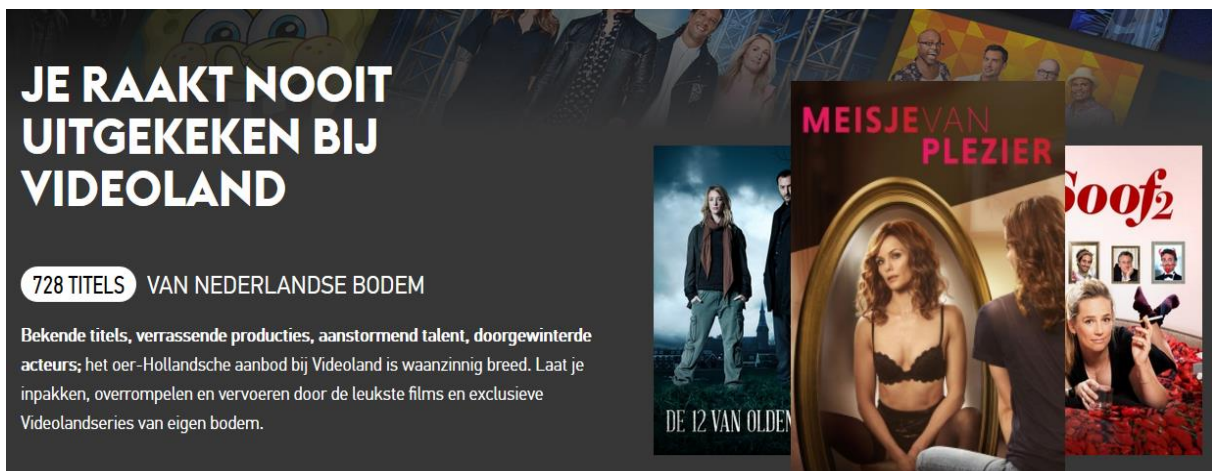


“Het oer-Hollandsche aanbod bij Videoland”

een onderzoek naar de constructie van een Nederlandse identiteit op het video-on-demand platform Videoland.



**JE RAAKT NOOIT
UITGEKEKEN BIJ
VIDEOLAND**

728 TITELS VAN NEDERLANDSE BODEM

Bekende titels, verrassende producties, aanstormend talent, doorgewinterde acteurs; het oer-Hollandsche aanbod bij Videoland is waanzinnig breed. Laat je inpakken, overrompelen en vervoeren door de leukste films en exclusieve Videolandseries van eigen bodem.

DE 12 VAN OLDEN

MEISJE VAN PLEZIER

Soof2



Universiteit Utrecht

Naam: Stephanie van der Woude

Studentnummer: 5681499

Studie: Media en Cultuur

Studiejaar: 3

Blok: 2

Docent: Jasmijn van Gorp

Datum: 25 januari 2018

Aantal woorden: 6911

Inhoud

Samenvatting	2
Inleiding	3
Theoretisch Kader	5
Nationale identiteit en Televisie	5
Expliciete nationale identiteit	6
Impliciete nationale identiteit	7
De culturele kracht van een interface	7
Methode	9
Analyse	11
Landingspagina voor het inloggen	11
Landingspagina na het inloggen	13
<i>Week 1</i>	13
<i>Week 2</i>	15
Nieuws	17
Cross-entiteiten	18
Conclusie	19
Literatuurlijst	21
Bijlage 1 Plagiaatverklaring	23
Bijlage 2 Corpus	24

Samenvatting

Er bestaan tegenwoordig verschillende manieren om televisieprogramma's en films te kunnen consumeren. Eén van die manieren is via een online videoplatform. Televisie wordt gezien als een medium dat in staat is om een nationale identiteit te construeren. In deze scriptie wordt er onderzocht of een videoplatform ook in staat is om een nationale identiteit te construeren en hoe dit dan precies gebeurt. Met als casus het Nederlandse Videoland wordt er uitgegaan van de vraag: "Hoe wordt een Nederlandse identiteit geconstrueerd op het online videoplatform Videoland?"

Dit wordt onderzocht op basis van expliciete en impliciete uitingen van een Nederlandse identiteit op het platform. Dit gebeurt op drie niveaus: de landingspagina voor het inloggen, de landingspagina na het inloggen en de nieuwspagina. Voor de analyse worden twee methodes gecombineerd. Namelijk een tekstuele analyse voor de verschillende teksten en afbeeldingen op het platform en een discursieve interface analyse voor de verschillende *affordances* van het platform.

Uit dit onderzoek is gebleken dat er op Videoland een sturing plaatsvindt richting Nederlandse content via de zintuigelijke (uiterlijke vormgeving) en cognitieve affordances (benamingen van kopjes e.d.) die het platform vormgeven. De tekstuele aspecten benadrukken deze sturing zowel expliciet als impliciet. Er wordt door het platform een *imagined community* gecreëerd door de Nederlandse content te plaatsen onder kopjes als "populair" en "best bekeken". Hierbij wordt er echter wel steeds een eenduidige Nederlandse identiteit geconstrueerd, waarbij weinig tot geen aandacht wordt geschonken aan regionale en etnische identiteiten binnen de overkoepelende Nederlandse nationale identiteit. De Nederlandse identiteit die door Videoland wordt geconstrueerd is voornamelijk vormgegeven door impliciete en expliciete verwijzingen naar blanke Nederlanders in de randstad en door deze identiteit af te zetten tegen een brede "internationale" identiteit van de andere mediateksten op het platform.

Inleiding

Volgens invloedrijk onderzoek van politiek wetenschapper en historicus Benedict Anderson spelen geprinte media een belangrijke rol in de vorming van nationale identiteit. Door middel van de media kan er namelijk een *imagined community* van nationale burgers ontstaan.¹ Hij bedoelt hiermee dat groepen mensen zich verbonden voelen in een natie ondanks het feit dat ze de meeste leden van de groep nooit zullen ontmoeten.² Zo'n *imagined community* wordt gevormd door culturele praktijken, iets waar media een grote rol in spelen. Echter binnen deze theorie gaat het dan over groepen mensen die bijvoorbeeld hetzelfde artikel in de krant lezen. Er is al veel onderzoek gedaan naar hoe traditionele media vormgeven aan nationale identiteit en de vorming van dit soort communities. Ook binnen televisie studies, het veld waar ik me in positioneer, is hier uitgebreid onderzoek naar gedaan.³ De focus ligt daarin vaak op beelden, uitingen en adaptaties die een bepaalde nationale identiteit overdragen.

In het huidige televisielandschap vinden veel veranderingen plaats waarbij digitale media, zoals online video platforms, een plek opeisen naast de traditionele media. Niet alleen in fysieke vorm maar ook qua inhoud is televisie enorm veranderd.⁴ Sinds de uitvinding van het medium in het begin van de 20^e eeuw zijn er ontelbare zenders, fysieke uitvoeringen, programma's en interfaces bijgekomen. Eén van de huidige vormen waarin televisie is gegoten is die van het *internet distributed medium*.⁵ Henry Jenkins introduceert de term *convergence culture* als een nieuw paradigma voor het begrijpen van de veranderingen die tegenwoordig plaatsvinden in de media.⁶ Hij legt het uit als:

the flow of content across multiple media platforms, the cooperation between multiple media industries, and the migratory behavior of media audiences who will go almost anywhere in search of the kinds of entertainment experiences they want.⁷

¹ Benedict Anderson, *Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism* (London: Verso, 1983).

² Ibid.

³ Bijvoorbeeld: Alexandra Beeden en Joost de Bruin, "The Office: Articulations of National Identity in Television Format Adaptation," *Television & New Media* 11:1 (2010): 3-19, doi:10.1177/527476409338197.; Jolien van Keulen en Tonny Krijnen, "The limitations of localization: A cross-cultural comparative study of *Farmer Wants a Wife*," *International Journal of Cultural Studies* 17:3 (2014): 277-292, doi:10.1177/1367877913496201.

⁴ Amanda Lotz, "The Paradigmatic Evolution of US Television and the Emergence of Internet-Distributed Television," *Icono* 14:2 (2016): 122-142.

⁵ Ibid.

⁶ Henry Jenkins, *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide* (New York: NYU Press, 2006).

⁷ Ibid., 1.

Videoland is één van die media platforms waar inhoud van een ander medium, de televisie, naartoe stroomt en andersom. Het is binnen deze convergence culture dat digitale platforms kunnen ontstaan en dat er dus een ‘nieuwe’ vorm van televisie is ontstaan. Als een platform kan worden opgevat als een huidige vorm van televisie dan zou het ook een rol kunnen spelen in de constructie van nationale identiteit. Een platform richt zich echter op een individuele gebruiker en zal dan ook op andere manieren een community moeten creëren dan traditionele media doen. Tot nu toe is er echter nog geen onderzoek gedaan naar de mogelijke vorming van een nationale identiteit op een video platform.

In Nederland wordt het platform Videoland aangeboden. Oorspronkelijk was Videoland een Nederlandse keten van videotheken, maar sinds 2013 heeft de omroep RTL de online branch van het bedrijf overgenomen.⁸ Daarmee is het nu voornamelijk een online video platform geworden. Het lijkt in veel aspecten op het Amerikaanse Netflix maar wordt, in tegenstelling tot dit platform, alleen in Nederland aangeboden.⁹ Op het platform zijn series en films te bekijken uit zowel binnen- als buitenland. Een deel van dit aanbod wordt dan ook overgenomen van televisiezenders, maar een klein deel wordt exclusief voor het platform geproduceerd. Omdat het platform alleen gericht is op een Nederlandse doelgroep is het een goede casus om de constructie van Nederlandse nationale identiteit te onderzoeken. Videoland als casus is al wel onderzocht binnen rechten en de computerwetenschappen, maar een cultureel onderzoek naar de constructie van een nationale identiteit door Videoland ontbreekt nog.¹⁰ Daarom staat in dit onderzoek de vraag: “Hoe wordt een Nederlandse identiteit geconstrueerd op het online video platform Videoland?” centraal.

Sommige onderzoekers zijn van mening dat de veranderingen in het veld op het vlak van globalisering het onderzoeken van de natie irrelevant maken. Televisie zou door de focus op globale markten niet meer in staat zijn om een imagined community te creëren.¹¹ Aan de andere kant van het debat wordt gesteld dat de natie nog steeds een belangrijke factor is in het produceren en begrijpen van televisie. Graeme Turner is hier bijvoorbeeld een groot voorstander van. Hij heeft met andere wetenschappers een grootschalig globaal onderzoek uitgevoerd waaruit het belang van de natie onderzoeken is gebleken.¹² Hij zegt hierover:

⁸ “Over Videoland,” Videoland by RTL, laatst geraadpleegd op 11 oktober 2017, <https://www.videoland.com/nl/over-videoland/>.

⁹ “Kan ik Videoland ook in het buitenland kijken?,” Videoland by RTL, laatst geraadpleegd op 26 oktober 2017, <https://hulp.videoland.com/hc/nl/articles/202241801-Kan-ik-Videoland-ook-in-het-buitenland-kijken->.

¹⁰ Bijvoorbeeld: D. J. G. Visser en P. J. Kreijger, “Bilijke vergoeding video-on-demand verplicht collectief?,” *Tijdschrift voor auteurs, media & informatierecht* 1 (2015): 9-11.; H. H. Burgmans, “Finding happiness at hand: intertwining the RTL XL service in the lives of its future users,” (master thesis, TU Delft, 2014).

¹¹ Graeme Turner, “The media, the nation and globalisation,” in *Re-Inventing the Media* (London: Routledge, 2016), 61.

¹² *Ibid.*, 59-73.

television studies (...) need to recognise the necessity of better understanding the diversity and contingency of the relation between television and the nation around the globe.¹³

Een natie moet volgens hem dus nog steeds een rol spelen in onderzoek naar televisie in alle diverse vormen. Dit wordt onderstreept door ander onderzoek. Communicatiewetenschapper Yu-Kei Tse heeft door middel van interviews geconcludeerd dat bij het kijken van televisie online nog steeds een gevoel van *togetherness* kan ontstaan. Dit kan een verbondenheid zijn in fandoms maar ook een verbondenheid met de natie door dezelfde programma's te kijken.¹⁴ Met mijn onderzoek draag ik bij aan dit debat door te onderzoeken of en hoe een 'nieuwe' vorm van televisie (Videoland) nog steeds een nationale identiteit kan construeren en daarmee dus een community kan aanspreken.

Theoretisch Kader

Nationale identiteit en Televisie

Nationale identiteit blijft een omstreden concept in de wetenschap. De meningen over hoe een nationale identiteit moet worden gedefinieerd verschillen per onderzoeker en per vakgebied. Eén van de grondleggers van Cultural Studies, Stuart Hall schrijft in de jaren '90 over zijn eigen ervaringen met de Jamaicaanse identiteit in relatie tot diaspora's.¹⁵ Op het gebied van collectieve identiteiten, waar een nationale identiteit onder valt, herkent hij twee grote stromingen. Aan de ene kant scharen veel wetenschappers zich onder het idee van een collectieve kernidentiteit die wordt gevormd op basis van een gedeelde geschiedenis en gedeelde culturele codes.¹⁶ Daardoor ontstaat er een gedeelde cultuur die onderdeel wordt van de identiteit van een groep.

Daartegenover stelt Hall een benadering waar hij zelf bij aansluit en waar ik me ook bij aansluit. Hierbij staat het idee centraal dat identiteit een productie is "which is never complete, always in process, and always constituted within, not outside, representation."¹⁷ Identiteit kan dus worden geconstrueerd in representaties zoals televisieprogramma's, films en naar mijn mening ook op een videoplatform. Identiteit wordt volgens Hall dan gevormd langs twee vectoren "similarity and continuity" en "difference and rupture".¹⁸ Naast het identificeren van een cultuur op basis van

¹³ Ibid., 63.

¹⁴ Yu-Kei Tse, "Television's changing role in social togetherness in the personalized online consumption of foreign TV," *new media & society* 18:8 (2016): 1558.

¹⁵ Stuart Hall, "Cultural Identity and Diaspora," in *Identity: Community, Culture, Difference*, ed. Jonathan Rutherford (Londen: Lawrence and Wishart, 1990), 222-237.

¹⁶ Ibid., 223.

¹⁷ Ibid., 222.

¹⁸ Ibid., 226.

overeenkomsten gebeurt dit dus ook op basis van verschillen. Hall heeft het dan over het afzetten tegen “the other” waardoor er een collectieve identiteit van gelijken wordt gevormd. Dit *othering* vindt bijvoorbeeld al plaats wanneer een persoon een andere taal spreekt dan anderen. Door het contrast met anderen vormt diegene dan een groep met de mensen die dezelfde taal spreken. Hall zegt wel dat deze twee categorieën van verschillen en overeenkomsten elkaar niet uitsluiten, maar eerder moeten worden beschouwd als twee punten op een schaal.¹⁹

Dit *othering* kan plaatsvinden door middel van de representaties waarin identiteit wordt geconstrueerd. Dit kan gebeuren onder andere gebeuren via televisie. Sonja de Leeuw zei tijdens haar acceptatie van het ambt hoogleraar Nederlandse televisiecultuur in globale context aan de Universiteit Utrecht, dat televisie mensen de mogelijkheid biedt om over grenzen heen te kijken.²⁰ Daardoor wordt het mogelijk om elke andere cultuur te ‘bekijken’ en een eigen cultuur daarmee te vergelijken. Representaties van een nationale identiteit kunnen op twee manieren verwerkt worden in mediateksten: als expliciete en als impliciete verwijzingen.

