten voor buitenstaanders, en ook in de interviews kan een zekere mate van geslotenheid blijven bestaan. In de draaiboeken is echter te zien hoe de makers van het programma tijdens het productieproces te werk gaan en bovendien wordt de bruikbaarheid van de interviews onderstreept op het moment dat de draaiboeken overeenkomsten tonen met de interview-data.

De implicaties van dit onderzoek suggereren vervolgonderzoek in verschillende richtingen. Ten eerste is uit dit onderzoek gebleken dat de identiteit en normen en waarden van de organisaties achter DE DOKTER CORRIE SHOW van groot belang zijn in het construeren van een seksuele moraal. Het zou dus interessant zijn dit aspect nader te onderzoeken: hoe construeren de NTR of Rutgers hun identiteit als organisaties? Hoe selecteren zij werknemers en hoe gaat de samenstelling van teams in zijn werk? In hoeverre zijn er bijvoorbeeld patronen in de selectiecriteria voor werknemers te herkennen wanneer het gaat om hun subjectposities? Dit kan ook omgekeerd worden: welke psychologische eigenschappen en identiteiten hebben de

personen die een programma met een moreel onderwerp zoals DE DOKTER CORRIE SHOW maken en hoe staan die eigenschappen in verhouding tot hun carrièrekeuzes?

Ten tweede zijn machtsstructuren minder belangrijk gebleken binnen teams met een gemeenschappelijke visie onder werknemers onderling. Hoe zit dat bij teams waarbij minder overeenstemming heerst? Bestaan die teams überhaupt en hoe lossen zij conflictsituaties op? En hoe beleven programmamakers het om bijvoorbeeld mee te moeten werken aan het construeren van een betekenis die zij zelf niet hanteren? Ook dit zijn ongetwijfeld onderdelen van productieculturen die (populaire) mediaproducten voortbrengen en uiteenlopende perspectieven van programmamakers presenteren.

**Literatuur**

- Anton, C. & Peterson, V.V. (2003). Who Said What: Subject Positions, Rhetorical Strategies and Good Faith. *Communications Studies*, 54, 4, p. 403-419
- Caldwell, J. T. (2009). Cultures of Production. Studying Industry's Deep Texts, Reflexive Rituals, and Managed Self-disclosures. In: Jennifer Holt en Lisa Perren (Red.): *Media Industries History, Theory, and Method*. Malden: Wiley-Blackwell
- Castleberry, G. (2016). Understanding Stuart Hall's "Encoding/Decoding" Model Through TV's *Breaking Bad*. In: Roberts, K. en Kickly, J. (Red.): *Communication Theory and Millennial Popular Culture: Essays and Applications*. New York: Peter Lang
- du Gay, P., Hall, S., Janes, L., Koed Madsen, A., Mackay, H. & Negus, K. (2013). *Doing Cultural Studies. The Story of the Sony Walkman, 2<sup>nd</sup> edition*. London: Sage Publications
- Edgar, A. & Sedgwick, P. (2008). *Cultural Theory. The Key Concepts, 2<sup>nd</sup> edition*. New York: Routledge
- Hall, S. (2006). Encoding/Decoding. In: Durham, M.G. & Kellner, D.M. (Red.), *Media and Cultural Studies – KeyWorks* (2e herziene druk, p. 163-173). Blackwell Publishing
- Hesmondhalgh, D. (2010). Media Industry Studies, Media Production Studies. In: Curren, J. (Red.): *Media and Society*
- Kelly, M. (2010). Virginty Loss Narratives in "Teen Drama" Television Programs. *Journal of Sex Research*, 47(5), p. 479-489
- Kijkwijzer-vragenlijst "Seks", verkregen via Juliette van Pardon op 7 maart 2016
- Lemish, D. (2011) 'Can't Talk About Sex': Producers of Children's Television Around the World Speak Out. *Sex Education*, 11, 3, p. 267-277