Expliciete nationale identiteit

Nationale identiteit kan op verschillende manieren expliciet worden geconstrueerd op televisie. Televisiewetenschapper Alexander Dhoest benadrukt dat nationale identiteiten het resultaat zijn van een proces van discursieve uitingen.²¹ Oftewel via verschillende (media)teksten kan een nationale identiteit worden geconstrueerd. Jérôme Bourdon zegt in deze context dat alleen al het gebruiken van een nationale taal een gevoel van nationalisme kan geven.²² Behalve in de taal, kunnen er ook in afbeeldingen verwijzingen worden gevonden naar een nationale identiteit. David Morley zegt bijvoorbeeld dat een publiek zich meer thuis voelt wanneer de media iets herkenbaars of identificeerbaars toont.²³ Denk bijvoorbeeld aan het zingen van het Wilhelmus of het eten van stamppot wat kijkers kunnen interpreteren als onderdeel van de Nederlandse nationale identiteit.

Daarnaast is er ook in de filmwetenschappen veel onderzoek gedaan naar nationale identiteit. Dit vormt dan ook een goede basis voor een onderzoek naar een nieuwe vorm van een medium dat zowel televisieprogramma’s als films aanbiedt. Een belangrijk voorbeeld van een

¹⁹ Ibid., 228.

²⁰ Sonja de Leeuw, “Hoe komen wij in beeld?: Cultuurhistorische aspecten van de Nederlandse televisie,” (uitgesproken bij de aanvaarding van het ambt van hoogleraar Nederlandse televisiecultuur in internationale context, Utrecht, 6-11-2003).

²¹ Alexander Dhoest, “Negotiating images of the nation: the production of Flemish TV drama, 1953-89,” *Media, Culture & Society* 26:3 (2004): 394.

²² Jérôme Bourdon, “Le Programme de télévision et l’identité nationale,” *Média-pouvoirs* 28 (1992): 5-13.

²³ David Morley, “Belongings: Place, space and identity in a mediated world,” *European Journal of Cultural Studies* 4:4 (2001): 425-448.

dergelijk onderzoek is van Anthony Smith. Hij ziet het medium film als de opvolger van schilderijen in het overbrengen van een nationale identiteit. Door een historische gebeurtenis te tonen, een *exempla virtutis*, kunnen er volgens hem nationale normen en waarden worden gerepresenteerd.²⁴ Hij onderscheidt zes dimensies waarin nationale identiteit visueel wordt gerepresenteerd. Hij onderscheidt: *character development*, *historical reconstruction* (het tonen van een specifieke nationale historische gebeurtenis), *pictorial tableaux* (een shot of stilstaand beeld met nationalistische connotaties), *accessories* (accurate accessoires passend bij plaats en tijd), *ethnoscape* (specifieke plaatsen die het thuisland representeren) en *people* (representaties van het volk).²⁵ Deze zes dimensies zal ik gebruiken als houvast bij het analyseren van de expliciete uitingen op het platform.

Impliciete nationale identiteit

Uitingen rondom nationale identiteit hoeven echter niet altijd expliciet aanwezig te zijn in de tekst of afbeeldingen. Michael Billig gebruikt hiervoor de term *banal nationalism*. Volgens deze theorie wordt nationale identiteit in banale wijzen gerepresenteerd in het dagelijks leven, waardoor burgers worden herinnerd aan hun nationale plek in de wereld.²⁶ Dit kan bijvoorbeeld al door de aanwezigheid van een vlag bij een staatsgebouw. In mediateksten gebeurt dit ook, wanneer er kleine verwijzingen zijn die niet expliciet benoemd worden. Mette Hjort past dit idee toe met haar onderzoek naar *banal aboutness* waarbij gebruikte taal, plekken, acteurs en materialen een link presenteren met de nationale cultuur.²⁷ Ze maakt daarnaast ook een onderscheid tussen monoculturele en interculturele thematiek. Bij monoculturele thematiek worden er steeds aspecten van één cultuur herhaald en bij interculturele thematiek worden er verschillende culturen tegenover elkaar gezet waardoor de aandacht wordt geleid naar het vraagstuk rondom nationale identiteit.²⁸ Er is dan een verschil tussen de nadruk leggen op de eigen nationale identiteit op zich of de eigen nationale identiteit in relatie tot andere (tegengestelde) nationale identiteiten.

De culturele kracht van een interface

Naast expliciete en impliciete uitingen in de tekst en afbeeldingen van het platform moet er ook worden gekeken naar de technische mogelijkheden van het platform. Platforms zoals Videoland

²⁴ Anthony Smith, "IMAGES OF THE NATION Cinema, art and national identity," in *Cinema & Nation* ed. Mette Hjort en Scott Mackenzie (Taylor & Francis e-library, 2005), 44.

²⁵ Ibid., 46-51.

²⁶ Michael Billig, *Banal Nationalism* (Londen: SAGE publications, 1995), 8.

²⁷ Mette Hjort, "Themes of Nation," in *Cinema & Nation*, ed. Mette Hjort en Scott Mackenzie (Taylor & Francis e-library, 2005), 99.

²⁸ Ibid., 103.

presenteren een interface aan de gebruiker waarmee het gebruik wordt gefaciliteerd. Deze omgeving geeft vorm aan het gebruik en de ervaring van de gebruiker en kan dus ook een rol spelen in de constructie van een nationale identiteit. Volgens David Chamberlain kunnen interfaces worden begrepen als interactieve systemen voor het navigeren en beheren van een individuele ervaring met een platform. Hij onderscheidt hierin drie verschillende onderdelen: de fysieke manier van interactie, het screen-based display en de software achter de interface.²⁹ Volgens Chamberlain zijn deze interfaces productieve ruimtes waarin het kijken van programma's opnieuw wordt geframed. De interfaces zijn geen eindbestemming van de gebruiker maar vormen een functionele omgeving met eigen karakteristieken. De ervaring van televisie kijken wordt dan ook gevormd door de aanwezigheid en functies van een interface.³⁰

Belangrijk hierbij is dat interfaces gebruik maken van metadata. Dit beïnvloedt wat er getoond wordt aan de gebruiker. Op basis van de tags, de benamingen die de technologie ziet, kunnen bepaalde genres, acteurs of andere tags op de voorgrond worden gebracht op een platform.³¹ William Uricchio benadrukt hierbij dat metadata protocollen en filters (inclusief de tags) niet neutraal zijn. Sterker nog volgens hem determineert de metadata wat een gebruiker kan zien en kan vinden op een platform. Voor het belang van de producenten is het dan ook nodig om te letten op welke tags programma's meekrijgen en dus wat er getoond wordt aan de gebruiker.³² Op deze manier hebben de makers van een platform dus macht over wat in eerste instantie wordt getoond aan de gebruiker. De gebruiker kan hier echter nog wel invloed op uitoefenen door kijkgedrag. Algoritmes zullen dan soortgelijke content aanbieden (op basis van de gegeven tags). Ook hierin hebben de makers een zekere macht. Zij bepalen de tags en bepalen daardoor wat met elkaar wordt geassocieerd door het systeem. Chamberlain zegt hierover: "The screening of metadata sometimes allows users to find content they want and sometimes to find the content others want them to see."³³

Onderdeel van de interface zijn dus niet alleen de afbeeldingen en tekst, maar ook de *affordances*. Voor dit begrip gebruik ik de definitie van nieuwe media wetenschappers Martin Lister et al. die *affordances*, gebaseerd op design theorie, omschrijven als de mogelijke manieren waarop

²⁹ David Chamberlain, "Television Interfaces," *Journal of Popular Film and Television* 38:2 (2010), 84-88.

³⁰ David Chamberlain, "Scripted Spaces: Television Interfaces and the Non-Places of Asynchronous Entertainment," in *Television as Digital Media* ed. James Bennet en Niki Strange (Durham: Duke University Press, 2011), 233.

³¹ *Ibid.*, 235.

³² William Uricchio, "Television's Next Generation: Technology/Interface Culture/ Flow," in *Television after TV: Essays on a Medium in Transition*, ed. Lynn Spigel en Jan Olsson (Durham: Duke University Press, 2004), 176-177.

³³ Chamberlain, "Scripted Spaces," 238.

dingen kunnen worden gebruikt en welke acties of processen daardoor worden gefaciliteerd.³⁴ Met betrekking tot een online video platform als Videoland zijn dat voornamelijk de links en knoppen die verschillende acties mogelijk maken. Oftewel alles waar een gebruiker op kan klikken om acties te genereren.

Methode

Het corpus voor dit onderzoek bestaat uit de content van het platform gedurende twee weken, van 4 december tot en met 17 december 2017. Bij een eigen profiel zal het platform ook gaan sturen op basis van mijn eigen kijkgedrag. Welke programma's ik kijk spelen een rol in wat mij getoond wordt op het platform. Om deze sturing te onderzoeken zal ik een nieuw account aanmaken. Ik zal via dit account in de eerste week geen programma's kijken, om op die wijze alleen te analyseren wat het platform zelf onafhankelijk van de kijker toont. Een platform is echter gebouwd op gebruik. Een gewone gebruiker zal dan ook verschillende dingen aanklikken en op die manier meer content te zien krijgen en op basis van algoritmes en metadata aanbevolen content zien. In de tweede week zal ik me dan ook gedragen als een gebruiker en verschillende series en films aanklikken en bijhouden welke informatie hierbij getoond wordt. Ik heb drie programma's/ films gekeken (*Gordon gaat Trouwen*, *Soof: een nieuw begin* en *the Age of Adaline*) en vier programma's/ films aangeklikt zonder te bekijken (*the Royals*, *Awkward*, *Holland: natuur in de delta* en *Love Island*). Ik heb hierbij zowel Nederlandse als internationale content aangeklikt. De inhoud van de programma's laat ik buiten beschouwing omdat ik me in dit onderzoek richt op de affordances en tekstuele uitingen van het platform zelf.

Ik zal elke dag de beginpagina voor het inloggen en de startpagina na het inloggen bijhouden. Door elke ochtend voor 12 uur systematisch bij te houden welke films en series op de pagina's staan met welke teksten en welke thumbnails zal ik mijn corpus opbouwen. Om het behapbaar te houden voor de grootte van dit onderzoek kijk ik naar de eerste vijf rijen, waarbij ik niet verder scroll dan wat in eerste instantie zichtbaar is op de pagina. Ook de namen van de rijen en verschillende beschrijvende teksten en slogans op het platform zal ik bijhouden, voor zover deze zullen veranderen gedurende de twee weken. Ik kijk naar de beschrijvende teksten die te vinden zijn op het platform zelf onder het kopje 'Nieuws'. Op basis van dit corpus onderscheid ik drie deelvragen die mij in staat zullen stellen om de hoofdvraag te beantwoorden:

³⁴ Martin Lister et al. "New Media and New Technologies," in *New Media: a critical introduction* (New York: Routledge, 2009).

- Hoe wordt er een Nederlandse identiteit geconstrueerd op de landingspagina voor het inloggen?
- Hoe wordt er een Nederlandse identiteit geconstrueerd op de landingspagina na het inloggen?
- Hoe wordt er een Nederlandse identiteit geconstrueerd in de artikelen op de nieuwspagina?

Voor de analyse van de geschreven teksten en de afbeeldingen gebruik ik een tekstuele analyse.

Ik baseer me hierbij op Elfriede Fürsich. Als professor communicatiewetenschappen aan de universiteit van Boston heeft zij een artikel geschreven waarin ze de methode uitlegt en verdedigt. In essentie houdt een tekstuele analyse in dat er een kwalitatieve analyse wordt uitgevoerd waarbij wordt gelet op de onderliggende ideologische en culturele assumpties in een mediatekst.³⁵ Dit is dan ook een passende methode voor mijn onderzoek, aangezien ik ga onderzoeken hoe nationale identiteit wordt vormgegeven in de verschillende teksten van het platform. Uitingen rondom nationale identiteit zal ik onderverdelen in expliciete en impliciete uitingen. Voor het analyseren van de expliciete uitingen baseer ik me op de dimensies van Smith: character development, historical reconstruction, pictorial tableaux, accessories, ethnoscape en people.³⁶ Voor de impliciete uitingen baseer ik me op de analyse van Hjort met de nadruk op gebruikte taal, plekken, acteurs en materialen. Het onderscheid tussen wat ik zie als expliciet en impliciet wordt gemaakt op basis van de nadruk die ligt op een aspect. Als bijvoorbeeld een nationaal symbool op de achtergrond te vinden is op een thumbnail zal dit worden opgevat als impliciet. Als datzelfde symbool echter op de voorgrond is en dus meteen de aandacht trekt dan zal ik dit zien als expliciet.

Voor het analyseren van de affordances zal ik gebruik maken van een discursieve interface analyse geïntroduceerd door Communicatiewetenschapper Mel Stanfill. Hierbij ligt de focus op het normatieve effect dat affordances van een platform kunnen hebben. Daarbij maakt ze een onderscheid in functionele (wat mogelijk is), cognitieve (benamingen van knoppen e.d.) en zintuiglijke affordances (esthetische vormgeving).³⁷ Deze driedeling hou ik aan in mijn analyse, waarbij ik let op de mogelijke sturing richting nationale of internationale content en de expliciete of impliciete verwijzingen naar de Nederlandse nationale identiteit. Daarbij let ik op dezelfde aspecten als bij het onderzoeken van de tekst en afbeeldingen (taal, symbolen, kleuren etc.). Door deze combinatie van methodes kan ik de constructie van Nederlandse identiteit onderzoeken op het platform Videoland.

³⁵ Elfriede Fürsich, "In Defense of Textual Analysis: restoring a challenged method for journalism and media studies," *Journalism Studies* 10:2 (2009): 238-252.

³⁶ Smith, "IMAGES OF THE NATION," 44.

³⁷ Mel Stanfill, "The interface as discourse," 1059-1074.

Analyse

Landingspagina voor het inloggen

Het eerste wat te zien is bij het bezoeken van www.videoland.com is een algemene pagina met promotiemateriaal.³⁸

Onder de titel “Kijk onbeperkt series en films” is een afbeelding te zien met verschillende series



Afbeelding 1 – Landingspagina voor het inloggen

die worden aangeboden op het platform. In het midden van de afbeelding met het grootste formaat is de serie *Meisje van Plezier* afgebeeld. Naast de titel is het hoofdpersonage gespeeld door Angela Schijf te zien. Binnen deze afbeelding wordt al een Nederlandse identiteit neergezet door een bekende Nederlandse actrice naast een Nederlandse titel te zetten. Zowel expliciet (titel) als impliciet (actrice) is hier dus af te lezen dat het om een Nederlandse serie gaat. Door middel van de zintuiglijke affordances is dit de serie waar de aandacht in eerste instantie naartoe wordt getrokken. Hiermee wordt dus meteen een focus gelegd op de Nederlandse content op het platform. Om deze serie heen zijn kleinere afbeeldingen waarvan een paar internationale series en een paar Nederlandse. De Nederlandse series zijn echter zo afgebeeld dat de titels niet te lezen zijn. De enige reden dat ze te herkennen zijn als Nederlands is door middel van de afgebeelde personen. In het hoekje staat bijvoorbeeld een afbeelding van John van den Heuvel die bekend is als ex-politie agent en misdaadjournalist. Hieruit is niet meteen af te leiden om welke serie het gaat, maar wel dat het waarschijnlijk Nederlands zal zijn. Verder staat er naast deze afbeelding nog wat tekst waarin het platform kort wordt beschreven in een opsomming. Eén van die punten is “Inclusief de beste RTL programma’s”. Hiermee verbind het platform zichzelf aan een bestaande Nederlandse commerciële zender, waardoor een Nederlandse identiteit wordt versterkt.

Daaronder wordt een duidelijker beeld geschetst van het aanbod op het platform. Er worden vier categorieën onderscheiden met een korte beschrijving en drie afbeeldingen die voorbeelden geven van de categorie. Er wordt door de pagina automatisch verder ‘gescrolld’ naar de volgende

³⁸ “Kijk onbeperkt series en films – Videoland.com,” Videoland by RTL, laatst geraadpleegd op 4 december 2017, <https://www.videoland.com/nl/>.

categorie in het aanbod. Qua functionele affordances is het dus niet mogelijk om zelf te selecteren welke categorie de gebruiker wil zien. Hierdoor krijgt de gebruiker elke categorie te zien, beginnend bij de categorie “van Nederlandse bodem”. Hiermee wordt al expliciet een Nederlandse identiteit geconstrueerd. In de beschrijving van de categorie wordt nog een paar keer een Nederlandse identiteit benadrukt door de termen: “oer-Hollandsche aanbod” en “van eigen bodem”. Door zelfs een oude spelling te gebruiken voor het woord Hollands wordt er verwezen naar een gezamenlijke geschiedenis die Nederlanders bindt. Dit past bij wat Smith omschrijft als historical reconstruction.³⁹ Daarnaast wordt er meerdere keren gerefereerd aan een Nederlandse “bodem”. Hiermee wordt Nederlandse identiteit niet alleen gekoppeld aan een gedeelde cultuur, maar ook aan specifieke geografische grenzen. Er wordt hiermee het idee gegeven dat de Nederlandse series en films niet alleen over Nederland gaan maar ook in Nederland zijn geproduceerd.

De andere categorieën zijn “internationale films”, “internationale series” en “voor de kids”. Binnen deze categorieën wordt vooral verwezen naar de diversiteit van het aanbod in genres, periodes en land van afkomst. Zo staat bij de categorie “internationale films” bijvoorbeeld “Behoeftte aan romantische komedie? Videoland heeft het. Griezelen? Dat kan, kies maar uit!” Bij de categorie “voor de kids” staan drie voorbeelden met afbeeldingen. Twee van deze voorbeelden, *Woezel & Pip* en *Kappen!*, zijn Nederlandse producties. De categorie wordt niet expliciet in verband gebracht met Nederland, maar de content die wordt getoond en besproken in de omschrijving is overwegend Nederlands waardoor er wel impliciet verwezen wordt naar een Nederlandse identiteit. Het is dan ook tegenstrijdig dat er wel is gekozen voor het Engelse woord “kids” in plaats van een Nederlandse benaming. Hier is toch een impliciete verwijzing naar een globale cultuur te vinden door de samenvoeging van talen.

Daarnaast staat bij de verschillende categorieën ook het aantal titels dat te vinden is op de website, waarbij de categorie “van Nederlandse bodem” met 728 titels de grootste categorie is. Hierbij is het wel opvallend dat binnen deze categorie zowel films als series vallen, terwijl dit voor de internationale titels gescheiden is. Als deze twee categorieën bij elkaar worden genomen komt dat samen uit op 978 titels. Het zou dan ook kunnen dat er bewust voor is gekozen om deze categorieën te scheiden zodat de Nederlandse categorie het grootst zou lijken.

Er is een duidelijk contrast tussen de positionering van Nederlandse content, waarbij vooral het feit dat het Nederlands is wordt benadrukt, en de positionering van internationale content, waarbij de nadruk vooral ligt op de diversiteit in genres. Hjort heeft het over een interculturele thematiek wanneer één cultuur wordt afgezet tegenover andere culturen om de nadruk te leggen op

³⁹ Smith, “IMAGES OF THE NATION,” 44.

de eerste cultuur.⁴⁰ In deze context is er ook sprake van een interculturele thematiek doordat Nederlandse content als een categorie tegenover internationale content uit verschillende landen wordt gezet. Daardoor wordt opnieuw de aandacht geleid naar een Nederlandse identiteit op het platform.

Onderaan de pagina staat een aanbieding om het platform twee weken gratis uit te proberen. Ter illustratie staan er afbeeldingen van het platform op verschillende apparaten naast. Hierbij is op elk apparaat de serie *Soof: een nieuw begin* te zien. Op de verschillende apparaten staat deze serie bovenaan of wordt er een shot uit de serie getoond. Naast deze serie is opnieuw *Meisje van Plezier* getoond, maar ook andere Nederlandse series als *Nieuwe Tijden* en *De Twaalf van Openheim* zijn te zien op de displays. Hiermee wordt opnieuw bevestigd dat hoewel het platform laat zien dat het verschillende content heeft uit verschillende landen, de aandacht steeds wordt gevestigd op de Nederlandse content. Dit blijkt ook steeds weer in de beschrijvende stukjes “zo werkt videoland” en “wat is videoland?”. Eén van de omschrijvingen is bijvoorbeeld: “Streamingsdienst Videoland is dé plek voor plezier: met een groot gevarieerd online aanbod van duizenden series en films uit binnen- en buitenland, waaronder een groot aantal exclusieve producties van Nederlandse bodem.”⁴¹ (eigen cursivering). Ondanks dat er al benoemd is dat er content uit het binnen- en buitenland op het platform staat, wordt er nog een keer in dezelfde zin herhaald dat er series en films “van Nederlandse bodem” op het platform staan.

Landingspagina na het inloggen

Week 1

Zoals eerder benoemd in de methode heb ik voor dit onderzoek een nieuw account aangemaakt. Het eerste wat de gebruiker te zien krijgt bij het inloggen is een pagina met 60 titels met het verzoek er vijf uit te kiezen zodat het platform “persoonlijke aanbevelingen” kan doen. Van die 60 titels zijn er 38 Nederlands, te herkennen aan de Nederlandse titels of Nederlandse acteurs/



Afbeelding 2: selectiepagina na de eerste keer inloggen

⁴⁰ Hjort, “Themes of Nation,” 103.

⁴¹ “Kijk onbeperkt series en films – Videoland.com.”

televisiepersoonlijkheden. Hiermee wordt de gebruiker in principe al gestuurd richting het selecteren van Nederlandse content, omdat daar simpelweg meer van wordt getoond. Hier wordt verder op aangestuurd doordat de eerste twee rijen die getoond worden bestaan uit voornamelijk Nederlandse titels met een verhouding van zeven tegenover drie internationale titels. Ik heb op deze pagina niks aangeklikt om sturing op basis van gebruikersdata te beperken in de eerste week.

Na het overslaan van dit proces komt dan ook de standaard inlogpagina tevoorschijn. Bovenaan staan drie grote thumbnails waar de aandacht op is gevestigd. Deze thumbnails nemen ongeveer de helft van de pagina in en tonen twee Nederlandse producties en één internationale productie. De eerste thumbnail is de film *Sint en co: Het Verdwenen Boek*. Dit is een expliciete uiting van de Nederlandse identiteit. Het sinterklaasfeest is immers iets wat alleen wordt gevierd in Nederland en Vlaanderen. Op de thumbnail is sinterklaas te zien inclusief mijter, grote boek en een piet naast hem met roetvegen en een muts met veer. Dit zijn allemaal accessoires, één van de categorieën van Smith, die verwijzen naar een culturele traditie die specifiek aan Nederlandstalige gebieden toebehoort. Daarmee wordt al met de eerste thumbnail een Nederlandse identiteit gecreëerd.

Onder deze drie uitgelichte series/ films staan verschillende rijen gesorteerd op genres, populariteit en toevoeging. De eerste vijf rijen zijn: onlangs toegevoegd, exclusief bij videoland, best bekeken, populair bij kids en made by videoland. De eerste twee rijen zijn een mix van internationale en Nederlandse content, waarbij er meer internationale dan Nederlandse titels te zien zijn. Deze rijen

lijken niet te zijn geordend op een specifieke volgorde behalve de datum van toevoeging. Daaronder staat de rij “best bekeken”. Deze rij bestaat op *the Bold and the Beautiful* na uit alleen maar Nederlandse content. Dit zou kunnen



betekenen dat gebruikers het platform voornamelijk gebruiken voor het streamen van Nederlandse content. Echter zijn platforms zelden transparant in het tonen van metadata, tags of andere aspecten waarop zij een rij selecteren.⁴² Het zou dus ook kunnen dat dit de programma’s zijn waarvan het platform wil dat ze overkomen als populair zodat men er sneller op klikt, waardoor ze als een gevolg

⁴² Eli Pariser, “Introduction,” in *The filter bubble: what the internet is hiding from you* (Londen: Viking, 2012), 9.

ook populair worden. Hierbij zorgen de cognitieve affordances voor een vorming van een imagined community. Door een categorie “best bekeken” te noemen wordt er aangegeven wat het grootste gedeelte van de andere gebruikers kijkt, waardoor er een groep wordt gevormd. Ook de twee laatste rijen bestaan voornamelijk uit Nederlandse producties, waarbij de “populair bij kids” de internationale content Nederlands ingesproken aanbiedt. Deze twee laatste categorieën bestaan dus bijna helemaal uit Nederlandse content maar hebben wel Engelse namen. De cognitieve affordances spreken hier de vorming van een Nederlandse identiteit tegen. De laatste categorie is “made by Videoland”, dit zijn dan ook allemaal Nederlandse producties. Toch is er voor gekozen om de titel in het Engels te schrijven. Het mixen van talen zou hierbij een representatie kunnen zijn van een Nederlandse identiteit waarin Nederlanders vaak worden bestempeld als goed in meerdere talen, waaronder Engels.

De indeling blijft vrijwel hetzelfde gedurende de eerste week van de analyse. Bovenaan blijft er altijd een prominente plek voor minstens één Nederlandse productie. De bovenste thumbnails komen vaak overeen met de rij “onlangs toegevoegd”. Er zit echter altijd minstens één Nederlandse productie bij, terwijl de rij “onlangs toegevoegd” soms is gevuld met internationale content. Dit wijst erop dat er een selectie is gemaakt op basis van de metadata en tags zodat er altijd een Nederlandse productie tussen staat in plaats van drie willekeurige producties die het laatst zijn toegevoegd of het populairst zijn et cetera.

Week 2

In de tweede week ben ik me gaan gedragen als een normale gebruiker en heb ik meerdere films en series aangeklikt en heb ik er ook een paar gekeken. Het eerste wat hierbij opviel zijn de genretags. Bij Nederlandse producties staat er naast de conventionele genres ook de tag “Nederlands”, terwijl er bij internationale series alleen conventionele genretags te vinden zijn (drama, actie, comedy etc.) en geen geografische tags. Onder de algemene informatie staat een kopje met vergelijkbare titels. Wat onder vergelijkbaar wordt verstaan lijkt bij elke serie te verschillen. Bij de serie *Gordon gaat Trouwen* bestaan de vergelijkbare titels uit series met dezelfde hoofdpersoon, Gordon. Bij de serie *Soof* zijn het titels die vergelijkbare thema's behandelen. Dit zijn vrijwel alleen Nederlandse titels, op één serie na. Hoewel de thematiek van deze serie, scheidingen, in veel internationale content te vinden is wordt ervoor gekozen om voornamelijk vergelijkbare Nederlandse titels te tonen. Dit zou kunnen komen door de genretag “Nederlands” waardoor er niet alleen wordt gefilterd op een genre als “romantiek” maar ook op “Nederlands” bij het zoeken naar vergelijkbare content.

Bij internationale producties staan echter ook Nederlandse productie bij de vergelijkbare titels. Deze producties komen que genre en thematiek niet per se overeen met de bekeken titel. Een voorbeeld hiervan is te vinden bij de serie *Love Island*. Onder dit Britse reality-datingprogramma staan vijf



Afbeelding 4: aanbevelingen bij het programma *Love Island*

“vergelijkbare titels”. Alle vijf zijn dit Nederlandse producties die niet per se vergelijkbaar te noemen zijn. Twee “vergelijkbare titels” zijn Nederlandse spelprogramma’s, één is een misdadocumentaire, één een realityprogramma over bekende Nederlanders en de laatste titel is een natuurdocumentaire. Het zijn dus allemaal uiteenlopende genres die alleen gemeen hebben dat het Nederlandse producties zijn. Ze worden echter wel vergeleken met een Brits datingprogramma. De selectie die hier wordt gemaakt lijkt dus niet te zijn gebaseerd op genre, taal of thematiek. Er vind echter steeds een sturing plaats richting Nederlandse producties, zelfs als de gebruiker een internationale productie bekijkt.

Deze stelling wordt opnieuw bevestigd wanneer de gebruiker zelf een titel wilt invullen op de zoekbalk. Zodra de zoekbalk wordt aangeklikt komen er namelijk al suggesties onder het kopje “populair”. Er worden zes titels gesuggereerd waarvan één titel een internationale productie is en deze staat als vijfde in het rijtje. Hiermee wordt een beeld geschetst dat de medegebruikers van het platform voornamelijk Nederlandse content kijken. Dat creëert opnieuw een soort imagined community. Hoewel er niet tegelijkertijd naar hetzelfde programma wordt gekeken, wordt er wel aangegeven welke programma’s het best bekeken worden. Daardoor kan een gebruiker een lid worden van een imagined community door dezelfde content te bekijken.

Na het bekijken van drie titels, *Gordon gaat Trouwen* (Nederlands), *Soof: een nieuw begin* (Nederlands) en *the Age of Adaline* (Amerikaans, één Nederlandse acteur), zijn er twee nieuwe rijen verschenen op het platform. De eerste rij is “verder kijken” en staat onder de drie grote thumbnails. In deze rij wordt bijgehouden met welke series de gebruikers bezig is, zodat hij of zij makkelijk bij de juiste aflevering uitkomt. De tweede toegevoegde rij heet “aanbevolen voor jou”. Op basis van de drie titels die ik heb gekeken worden dus suggesties gedaan voor content die ik dan ook leuk zou moeten vinden. Van de zeven titels die in eerste instantie zichtbaar zijn, zijn er vijf Nederlandse producties. Qua genre komen al deze titels redelijk overeen met de genres van de gekeken

programma's (romantiek en komedie). Binnen deze genres worden er echter wel voornamelijk Nederlandse producties getoond. De focus lijkt dus opnieuw te liggen op "Nederlands" als zijnde een genre.

Nieuws

Voorafgaand aan de geanalyseerde periode, op 29 november, is er een artikel geplaatst over de series en films die in December op het platform zullen verschijnen. Dit is een kleine selectie van het totale aanbod dat is toegevoegd gedurende december.⁴³ In dit artikel worden zes series en films genoemd waarvan de helft Nederlandse producties zijn en de helft internationale producties. De beschrijvingen staan door elkaar maar het valt wel op dat de beschrijvingen van de Nederlandse producties aanzienlijk langer zijn. Uit de titels blijkt al wel wat er Nederlands is en wat er Internationaal is. Het wordt echter ook benadrukt door het gebruik van namen van karakters in de omschrijvingen. Smith heeft het over de dimensie van *people* waarbij het volk wordt gerepresenteerd om een link met een land te tonen. In de beschrijvingen worden namen als "Jan Jaap", "Pieter Severijn" en "Luuk" genoemd. Deze namen ogen Nederlands en versterken daardoor ook een Nederlandse identiteit. Die namen zijn natuurlijk gekozen door de programmamakers en niet de mensen achter Videoland, maar er is wel voor gekozen om deze namen te noemen in de korte omschrijvingen. Dit in tegenstelling tot de internationale series waarbij voornamelijk de acteurs worden genoemd in plaats van de karakters: "Samuel L. Jackson en Ryan Reynolds in actie". Verder komt er ook nog een *ethnoscape* voor in deze omschrijvingen. Hier is sprake van bij de omschrijving van de Amerikaanse film *Hitman's Bodyguard*. Hierin wordt gezegd "(...) varend door de grachten van Amsterdam." Ondanks dat deze film geen Nederlandse productie is wordt er toch de nadruk gelegd op een link met Nederland door een typische ethnoscape, de grachten in Amsterdam, te beschrijven.