- Long, P. & Wall, T., (2014). The Business of Media. In: Long, P. & Wall, T. (Red.), *Media Studies. Texts, Production, Context*. (2e herziene druk, pp. 168-203). New York: Routledge
- Mayer, V. (2008). Studying Up and F\*\*cking Up: Ethnographic Interviewing in Production Studies. *Cinema Journal*, 47(2), p. 141-148
- Scott, K. W. (2004). Relating Categories in Grounded Theory Analysis: Using a Conditional Relationship Guide and Reflective Coding Matrix. *The Qualitative Report*, 9(1), p. 113-126
- Simon, W. & Gagnon, J.H. (1986). Sexual Scripts: Permanence and Change. *Archives of sexual behavior*, 15(2), p. 97-120
- Strauss, A., & Corbin, J. (1998). *Basics of Qualitative Research. Techniques and Procedures of Developing Grounded Theory (2nd edition)*. London: Sage Publications
- Takken, W. (2013, 4 november). Seksualiteit... Hi hi hi hi! *NRC.NEXT*
- Van Zoonen, L. (2002). *Media, Cultuur en Burgerschap*. Apeldoorn: Het Spinhuis

### **Bijlage 1: topiclijst interviews**

#### **Productieproces en besluitvorming**

- Wat is jouw functie precies? Wat houdt dat in?
  - Wat doe je precies bij de Dokter Corrie Show? Hoe ben je daar terechtgekomen? Wat heb je gestudeerd? Watvoor werk heb je hiervoor gedaan?
  - Hoe gaat het maken van een aflevering precies in zijn werk?
  - Wie zijn erbij betrokken? Wat is de rol van de NTR hierin? Wat is de rol van Rutgers hierin?
  - Hoe gaat de besluitvorming over onderwerpen en inhoud?
- Voorbeelden: selectie van pubers uit het panel, vergelijking van orgasme met de kermis, onderwerpen zoals zelfbevrediging en condooms.*
- Aan wie moet je je verantwoorden? Hoe wordt uiteindelijk besloten wat er wel/niet in de show komt? Of wanneer bijvoorbeeld meneer Taks in beeld moet komen?

#### **Persoonlijke achtergrond en werk**

- Wat is je persoonlijke achtergrond, waar kom je vandaan?
- Waar ben je opgegroeid? In wat voor milieu?
- Heb je zelf seksuele voorlichting gehad? Hoe ging dat?
- Wat vond je toen van de manier waarop dat werd gedaan? Hoe kijk je daar nu tegenaan?
- Heb je zelf kinderen? Hoe geef je hen seksuele voorlichting?

#### **Seksuele moraal**

- Welke seksuele moraal/boodschap over seks willen jullie met het programma overbrengen? Is dat ook jouw eigen seksuele moraal?
- Ben je van mening dat die seksuele moraal de norm zou moeten zijn?
- Welke keuzes worden er gemaakt om deze boodschap over seks duidelijk over te laten komen?
- Wat is het doel van Dokter Corrie? Zie je dat ook als een soort persoonlijk doel of handel je namens iets/iemand anders?

#### **De ophef**

- Wat vond je destijds van alle ophef rondom Dokter Corrie?
- Hoe werd er op de redactie omgegaan met de ophef?
- Was jij je er van tevoren bewust van dat het controversieel kon zijn?
- Kan je me iets vertellen over hoe de transitie van Dokter Corrie in het School TV Weekjournaal naar De Dokter Corrie Show is gegaan?
- Wat is precies de rol van meneer Taks?
- Zijn er binnen het team weleens momenten van conflict geweest over een beslissing? Kan je daar voorbeelden van geven? Hoe werd dat uiteindelijk opgelost?
- Zijn er bepaalde beleidsrichtlijnen waaraan het team zich moet houden? Hoe wordt dat in de gaten gehouden?



**Bijlage 2: codeerschema interviews – selectief en theoretisch coderen***Selectieve codes**Theoretische codes*

Doelstellingen	Vrijheid en openheid
Seksuele openheid	
Persoonlijke betrokkenheid	
Geen beperkingen	
Open seksuele moraal	
Seksuologisch	Expertise
Feitelijk	
Krachtig	
Adviserend hulpmiddel	
Objectief	
Bekwaam	
Opvattingen	Verschillende perspectieven
Sociale controle	
Persoonlijk belang	
Eigen seksuele norm	Normativiteit
Seksuele norm van anderen	
Nederlandse seksuele norm	
Maatschappelijk verantwoord	Geschiktheid en positiviteit
Seks-positief	
Geschikte inhoud	
Onzekerheid	
Goede voorlichting	
Realistisch	
Beslissende rollen	Machtsstructuren
Bepalende personen	
Boodschap overbrengen	