Op 4 december zijn er twee nieuwe artikelen geplaatst op de nieuws pagina, één over een Nederlands programma, *Nieuwe Tijden*, en één over een Amerikaans programma, *The Blacklist*. Beide artikelen zijn een aankondiging voor een nieuw seizoen. Het artikel over *Nieuwe Tijden* is een quiz waarmee kijkers kunnen testen hoeveel ze nog weten over vorige seizoenen en het artikel over *The Blacklist* is een algemene omschrijving van de serie met een korte re-cap van het einde van het vorige seizoen. De artikelen hebben hetzelfde doel, mensen enthousiast maken voor het nieuwe seizoen, maar de aanpak verschilt. Een quiz is daarbij een stuk interactiever dan een artikel waardoor de aandacht eerder wordt geleid naar het nieuwe seizoen van het Nederlandse programma dan het

⁴³ Bij het totale aanbod zijn er veel meer toegevoegde series en films te zien: "Bekijk hier het volledige aanbod van Videoland," Videoland by RTL, laatst geraadpleegd op 4 december 2017, <https://www.videoland.com/nl/aanbod/>.

nieuwe seizoen van het Amerikaanse programma. Daarnaast wordt er bij de omschrijving van *The Blacklist* een impliciete verwijzing naar een Nederlandse identiteit verwoord. Er wordt namelijk verwezen naar de Nederlandse actrice Famke Janssen die in een eerder seizoen een rol had. Dit wordt gebruikt als een bruggetje om de spin-off *The Blacklist: Redemption* te promoten waar zij nog wel in speelt. Het artikel gaat in eerste instantie over een andere serie maar wordt toch gebruikt om de aandacht te verschuiven naar een programma waarin een link naar een Nederlandse identiteit zit door middel van een Nederlandse actrice.

Zowel qua kwantiteit als kwaliteit (lengte, interactieve vormen) wordt er op de nieuwspagina meer nadruk gelegd op de Nederlandse series en films. Er blijkt dus opnieuw sprake van een interculturele thematiek in de presentatie van de Nederlandse identiteit van het platform. Dit blijkt ook uit een artikel dat is gepubliceerd op 11 december waarin een lijstje wordt gepresenteerd met series en films die gedurende de week zullen worden toegevoegd. Twee series uit dit lijstje worden toegelicht met een beschrijving van de inhoud. De eerste serie die wordt besproken is Nederlands en de tweede Amerikaans. Dit wordt expliciet benoemd in de tekst: “de Amerikaanse serie” of in de genreaanduiding “Drama, Nederlands”. Dat de nadruk wordt gelegd op Nederlandse content blijkt niet alleen uit de plaatsing in het artikel, maar ook uit de volgorde van het lijstje. Het lijstje is niet gesorteerd op datum, alfabet of genre. Bovenaan staat de Nederlandse serie CMC gevolgd door een Nederlands ingesproken versie van Thomas de trein met daaronder alle internationale titels in schijnbaar willekeurige volgorde. Onder het artikel staat weer een advertentie voor de serie *Soof: een nieuw begin* die qua grootte en kleur de aandacht afleidt van de onderkant van het lijstje wat dan nog in beeld is. Hier spelen de zintuigelijke affordances van het platform dan ook een grote rol in de sturing richting Nederlandse content. Waar internationale content te zien is wordt door middel van opvallende kleuren en titels in de afbeeldingen de aandacht getrokken naar een Nederlandse serie.

Cross-entiteiten

Op elk onderdeel van het platform wordt een Nederlandse identiteit geconstrueerd op basis van dezelfde aspecten. Over het algemeen worden er blanke mensen gerepresenteerd met een expliciete link naar de randstad. Op de nieuwspagina en de landingspagina zowel voor als na het inloggen worden steeds dezelfde acteurs en karakters naar voren gebracht. Zo komt bijvoorbeeld steeds de serie *Soof* naar voren waarin een blanke vrouw met blond haar centraal staat. Deze serie krijgt een grote rol toebedeeld als een representatie van wat er te vinden is op het platform doordat het door middel van de zintuigelijke affordances steeds een centrale positie krijgt toebedeeld. Series met

Gordon Heuckeroth (blonde, blanke man) worden ook steeds naar voren gebracht op de landingspagina en in de aanbevolen content wanneer je een andere serie aan het bekijken bent. Er wordt dus steeds een eenduidige Nederlandse identiteit geconstrueerd waarin weinig aandacht wordt besteed aan de pluriformiteit van de Nederlandse samenleving. De verschillende etniciteiten uit de realiteit zijn niet expliciet terug te zien in de representaties op het platform. Dat wil niet zeggen dat er geen series of films te vinden zijn op het platform waarin mensen van verschillende etniciteiten of met een migratieachtergrond voorkomen, maar dit zijn niet de series die door het platform worden gebruikt om een constructie van de Nederlandse identiteit vorm te geven.

Daarnaast is er ook weinig aandacht voor de verschillende regio's in Nederland. Een nationale identiteit wordt opgebouwd uit verschillende aspecten, waarbij elke regio iets 'eigens' heeft dat het toevoegt aan het geheel. Op Videoland wordt de Nederlandse identiteit echter voornamelijk gekoppeld aan de randstad met de nadruk op Amsterdam en Utrecht. Op de nieuwspagina gaat het bijvoorbeeld vaak over de serie *Nieuwe Tijden* waarbij wordt benadrukt met foto's, karakternamen en beschrijvende teksten dat de serie draait om een groepje blanke Nederlanders in een studentenhuus in Utrecht. Series die niet per se een link hebben met de randstad zoals de veel benadrukte serie *Soof* worden in de beschrijving dan ook niet gekoppeld aan een specifieke plaats. Naast het ontbreken van deze regio's in Nederland, worden ook andere Nederlandstalige regio's die buiten de geografische grenzen van Nederland zelf vallen niet meegenomen in de constructie van een nationale identiteit. Er wordt dus een hele specifieke invulling gegeven aan 'de Nederlandse identiteit' die niet per se representatief is voor de maatschappij in haar geheel.

Conclusie

Uit de analyse is gebleken dat er op verschillende manieren een eenduidige vorm van een Nederlandse identiteit wordt geconstrueerd op Videoland. Dit gebeurt via de teksten waarin de nadruk wordt gelegd op de "Exclusieve" "Nederlandse" content "van eigen bodem", via de afbeeldingen die impliciete verwijzingen naar een Nederlandse identiteit tonen door ethnoscapen en representaties van het volk en via de affordances die de gebruiker steeds opnieuw richting Nederlandse content lijken te sturen. Dit vindt plaats op alle onderdelen van het platform. De landingspagina voor het inloggen promoot het platform met voornamelijk afbeeldingen van Nederlandse producties en beschrijvende teksten die steeds de Nederlandse content afzetten tegen de internationale content. Na het inloggen vindt er bij het zoeken, bij vergelijkbare titels en in de bovenste categorieën steeds een sturing richting Nederlandse content plaats. Ook in de

nieuwsartikelen waarin zowel nationale als internationale titels worden besproken wordt de aandacht steeds geleid naar Nederlandse content. Met al deze aspecten lijkt het platform zich te profileren als een voornamelijk Nederlandse streamingsdienst door de nadruk te leggen op specifieke aspecten van de Nederlandse cultuur. Hierbij worden veel andere aspecten van de Nederlandse cultuur buiten beschouwing gelaten.

Zoals bleek uit het onderzoek van Anderson, en latere toepassingen van zijn onderzoek, kan een massamedium een gevoel van nationale identiteit construeren of versterken.⁴⁴ In mijn onderzoek ging ik uit van de vraag of er met de huidige vormen van televisie in een globale context nog steeds sprake is van een constructie van nationale identiteit en op welke manieren dat dan gebeurt. Sonja de Leeuw zei al over televisie dat het medium mensen de mogelijkheid biedt om buiten hun eigen 'groep' te kunnen kijken, "een blik die hun gevoel van die eigen groep en gemeenschap uitdaagt."⁴⁵ In huidige vormen van televisie zoals de online video platforms is het nog makkelijker om over grenzen te kijken. Er is vaak meer internationale content te vinden en de gebruiker bepaalt zelf of hij of zij nationale of internationale content consumeert. Dit zou dan ook een reden kunnen zijn dat een platform als Videoland een Nederlandse identiteit construeert om de gebruikers toch in een bepaalde imagined community te plaatsen. Op die manier kan een groep mensen binnen een globale context waarin alles beschikbaar is toch worden samengevoegd als een natie. Daarvoor is het niet meer nodig om tegelijkertijd hetzelfde programma te kijken met de andere leden van het imagined community. Het is voornamelijk de digitale omgeving, waarin programma's en films worden gekeken, die via sturing richting Nederlandse content een nationale identiteit op expliciete en impliciete wijze overbrengt op gebruikers en daarmee een community construeert.

Op Videoland wordt dus een vorm van een Nederlandse identiteit geconstrueerd op verschillende wijzen. Dit wil echter niet zeggen dat het door gebruikers ook op een dergelijke wijze wordt geïnterpreteerd. In mijn onderzoek stond de tekst, het platform, centraal. Daarmee heb ik een bijdrage kunnen leveren aan het onderzoek naar nationale identiteit op digitale televisie omgevingen maar het is niet alomvattend. Toekomstig onderzoek zou zich dan ook kunnen richten op de productie en de receptie kant. Door bijvoorbeeld de producenten te interviewen kan er onderzocht worden of het de intentie is om een Nederlandse identiteit te construeren en in hoeverre dit op bewuste manieren wordt uitgevoerd. Door ook gebruikers te interviewen kan er dan onderzocht worden of het platform ook wordt geïnterpreteerd als construerend een Nederlandse identiteit en of gebruikers deze identiteit ook bewust afleiden uit de verschillende aspecten die in dit onderzoek

⁴⁴ Anderson, "Imagined Communities."

⁴⁵ de Leeuw, "Hoe komen wij in beeld?"

naar voren zijn gekomen. Daarnaast is het ook interessant om te kijken of de achtergrond van de gebruikers een rol speelt in het wel of niet herkennen van een nationale identiteit. Gebruikers met een migratieachtergrond zouden zich bijvoorbeeld niet kunnen herkennen in de geconstrueerde Nederlandse identiteit en autochtone Nederlanders wellicht wel, aangezien het platform niet elke bevolkingsgroep binnen Nederland representeert. Met dit onderzoek heb ik een start gemaakt in het onderzoeken van nationale identiteiten in een digitaal tijdperk waarin televisie op nieuwe manieren wordt overgebracht op consumenten. Dit is een nog relatief nieuw onderzoeksveld en moet dan ook worden aangevuld met meer onderzoek naar de vorming van (nationale) identiteiten op digitale video platforms.

Literatuurlijst

- Anderson, Benedict. *Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*. London: Verso, 1983.
- Beeden, Alexandra en Joost de Bruin. "The Office: Articulations of National Identity in Television Format Adaptation." *Television & New Media* 11:1 (2010): 3-19.
Doi:10.1177/527476409338197.
- Billig, Michael. *Banal Nationalism*. Londen: SAGE publications, 1995.
- Bourdon, Jérôme. "Le Programme de télévision et l'identité nationale." *Média-pouvoirs* 28 (1992): 5-13.
- Burgmans, H. H. "Finding happiness at hand: intertwining the RTL XL service in the lives of its future users." Master thesis, TU Delft, 2014.
- Chamberlain, David. "Scripted Spaces: Television Interfaces and the Non-Places of Asynchronous Entertainment." In *Television as Digital Media* ed. James Bennet en Niki Strange, 230-254. Durham: Duke University Press, 2011.
- Chamberlain, David. "Television Interfaces." *Journal of Popular Film and Television* 38:2 (2010): 84-88.
- Dhoest, Alexander. "Negotiating images of the nation: the production of Flemish TV drama, 1953-89." *Media, Culture & Society* 26:3 (2004): 393-408.
- Fürsich, Elfriede. "In Defense of Textual Analysis: restoring a challenged method for journalism and media studies." *Journalism Studies* 10:2 (2009): 238-252.
<http://dx.doi.org/10.1080/14616700802374050>
- Hall, Stuart. "Cultural Identity and Diaspora." In *Identity: Community, Culture, Difference*, edited by Jonathan Rutherford, 222-237. Londen: Lawrence and Wishart, 1990.
- Hjort, Mette. "Themes of Nation." In *Cinema & Nation* edited by Mette Hjort en Scott Mackenzie, 95-110. Taylor & Francis e-library, 2005.
- Jenkins, Henry. *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York: NYU Press, 2006.
- de Leeuw, Sonja. "Hoe komen wij in beeld?: Cultuurhistorische aspecten van de Nederlandse televisie." *Uitgesproken bij de aanvaarding van het ambt van hoogleraar Nederlandse televisiecultuur in internationale context*, Utrecht, 6-11-2003.

- Lister, Martin, Dovey, John, Giddings, Seth, Grant, Iain and Kelly, Kieran. "New Media and New Technologies." In *New Media: a critical introduction*. New York: Routledge, 2009.
- Lotz, Amanda D. "The Paradigmatic Evolution of US Television and the Emergence of Internet-Distributed Television." *Icono* 14:2 (2016): 122-142. Doi:10.7195/ri14.v14i1.993.
- Morley, David. "Belongings: Place, space and identity in a mediated world." *European Journal of Cultural Studies* 4:4 (2001): 425-448.
- Pariser, Eli. "Introduction." In *The filter bubble: what the internet is hiding from you*, 1-20. Londen: Viking, 2012.
- Smith, Anthony. "IMAGES OF THE NATION Cinema, art and national identity." In *Cinema & Nation* edited by Mette Hjort en Scott Mackenzie, 41-53. Taylor & Francis e-library, 2005.
- Stanfill, Mel. "The interface as discourse: The production of norms through web design." *New Media & Society* 17:7 (2015): 1059-1074. Doi:10.1177/1461444814520873.
- Tse, Yu-Kei. "Television's changing role in social togetherness in the personalized online consumption of foreign TV." *New Media & Society* 18:8 (2016): 1547 - 1562.
- Turner, Graeme. "The media, the nation and globalisation." In *Re-Inventing the Media*, 59-73. London: Routledge, 2016.
- Uricchio, William. "Television's Next Generation: Technology/Interface Culture/ Flow." In *Television after TV: Essays on a Medium in Transition*, edited by Lynn Spigel en Jan Olsson, 163-182. Durham: Duke University Press, 2004.
- van Keulen, Jolien en Tonny Krijnen. "The limitations of localization: A cross-cultural comparative study of *Farmer Wants a Wife*." *International Journal of Cultural Studies* 17:3 (2014): 277-292. Doi:10.1177/1367877913496201.
- Videoland by RTL. "Bekijk hier het volledige aanbod van Videoland." Laatst geraadpleegd op 4 december 2017. <https://www.videoland.com/nl/aanbod/>.
- Videoland by RTL. "Kan ik Videoland ook in het buitenland kijken?" Laatst geraadpleegd op 26 oktober 2017. <https://hulp.videoland.com/hc/nl/articles/202241801-Kan-ik-Videoland-ook-in-het-buitenland-kijken->.
- Videoland by RTL. "Kijk onbeperkt series en films – Videoland.com." Laatst geraadpleegd op 4 december 2017. <https://www.videoland.com/nl/>.
- Videoland by RTL. "Over Videoland." Laatst geraadpleegd op 11 oktober 2017. <https://www.videoland.com/nl/over-videoland/>.
- Visser, D. J. G. en P. J. Kreijger. "Bilijke vergoeding video-on-demand verplicht collectief?" *Tijdschrift voor auteurs, media & informatierecht* 1 (2015): 9-11.

Bijlage 1 Plagiaatverklaring

Verklaring Intellectueel Eigendom

De Universiteit Utrecht definieert plagiaat als volgt:

Plagiaat is het overnemen van stukken, gedachten, redeneringen van anderen en deze laten doorgaan voor eigen werk.

De volgende zaken worden in elk geval als plagiaat aangemerkt:

- 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 teksten van anderen zonder aanhalingstekens en verwijzing (zogenaamd “vertaalplagiaat”);
- het parafaseren van teksten van anderen zonder verwijzing. Een parafrase 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;
- het indienen van werkstukken die verworven zijn van een commerciële instelling (zoals een internetsite met uittreksels of papers) of die al dan niet tegen betaling door iemand anders zijn geschreven.

Ik heb bovenstaande definitie van plagiaat zorgvuldig gelezen en verklaar hierbij dat ik mij in het aangehechte BA-eindwerkstuk niet schuldig gemaakt heb aan plagiaat.

Tevens verklaar ik dat dit werkstuk niet ingeleverd is/zal worden voor een andere cursus, in de huidige of in aangepaste vorm.

Naam:

Studentnummer:

Plaats:

Datum:

Handtekening:

Bijlage 2 Corpus

4 december 2017:

Landingspagina voor het inloggen:

VIDEOLAND BY RTL [BEKIJK ONS AANBOD](#) [2 WEKEN PROEFPERIODE](#) [ZO WERKT VIDEOLAND](#) [VEELGESTELDE VRAGEN](#) [NIEUWS](#) [INLOGGEN](#)

KIJK ONBEPERKT SERIES EN FILMS

Geniet overal en altijd van de beste series en films voor slechts € 8,99 per maand. Je raakt nooit uitgekeken!

- ✓ Geen reclame
- ✓ Kijk op meerdere schermen
- ✓ Uitgebreid kidsaanbod
- ✓ Offline kijken met download to go
- ✓ Inclusief de beste RTL programma's
- ✓ Elk moment online opzegbaar

KIJK 2 WEKEN GRATIS

VIDEOLAND BY RTL [BEKIJK ONS AANBOD](#) [2 WEKEN PROEFPERIODE](#) [ZO WERKT VIDEOLAND](#) [VEELGESTELDE VRAGEN](#) [NIEUWS](#) [INLOGGEN](#)

JE RAAKT NOOIT UITGEKEKEN BIJ VIDEOLAND

728 TITELS VAN NEDERLANDSE BODEM

Bekende titels, verrassende producties, aanstormend talent, doorgewinterde acteurs; het oer-Hollandsche aanbod bij Videoland is waanzinnig breed. Laat je inpakken, overrompelen en vervoeren door de leukste films en exclusieve Videolandseries van eigen bodem.

KIJK 2 WEKEN GRATIS

VIDEOLAND BY RTL [BEKIJK ONS AANBOD](#) [2 WEKEN PROEFPERIODE](#) [ZO WERKT VIDEOLAND](#) [VEELGESTELDE VRAGEN](#) [NIEUWS](#) [INLOGGEN](#)

JE RAAKT NOOIT UITGEKEKEN BIJ VIDEOLAND

697 TITELS INTERNATIONALE FILMS

Topfilms, die vind je in het aanbod van Videoland. Volop. Illustere films van jaren terug, maar ook recent bekroonde titels. Met het brede aanbod van Videoland kom je op ieder moment aan je trekken. Behoeft aan romantische komedie? Videoland heeft het. Griezelen? Dat kan, kies maar uit!

KIJK 2 WEKEN GRATIS

VIDEOLAND BY RTL BEKIJK ONS AANBOD 2 WEKEN PROEFPERIODE ZO WERKT VIDEOLAND VEELGESTELDE VRAGEN NIEUWS INLOGGEN

JE RAAKT NOOIT UITGEKEKEN BIJ VIDEOLAND

281 TITELS INTERNATIONALE SERIES

Bang voor bingewachten? Kijk uit, want bij Videoland is er bijna geen ontkomen aan. Je weet hoe het gaat: je kiest een serie. Raakt in de ban. Je kijkt en kijkt. Nog een aflevering... Een nieuw seizoen? Oké, nog eentje dan! Non-stop. Reclamevrij. Spannende én ontspannende series uit Amerika, Engeland en Scandinavië, net waar jij zin in hebt.

KIJK 2 WEKEN GRATIS



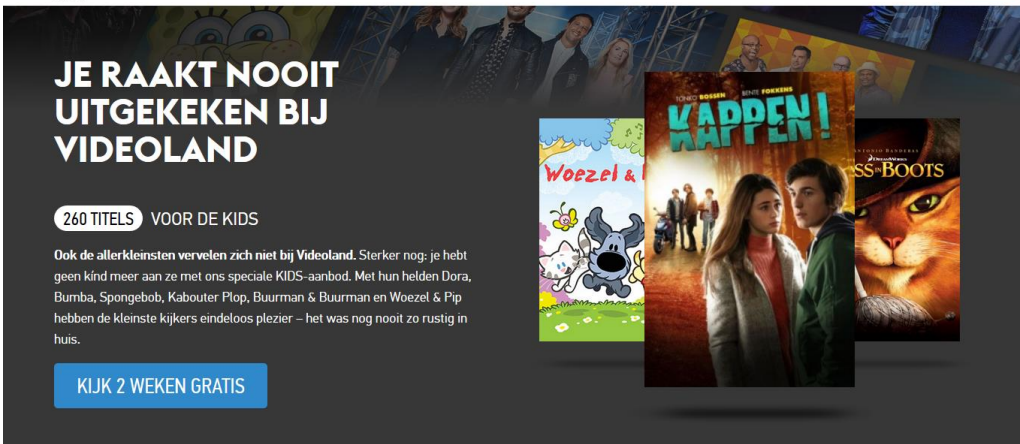
VIDEOLAND BY RTL BEKIJK ONS AANBOD 2 WEKEN PROEFPERIODE ZO WERKT VIDEOLAND VEELGESTELDE VRAGEN NIEUWS INLOGGEN

JE RAAKT NOOIT UITGEKEKEN BIJ VIDEOLAND

260 TITELS VOOR DE KIDS

Ook de allerkleinsten vervelen zich niet bij Videoland. Sterker nog: je hebt geen kind meer aan ze met ons speciale KIDS-aanbod. Met hun helden Dora, Bumba, Spongebob, Kabouter Plop, Buurman & Buurman en Woezel & Pip hebben de kleinste kijkers eindeloos plezier – het was nog nooit zo rustig in huis.

KIJK 2 WEKEN GRATIS




VIDEOLAND BY RTL BEKIJK ONS AANBOD 2 WEKEN PROEFPERIODE ZO WERKT VIDEOLAND VEELGESTELDE VRAGEN NIEUWS INLOGGEN

NU 2 WEKEN PROEFPERIODE

Oneindig veel series, films en documentaires voor **€ 8⁹⁹ PER MAAND**

- ✓ Onbeperkt series en films
- ✓ De nieuwste series: nog niet op tv, al wél bij Videoland
- ✓ Kijk tegelijkertijd op verschillende apparaten
- ✓ Elk gezinslid een eigen profiel
- ✓ KIDS-aanbod: speciaal voor de allerkleinsten
- ✓ Download to Go: kijk je favoriete series en films offline

KIJK 2 WEKEN GRATIS



VIDEOLAND BY RTL

BEKIJK ONS AANBOD 2 WEKEN PROEFPERIODE ZO WERKT VIDEOLAND VEELGESTELDE VRAGEN NIEUWS [INLOGGEN](#)

ZO WERKT VIDEOLAND

Een veelbesproken internationale of exclusieve Nederlandse serie? Een spannende film of lekker tv-programma? Videoland heeft wát je wilt, wánnere je het wilt en wáar je het wilt, voor een vast bedrag per maand. Onbegrensd kiezen uit duizenden titels, zonder reclame. De streamingdienst die je ontroert, laat zinderen, zweten, stralen, ontspannen of juist keihard lachen... net waar je zin in hebt! Uitgekeken? Nooit. Elke dag voegen we nieuwe series, films of tv-programma's toe. Blijf ontdekken, met Videoland!

STAP 1

Maak een account aan – zo gepiept!

STAP 2

Start je gratis periode door verificatie van betalingsgegevens

STAP 3

Kijk series en films op je tv, pc, tablet of mobiel

[KIJK 2 WEKEN GRATIS](#)

VIDEOLAND BY RTL

BEKIJK ONS AANBOD 2 WEKEN PROEFPERIODE ZO WERKT VIDEOLAND VEELGESTELDE VRAGEN NIEUWS [INLOGGEN](#)

VEELGESTELDE VRAGEN

- > Wat is Videoland?
- > Hoe werkt de proefperiode?
- > Op welke apparaten kan ik Videoland kijken?
- > Hoe kan ik Videoland kijken op mijn tv?
- > Hoe kan ik kijken op mijn smart tv?
- > Hoe kan ik mijn abonnement opzeggen?

WAT IS VIDEOLAND?

Streamingdienst Videoland is dé plek voor plezier: met een groot en gevarieerd online aanbod van duizenden series en films uit binnen- en buitenland, waaronder een groot aantal exclusieve producties van Nederlandse bodem. Elke dag voegen we nieuwe series, films of tv-programma's toe.

Videoland heeft wát je wilt, wánnere je het wilt en wáar je het wilt, voor een vast bedrag per maand.

[KIJK 2 WEKEN GRATIS](#)

Landingspagina na het inloggen:

(na het aanmaken van een proefaccount) 38/60 getoonde opties zijn Nederlandse titels.

Wat vind je leuk?

Kies 5 titels, zodat wij je persoonlijke aanbevelingen kunnen doen.
Hoe meer je selecteert, hoe beter!

[OVERSLAAN](#)

(zonder een selectie te hebben gemaakt op de vorige pagina)

The image displays three screenshots of the Videoland website interface, illustrating different content categories and navigation elements.

Top Screenshot: Shows the main navigation bar with 'VIDEOLAND BY RTL' and menu items: HOME, SERIES, FILMS, KIDS, and KIJKLIJST. Below the navigation are three featured content cards: 'Sinf en co: Het Verdwenen Boek', 'Peaky Blinders', and 'Soof: Een Nieuw Begin'. Each card has an 'AFSPELEN' (Play) button.

Middle Screenshot: Titled 'ONLANGS TOEGEVOEGD' (Recently Added), it shows a horizontal carousel of content cards including 'BABE', 'BLACK SEA', 'THE DRESSMAKER', 'Familie WEEKEND', 'COLLATERAL', 'SNEEUWUITJES NIEUWE AVONTUREN', and 'PEAKY BLINDERS'. A 'HULP' (Help) button is visible on the right side of the carousel.

Bottom Screenshot: Titled 'EXCLUSIEF BIJ VIDEOLAND' (Exclusive to Videoland), it shows a horizontal carousel of content cards including 'the good fight', 'THE HANDMAID'S TALE', 'TWIN PEAKS', 'THE GIRLFRIEND EXPERIENCE', 'LOCHNESS', 'BLACKLIST', and 'Younger'. Below this is another section titled 'BEST BEKEKEN' (Most Watched) with cards for 'Soof', 'BAANTJER', 'Nieuwe TIJDEN', 'MOORDVROUW', 'WAKKER! WORDEN!', 'BB THE BOLD AND THE BEAUTIFUL', and 'Goetse Vrouwen'. A 'HULP' button is also present.

The bottom-most screenshot shows a 'KIDS' category with a carousel of children's content including 'ROBINZEL', 'Casper en Emma', 'GADGETINS', 'SpongeBob SQUAREPANTS', 'Pet-Sny', 'SINT+CO De verdwenen Sinter', and 'Red Raffi!'. Below this is a 'MADE BY VIDEOLAND' section with cards for 'SINT+CO Het verdwenen boek', 'De Ontvoering van Gerrit Jan Heijn', 'DARE', 'MOTORBENDES ONDER VUUR', 'MEISJE VAN PLEZIER', 'VADERS & MOEDERS', and 'DE 12 VAN OLDENHEIM'. A 'HULP' button is visible on the right side of this section.

Eerste vijf categorieën zijn: Onlangs toegevoegd, exclusief bij videoland, best bekeken, populair bij kids en made by videoland.

Bij de Nederlandstalige series en films staat naast het algemene genre ook als genrecategorie "Nederlands".

Beschrijvende teksten bij Nieuws:

Binnenkort

Deze series en films komen eraan in December

Gepubliceerd op 29 november 2017

December, het is de meeste donkere maar ook de meest gezellige maand van het jaar. Voor je het weet staan de drukke feestdagen weer voor de deur. Tussen alle gezelligheid door is het ook belangrijk om deze maand lekker te ontspannen. En er is geen betere manier om dat te doen dan onder een dekentje met een kop warme chocolademelk en een goede serie of film. Bekijk hieronder welke nieuwe series en films wij in December toevoegen.

Younger – seizoen 4

Waarom kunnen wij niet wachten op Younger seizoen 4? Wij zijn nog steeds ontdaan door de cliffhanger. De laatste woorden van Josh tegen Liza nadat hij het uitmaakte, zeggen genoeg. "Your lies are hurting everyone around you." En alsof dit nog niet genoeg drama was, vertelde Liza ook de waarheid tegen Kelsey... Hoe loopt dit af? Vanaf 8 December seizoen 4!

CMC

Wij kijken onwijs uit naar **17 december**. Vanaf dan kunnen we meteen genieten van het hele nieuwe seizoen van CMC. Hoe gaat het verder met de geheime liefde tussen Chloe en Luuk en wat doet Jacob met zijn grote geheim? De knappe artsen komen weer in actie!

Hitman's Bodyguard

Net uit de bioscoop en vanaf **28 december** bij ons! Samuel L. Jackson en Ryan Reynolds in actie, varend door de grachten van Amsterdam. Need I say more?

Logan Lucky

Channing Tatum en Adam Driver als de Logan broers die een overval willen plegen op het NASCAR-race circuit. Het team wordt aangevuld door hun zus Mellie, een veroordeelde bankkaskraker. Een gemakkelijke chaos!

Nieuwe Tijden – Seizoen 3

Met de spannende cliffhanger van seizoen 2 zitten wij nog op het puntje van onze stoel, wachtend op seizoen 3. Waar is Jan Jaap gebleven na zijn harde val en hoe loopt het af met de gewonde Sil? Ook kunnen we 4 nieuwkomers in het huis verwachten en kruipt Vajen weer in de huid van Moon. Vanaf **22 december** begint het nieuwe seizoen.

Familieweekend

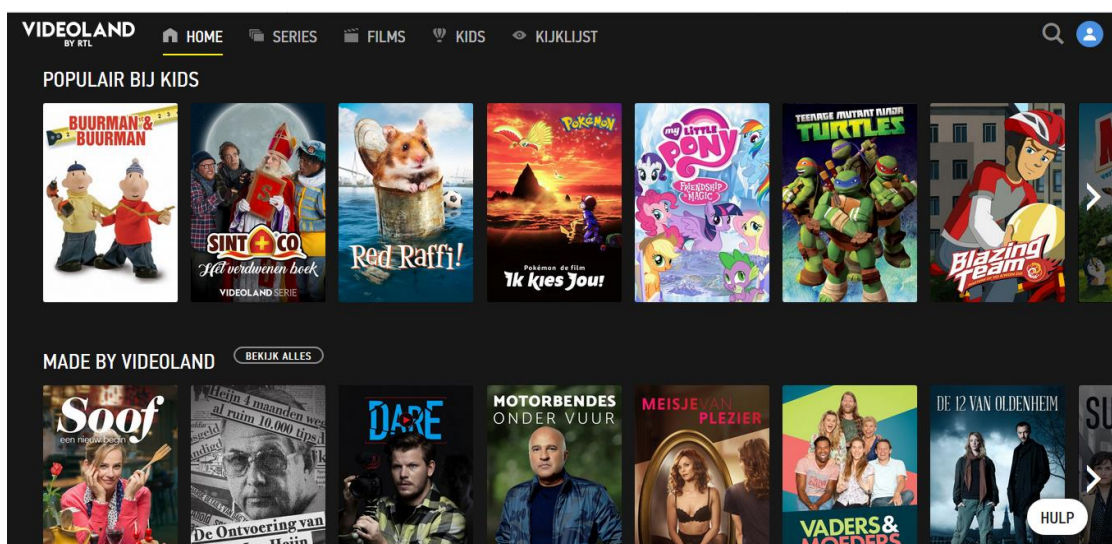
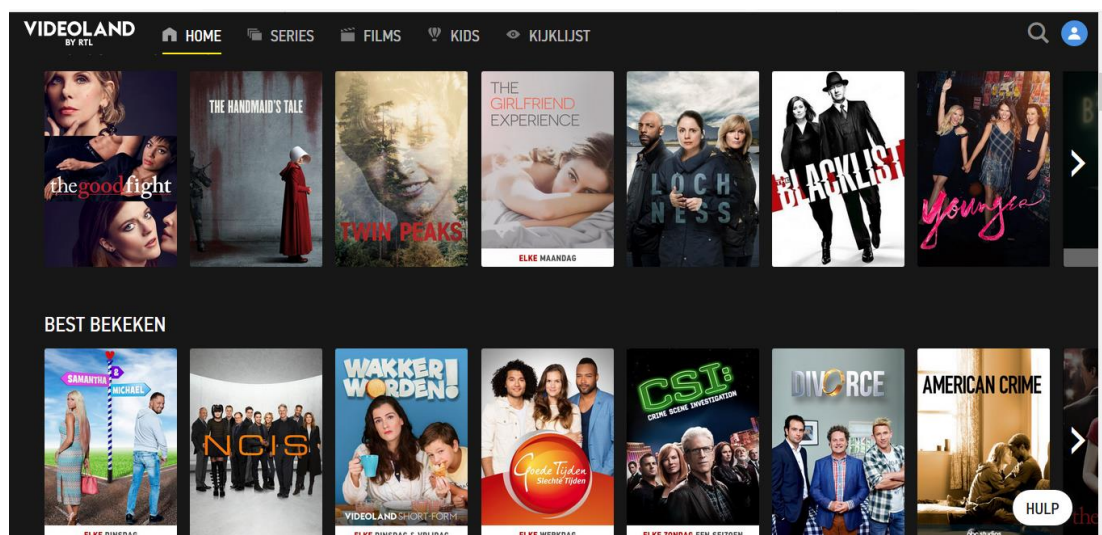
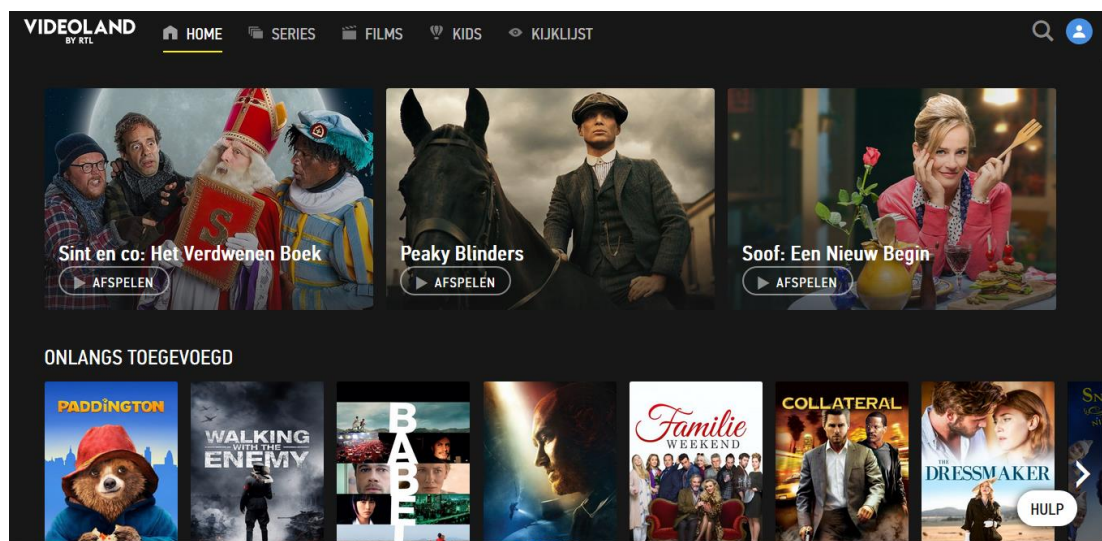
De Nederlandse komedie gaat over een ingewikkelde hebbelijke familie. De rijke weduwnaar Pieter Severijn nodigt zijn kinderen uit om bij elkaar te komen omdat hij groot nieuws heeft. De kinderen hopen dat hun vader eindelijk het familiefortuin gaat verdelen. Onverwacht verteld hun vader dat hij gaat trouwen met zijn dertig jaar jongere vriendin: Bonnie. De kinderen zullen er alles aan te doen om het huwelijk te voorkomen. Benieuwd hoe dit afloopt? Vanaf 3 December bij Videoland.

PSSSST weet je ook al dat we 1 januari 13 seizoenen van Greys Anatomy krijgen? Perfecte serie om het nieuwe jaar mee te beginnen!

5 december 2017

Voor inloggen is hetzelfde


Na inloggen:




Nieuws:

VIDEOLAND
 BY RTL

[BEKIJK ONS AANBOD](#)
[2 WEKEN PROEFPERIODE](#)
[ZO WERKT VIDEOLAND](#)
[VEELGESTELDE VRAGEN](#)
[NIEUWS](#)
[INLOGGEN](#)






NIEUWS

QUIZ: BEN JIJ EEN ECHTE NIEUWE TIJDEN KENNER?

4 december 2017

Waar is Jan Jaap gebleven en hoe loopt het af met Sil? Nog heel even wachten en het nieuwe seizoen...

[Lees meer >](#)



BINNENKORT

THE BLACKLIST SEIZOEN 5 KOMT ERAAN!

4 december 2017

Zit jij al tijden in spanning te wachten hoe het verder gaat in The Blacklist? Het wachten is bijna voorbij!

[Lees meer >](#)

Zoeken in blog

AANBOD ▾


SERIE

FILM

NIEUWS ▾

BEHIND THE SCENES

BINNENKORT



The Blacklist seizoen 5 komt eraan!

Gepubliceerd op 4 december 2017

Zit jij al tijden in spanning te wachten hoe het verder gaat in The Blacklist? Het wachten is bijna voorbij! Vanaf 3 januari is seizoen 5 namelijk bij ons te zien.

The Blacklist seizoen 5

Verrassend onbezwaard werkt Raymond Reddington aan het opnieuw opbouwen van zijn criminele imperium. Met aan zijn zijde? Elizabeth Keen. FBI-agente én zijn dochter. 'Liz' leeft in tweespalt en in een wereld waarin de zoektocht naar de criminelen op Reddingtons Blacklist familiehandel lijkt te zijn geworden. Aflevering 1 en 2 zijn op 3 januari te zien, vanaf dan wordt er elke week een nieuwe aflevering toegevoegd!

Weet jij het nog?

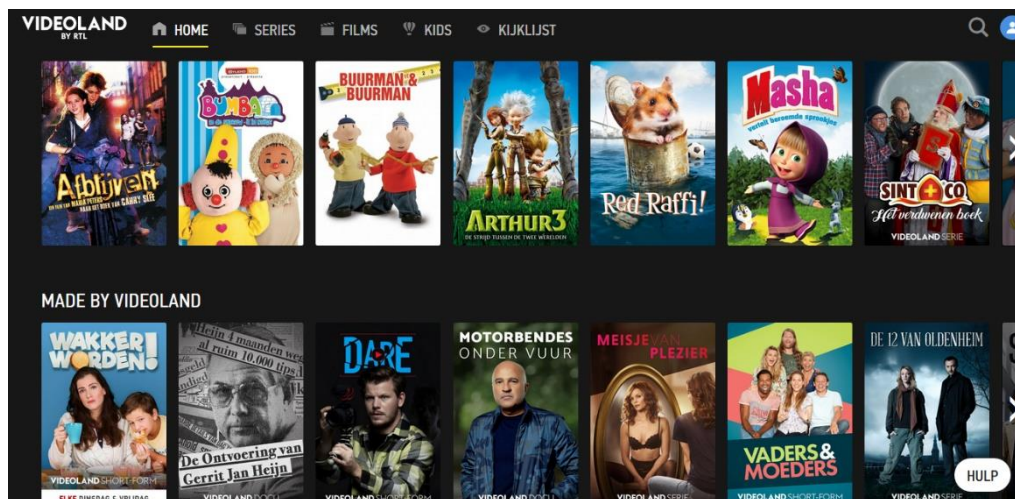
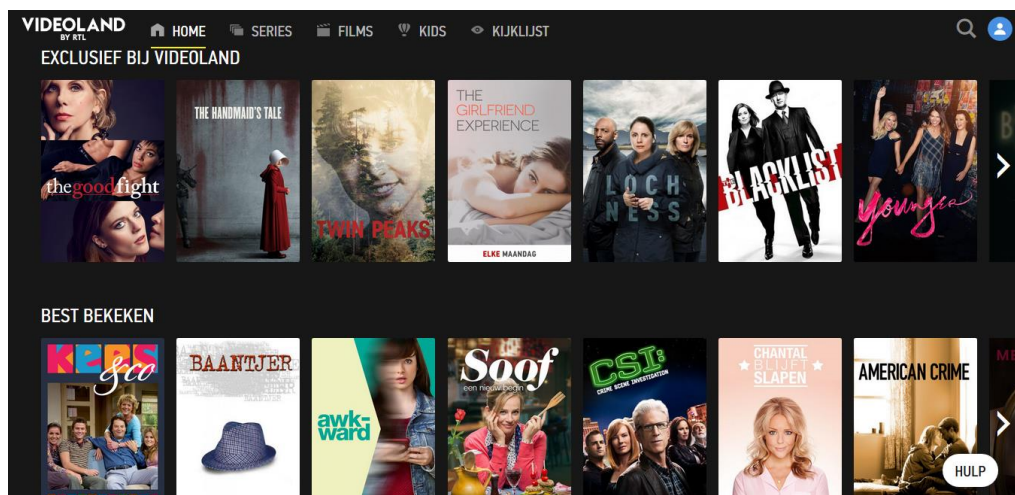
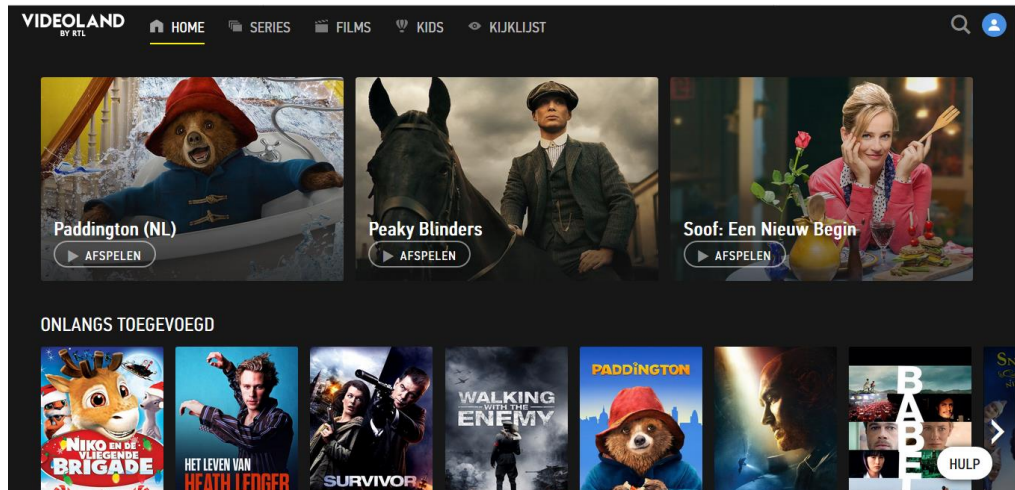
Weet jij niet meer precies wat er in de afgelopen seizoen gebeurt is? Geen zorgen! Vanaf 1 januari is er een recap van seizoen 1 t/m 4 te zien bij Videoland zodat jij volledig op de hoogte bent.

The Blacklist is al jaren een nationale en internationale hit. Bij Videoland behoort de NBC-serie tot een van de best bekeken internationale titels. Eerder was ook Famke Janssen in The Blacklist te bewonderen. Zij kreeg, met onder meer collega-acteur Ryan Eggold – die ook in het vijfde seizoen te bewonderen is -, een hoofdrol toebedeeld in de spin-off **The Blacklist: Redemption**. Ook deze serie is bij ons te zien!

Let op! Seizoen 4 van The Blacklist is tot 31 december 2017 te zien. Dus even flink bingewatchen als je nog niet up-to-date bent!

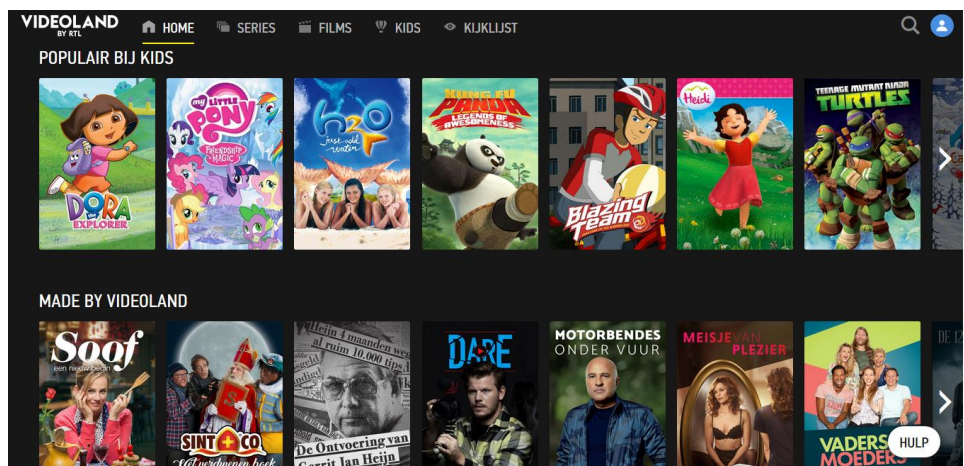
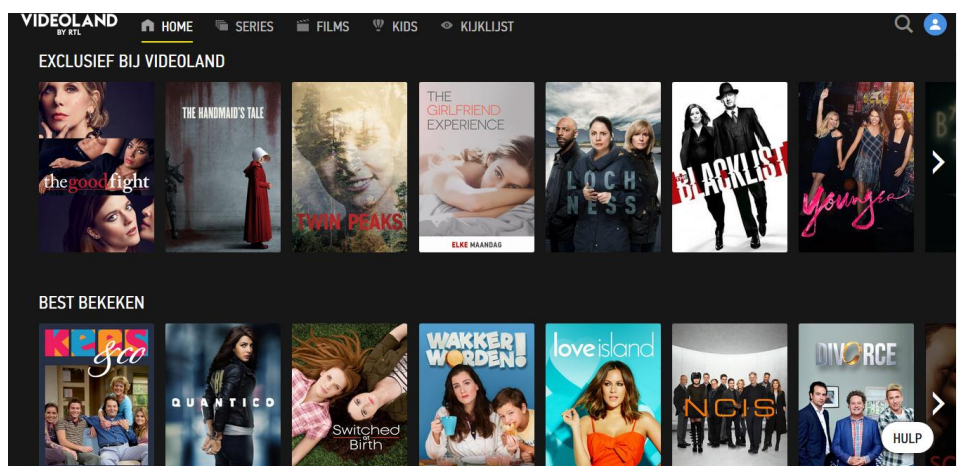
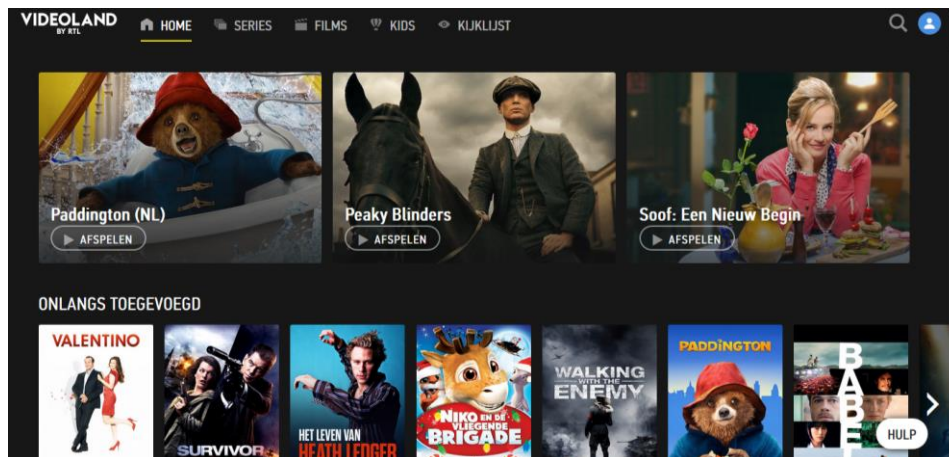
6 December 2017

Na inloggen:



7 december 2017

Landingspagina na inloggen:



Nieuws:

VIDEOLAND
BY RTL

BEKIJK ONS AANBOD 2 WEKEN PROEFPERIODE ZO WERKT VIDEOLAND VEELGESTELDE VRAGEN NIEUWS [INLOGGEN](#)




BEHIND THE SCENES
MAAK KANS OP EEN FIGURANTENROL IN NIEUWE TIJDEN!

Gepubliceerd op 6 december 2017

Zoeken in blog 

VIDEOLAND
BY RTL

BEKIJK ONS AANBOD 2 WEKEN PROEFPERIODE ZO WERKT VIDEOLAND VEELGESTELDE VRAGEN NIEUWS [INLOGGEN](#)




Maak kans op een figurantenrol!

Ben jij Videolandabonnee en wil je samen met een vriend(in) figureren in Nieuwe Tijden Seizoen 3 en de cast ontmoeten? Maak dan snel de zin af en wie weet sta jij donderdag 21 december op de set van Nieuwe Tijden!

[Doe mee aan de prijsvraag](#)

- SERIE
- FILM
- NIEUWS ▾
- BEHIND THE SCENES
- BINNENKORT
- LAATSTE KANS
- LUSTJES
- QUIZJES
- UPDATES



Nieuws

Vier nieuwe personages in Nieuwe Tijden!

Gepubliceerd op 6 december 2017

Fabian (Tom van Kessel), Fleur (Roos Netjes), Kubus (Nienke Eijkens) en Ritz (Casper Nusselder) hebben een rol in seizoen 3 van Nieuwe Tijden.

Vanaf **vrijdag 22 december** is het derde seizoen bij ons te zien. Dan kom jij er eindelijk achter hoe het afloopt na de zenuwslopende seizoenscliffhanger! Niet alleen de verhoudingen in het studentenhuis kwamen daarin op zijn kop te staan. Ook de huisfeesten, de terugkeer van Jan Jaap en de opbloeiende liefdes zorgden voor heel wat opschudding. Leeft Tiffy's vader echt nog en hoe ernstig is Sil gewond? Het derde seizoen belooft nieuwe verrassingen, ontluikende liefdes en spannende onthullingen.

4 nieuwe personages

Vier nieuwe personages arriveren in Utrecht, maar wie van hen bemachtigen dit seizoen een plekje in het studentenhuis? Zijn het de vriendinnen Fleur en Kubus of windt enorme flirt Fabian met zijn goede looks en vlotte babbel iedereen om zijn vinger? Een nieuwe mix van personages, ieder met een eigen verhaal. Eén ding is zeker, niets is wat het lijkt en sommige huisgenoten moeten extra op hun hoede zijn. Moon keert terug uit China en wordt net als in het eerste seizoen gespeeld door Vajèn van den Bosch. Zij arriveert niet alleen, want de aantrekkelijke surfdude Ritz vergezelt haar. Ook vertrouwde gezichten Amy (Holly Mae Brood), Tiffy (Cecilia Adorée), Sil (Soy Kroon), Elin (Jolijn Henneman), Loki (Ridder van Kooten), Mark (Joel de Tombe) en Karim (Olaf Ait Tami) keren terug.




Het derde seizoen van Nieuwe Tijden bestaat uit 75 afleveringen. Vanaf vrijdag 22 december worden er wekelijks twee nieuwe afleveringen toegevoegd. Seizoen 1 & 2 zijn ook volledig bij ons terug te zien!

8 december 2017


Na inloggen:

VIDEOLAND BY RTL


HOME SERIES FILMS KIDS KIJKLIJST



Younger
▶ AFSPLEEN










Paddington (NL)
▶ AFSPLEEN



Soof: Een Nieuw Begin
▶ AFSPLEEN



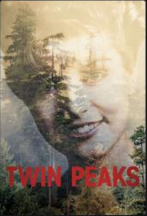




ONLANGS TOEGEVOEGD

HULP








VIDEOLAND BY RTL

HOME SERIES FILMS KIDS KIJKLIJST

HULP

BEST BEKEKEN




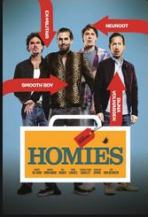


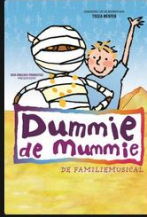








HULP

VIDEOLAND BY RTL








HOME SERIES FILMS KIDS KIJKLIJST

PRETTIGE FEESTDAGEN

HULP

MADE BY VIDEOLAND

HULP

Prettige feestdagen ter vervanging van de categorie populair bij kids.

10 december 2017

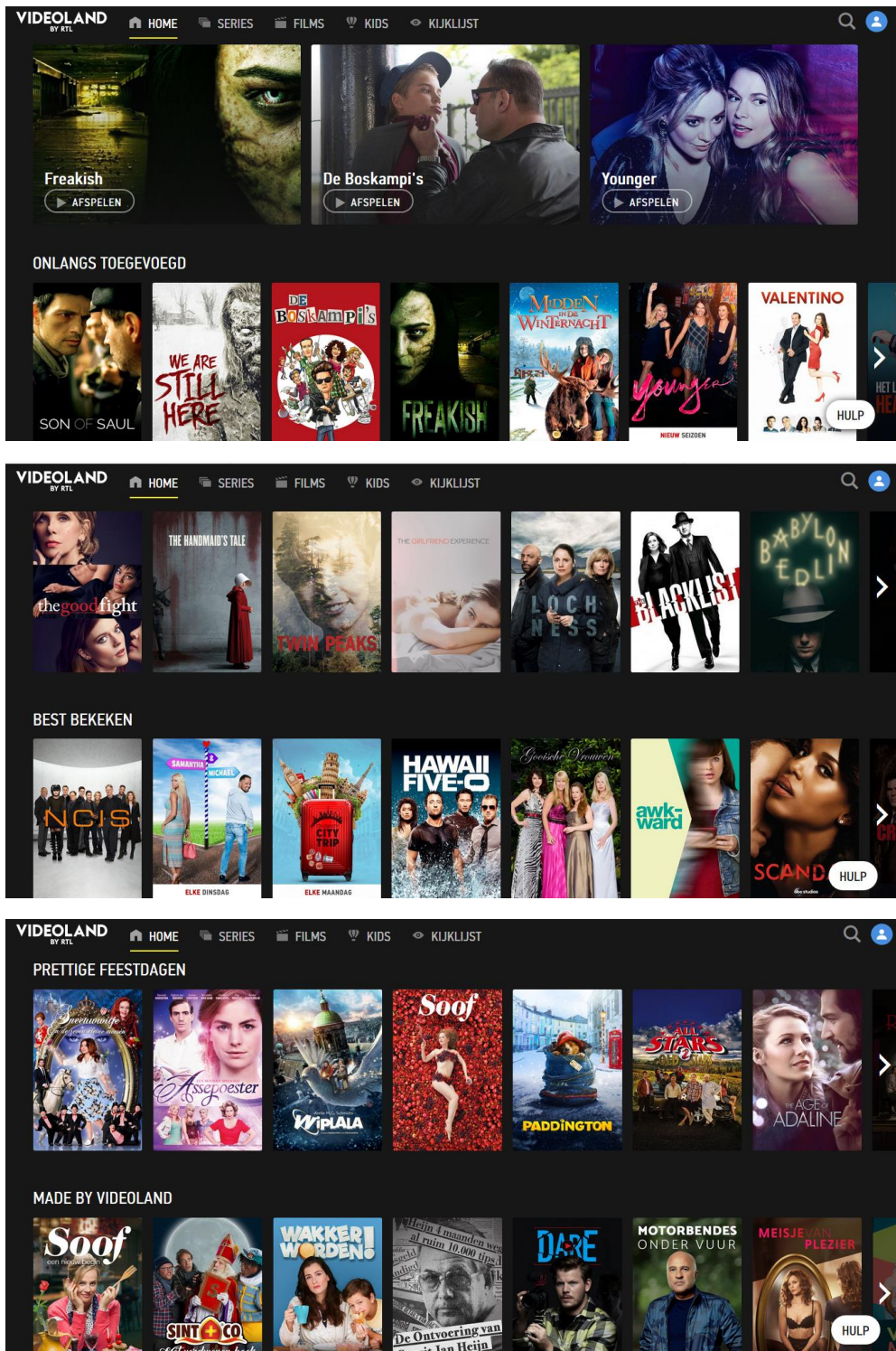
The screenshot displays the Videoland website interface with three distinct content sections:

- Top Section:** Features three large promotional cards for "Freakish", "Younger", and "Soof: Een Nieuw Begin". Below these is a "ONLANGS TOEGEVOEGD" (Recently Added) row with titles like "DE BOSKAMPFERS", "MIDNEN IN DE WINTERNACHT", "FREAKISH", "Younger", "VALENTINO", "NIKO EN DE VLEGENDE BRIGADE", and "SURVIVOR".
- Middle Section:** Titled "EXCLUSIEF BIJ VIDEOLAND", it shows a row of series including "the good fight", "THE HANDMAID'S TALE", "TWIN PEAKS", "THE GIRLFRIEND EXPERIENCE", "LOCHNESS", "BLACKLIST", and "BABYLON EDLIN". Below is a "BEST BEKEKEN" (Most Watched) row with "NCIS", "GORDON VAN TROUWEN", "Veete Holland", "BUNBAR", "CSI: CRIMEL SCENE INVESTIGATION", "Switched Birth", and "BUURMAN & BUURMAN".
- Bottom Section:** Titled "PRETTIGE FEESTDAGEN" (Nice Festive Days), it features a row of holiday-themed content including "alles is familie", "Assepoester", "PRINCESS CHRISTMAS", "ESIO kroon", "harten straat", "Christmas Mix", and "Pak mijn Hart". Below is a "MADE BY VIDEOLAND" row with "Soof", "SINT + CO", "WAKKER! WORDEN!", "De Ontvoering van Gerrit Jan Heijn", "DARE", "MOTORBENDES ONDER VUUR", and "MEISJE VAN PLEZIER".

Week 2: met selectief Nederlands materiaal kijken

11 december 2017

Voor het aanklikken van content:



Na het aanklikken van Nederlandse content:

VIDEOLAND BY RTL

HOME SERIES FILMS KIDS KIJKLIJST

← TERUG



SOOF: EEN NIEUW BEGIN

★★★★★ 2017

Soof heeft tijdelijk haar ex Kasper bij haar en de kinderen op zolder wonen. Deze situatie van living-divorced-together levert naast hilarische en herkenbare taferelen ook een hoop gedoe en misverstanden op. Zeker wanneer er nieuwe liefdes in het spel komen...

[▶ AFSPLEEN](#) [TOEVOEGEN AAN KIJKLIJST](#)

Genre: Nederlands, Komedie, Romantiek

Acteurs: Lies Visschedijk, Fedja van Huêt, Dan Karaty, Roos Dickmann, Brent Schoemaker, Niek Schoemaker, Elise Schaap, Anneke Blok, Dick van den Toorn, Barbara Sloesen

Regisseur: Anne de Clercq, Pieter van Rijn, Frank Krom

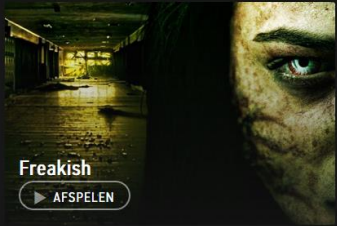
Taal: Nederlands

[HULP](#)

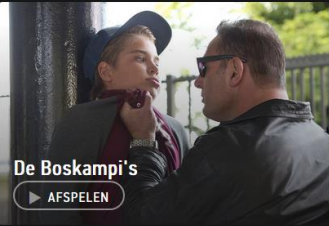
12 december 2017

VIDEOLAND BY RTL

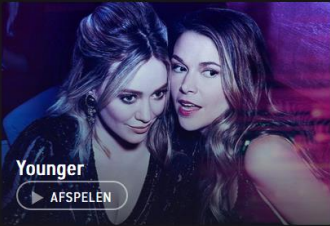
HOME SERIES FILMS KIDS KIJKLIJST



Freakish
[▶ AFSPLEEN](#)




De Boskamp's
[▶ AFSPLEEN](#)




Younger
[▶ AFSPLEEN](#)

VERDER KIJKEN



GORDON GAAT TROUWEN... MAA...







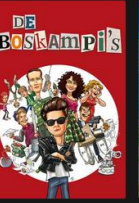


SOOF: EEN NIEUW BEGIN 1.03 - ...

[HULP](#)







VIDEOLAND BY RTL

HOME SERIES FILMS KIDS KIJKLIJST

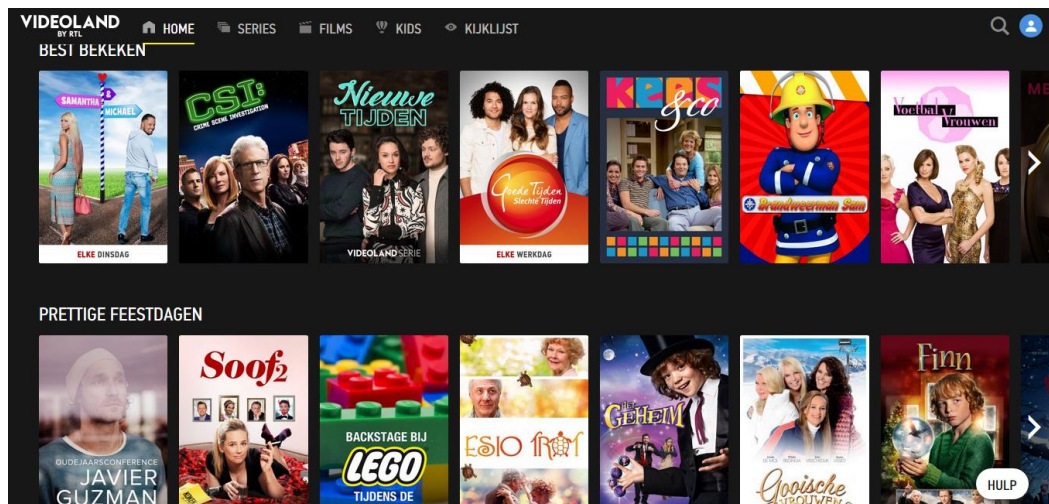
ONLANGS TOEGEVOEGD

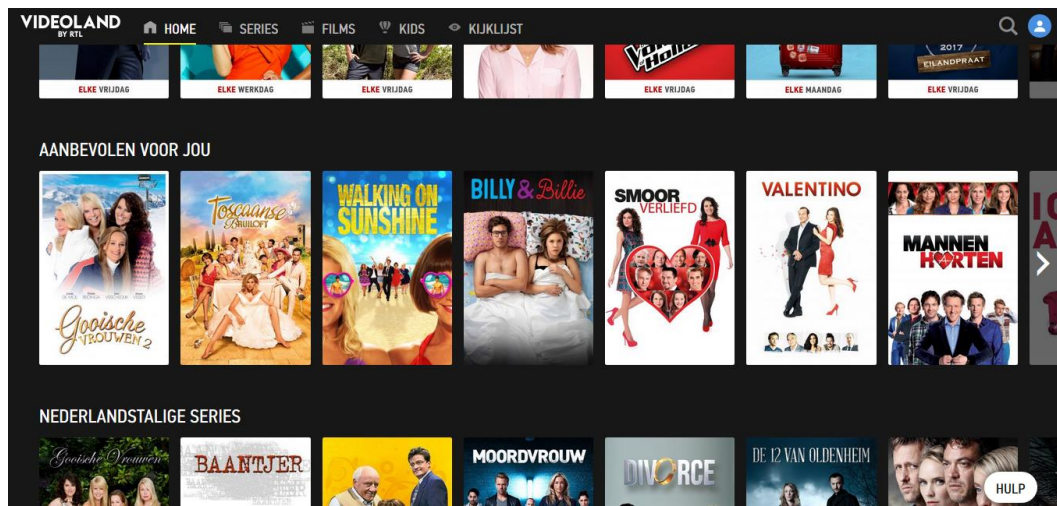
EXCLUSIEF BIJ VIDEOLAND

[HULP](#)



Nieuwe categorie verschenen: Aanbevolen voor jou. Zoals verwacht voornamelijk Nederlandse content. (2 internationale titels). Wel



Nieuws:

Deze week bij Videoland

Gepubliceerd op 11 december 2017

Elke dag zet het Videolandteam zich in om de leukste series en films toe te voegen aan het aanbod. Ook deze week komen er weer een aantal nieuwe toppers bij. Dus ga lekker zitten, zak onderuit en geniet. Hieronder staan de nieuwe titels van de aankomende week voor je op een rijtje.

CMC – Seizoen 2

Wij kijken onwijs uit naar **17 december**. Vanaf dan kunnen we meteen genieten van het hele nieuwe seizoen van CMC. In het eerste seizoen zagen we onder andere hoe directrice Cleo de Waard aan haar nieuwe baan begon in het ziekenhuis Centraal Medisch Centrum. Cleo ontdekt dat ze is aangenomen om bezuinigingen door te voeren en dat het allemaal niet helemaal pluis is in het Centraal Medisch Centrum. In seizoen 2 gaan we zien of Cleo mee zal doen aan deze corruptie of dat ze het juist gaat bestrijden. Maar dat niet alleen, hoe gaat het verder met de geheime liefde tussen Chloe en Luuk en wat doet Jacob met zijn grote geheim? De knappe artsen komen in ieder geval weer in actie!

Zac & Mia – Seizoen 1

De Amerikaanse serie Zac & Mia ziet er romantisch maar ook *heartbreaking* uit. Het gaat over twee tieners die allebei gediagnosticeerd zijn met kanker. Ze hebben niks met elkaar gemeen en buiten het ziekenhuisleven om zouden ze nooit met elkaar in contact komen. Zac (Kian Lawley) is een slimme jongen met een glansrijke toekomst tot hij zijn diagnose krijgt. Mia (Anne Winters) is een socialmediaverslaafde die weigert om haar leven te laten bepalen door de ziekte. Toch krijgen ze een ontzettend sterke band en hebben ze elkaar meer dan ooit nodig. De drama serie gaat niet alleen over liefde en kanker maar over familie, vriendschap en nog veel meer. Vanaf **13 december** te zien!

Bekijk hieronder welke series en films wij nog meer toevoegen deze week.

Titel	Beschikbaar vanaf	Genre
CMC - Seizoen 2	17/12/2017	Drama, Nederlands
Thomas Special	13/12/2017	Kids
Zac & Mia - Seizoen 1	13/12/2017	Romantiek, Drama
The Fall - Seizoen 3	14/12/2017	Thriller
The Royals - Seizoen 1, 2 & 3	16/12/2017	Drama
TONY, van Chocoladecrimineel tot Wereldverbeteraar	13/12/2017	Documentaire
Son of Saul	11/12/2017	Oorlog, Drama, Film
We Are Still Here	11/12/2017	Horror
Anna	12/12/2017	Horror
Blind	12/12/2017	Drama, Romantiek
The Good Neighbor	13/12/2017	Thriller, Misdaad
Cobra 11 - Seizoen 19	16/12/2017	Actie, Misdaad

Deze week bij Videoland - Videoland



https://www.videoland.com/nl/nieuws/deze-week-bij-videoland-9/

VIDEOLAND BY RTL

BEKIJK ONS AANBOD 2 WEKEN PROEFPERIODE ZO WERKT VIDEOLAND VEELGESTELDE VRAGEN NIEUWS INLOGGEN

Blind	12/12/2017	Drama, Romantiek
The Good Neighbor	13/12/2017	Thriller, Misdaad
Cobra 11 - Seizoen 19	16/12/2017	Actie, Misdaad

Overzicht van de hele maand December zien? Klik dan [hier](#).

Delen  

Tags [Anna](#) [Blind](#) [CMC](#) [Cobra](#) [Son of Saul](#) [The Fall](#) [The Good Neighbor](#) [The Royals](#) [Thomas Special](#) [TONY](#) [Zac & Mia](#)

DE SERIE Soof **NU KIJKEN**
 Alle afleveringen bij VIDEOLAND

NU 2 WEKEN GRATIS

11:57 12-12-2017

Advertentie onder bovenstaand artikel.

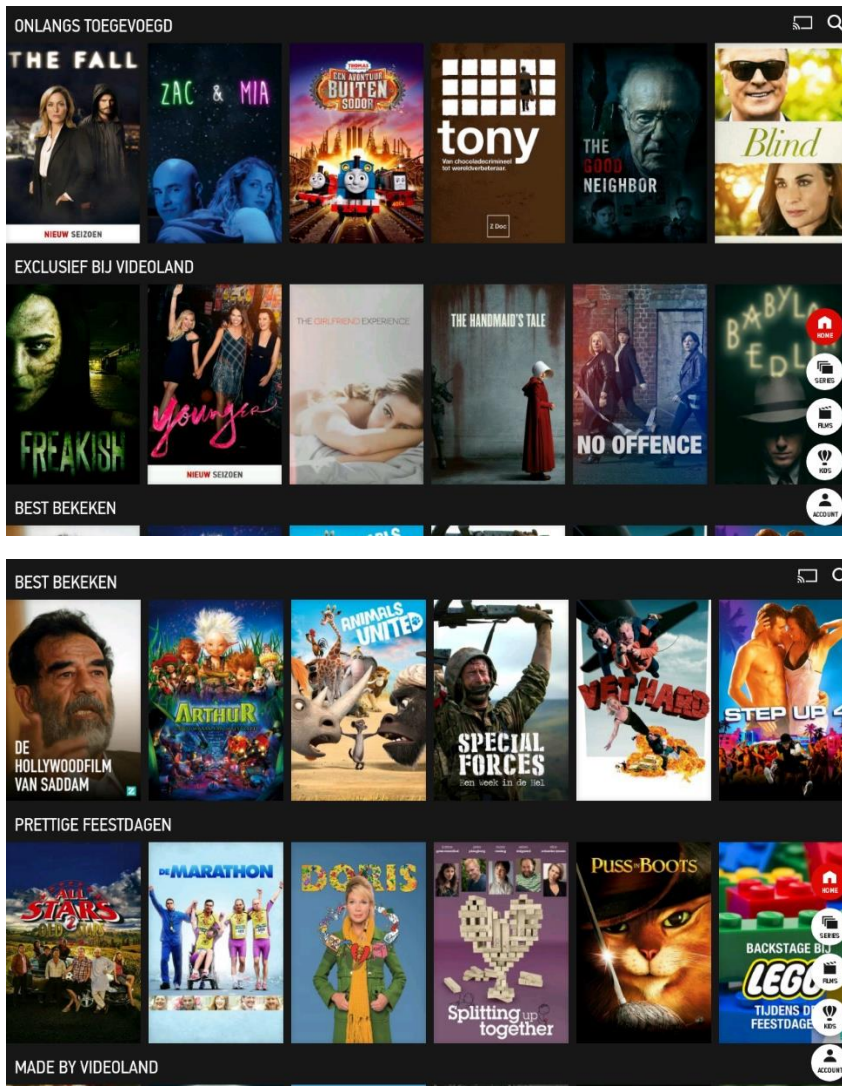
14 december:

(screenshots van tablet in plaats van laptop, andere vormgeving zelfde content)

DE BOSKAMP'S

VERDER KIJKEN

HOME SERIES FILMS KDC ACCOUNT



Nieuws:

Lijstjes

Nieuw bij Videoland: Zac & Mia, Freakish en Guidance

Gepubliceerd op 14 december 2017

Het is bijna kerstvakantie maar jij bent door al je series heen. Wat nu?! Zodat jij je niet hoeft te vervelen, hebben we een paar nieuwkomers op een rij gezet:

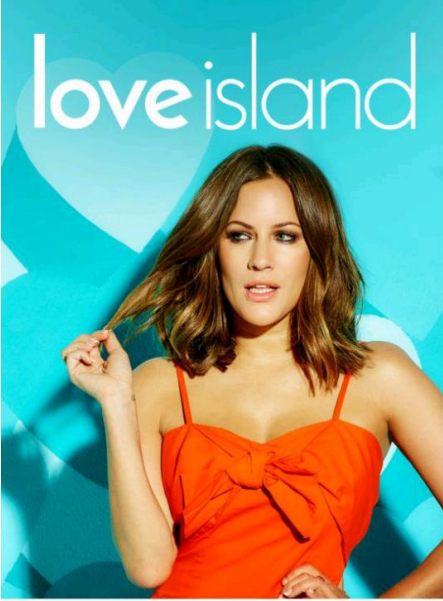
1. [Freakish](#) Was jij een fan van Dare? Dan kun je lekker verder griezelen met de Amerikaanse horrorserie Freakish! Een groep tieners komt vast te zitten in hun school, doordat er een dodelijke chemische explosie in hun woonplaats heeft plaatsgevonden. De onderlinge relaties komen op scherp te staan als blijkt dat de chemische neerslag mensen in zombie-achtige wezens verandert. De tieners zijn hun leven niet meer zeker!
2. [Zac & Mia](#) Zac Meijer is de enige tiener op de afdeling oncologie, totdat de aantrekkelijke tiener Mia Philips in de kamer naast de zijne komt te liggen. De twee hebben niets met elkaar gemeen, behalve hun ziekte. Zac accepteert de realiteit, maar Mia weigert die onder ogen te zien. Er ontstaat een bijzondere vriendschap tussen de twee.
3. Guidance Vanaf 12 januari kun je ook Guidance seizoen 1 t/m 3 kijken. In Guidance volgen we mentor Anna die op onderzoek uitgaat als er onthullende foto's van het populairste meisje van de school worden verspreid. Uit angst om haar eigen middelbare schooltijd te herbeleven, doet ze er alles aan de waarheid te achterhalen. Wie zit erachter dit schandaal?

15 december

< Q Films, Series, Acteurs, Regisseurs

POPULAIR

- Soof
- GTST
- Nieuwe Tijden
- Expeditie Robinson
- The Handmaid's Tale
- Meisje van Plezier



love island

ELKE WERKDAG

LOVE ISLAND

KUKLUJST LIKE

INFO SEIZOEN 1


Brits realitydatingprogramma waarin sexy, jonge singles worden gevolgd tijdens hun verblijf in een luxe villa op het Spaanse eiland Mallorca. De singles moeten koppels vormen om in de prachtige villa te mogen blijven.

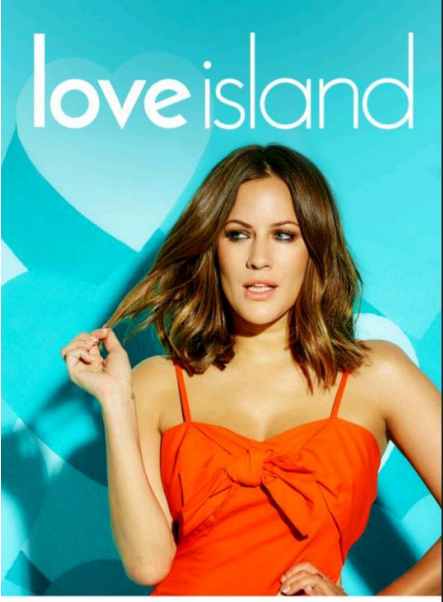
27 81

★★★★☆ 2015

Genre: Programma
Acteurs: Caroline Flack
Taal: Engels

VERGELIJKBARE TITELS





love island

ELKE WERKDAG

LOVE ISLAND


KUKLUJST LIKE

INFO SEIZOEN 1

★★★★☆ 2015

Genre: Programma
Acteurs: Caroline Flack
Taal: Engels

VERGELIJKBARE TITELS



ELKE VRIJDAG

✕

GORDON GAAT TROUWEN... MAAR MET WIE?

KUJLUJST
LIKE

INFO SEIZOEN 1

★★★★☆
2017

Genre: Programma
 Acteurs: Gordon Heuckeroth, Gerard Joling, Danny Rook, Joyce Humblet
 Taal: Nederlands

VERGELIJKBARE TITELS

ELKE VRIJDAG

📺 ✕

GORDON GAAT TROUWEN... MAAR MET WIE?

KUJLUJST
LIKE

INFO SEIZOEN 1

★★★★☆
2017

Genre: Programma
 Acteurs: Gordon Heuckeroth, Gerard Joling, Danny Rook, Joyce Humblet
 Taal: Nederlands

VERGELIJKBARE TITELS

Nieuws:

Dé kijktips voor dit weekend!

Gepubliceerd op 15 december 2017

Wat is er nou fijner dan een goede serie of een spannende film kijken? Even jezelf verliezen in het verhaal, of wat opsteken van een mooie docu. Maar het aanbod on demand is overweldigend groot. Wij helpen je een beetje bij de keuzestress: wat is de moeite waard en wat eigenlijk niet? Bij deze onze kijktips voor dit weekend!

MIDNIGHT IN PARIS | Wanneer kijken: als je van Parijs houdt | Wanneer niet: als je niks op hebt met literatuur | Naast je op de bank: je creditcard om een Thalysticket te kopen | Waar: Videoland

De Amerikaanse scenarioschrijver Gil is een romanticus pur sang. Hij is met zijn verloofde op een korte vakantie in Parijs. Hij wil graag een roman schrijven, rondzwerven over antiekmarkten, zich onderdompelen in nostalgie. Maar in plaats daarvan zit hij opgescheept met zijn materialistische vriendin, haar conservatieve ouders en oneindig pedante vrienden. Op een avond ontsnapt hij aan de realiteit: hij stapt in een auto – modelletje jaren '20 – bij mensen die hij niet kent. Het blijkt een tijdmachine te zijn en hij belandt in de tijd en kunstkringen die hij zo enorm bewondert. Auguste Rodin, F. Scott Fitzgerald, Ernest Hemingway: hij ontmoet ze allemaal persoonlijk.

Deze film van Woody Allen heeft veel gemeen met zijn andere werk: bijvoorbeeld zo'n weifelende hoofdpersoon en van die meanderende dialogen, grappig en tragisch tegelijk. Maar bovenal is deze film een ode aan de stad Parijs en het tijdperk waarin de grootste schrijvers en kunstenaars ter wereld daarnaartoe trokken. Het zet je ook zelf aan het denken: als je een tijd en plek zou mogen kiezen om een paar avonden te beleven, waar zou je dan willen zijn? En wat zou je dan aan avonturen beleven? Als je deze film ziet, lijkt het Parijs van de jaren '20 lang niet zo'n gekke keuze.

HAWAII FIVE-0 | Wanneer kijken: als je een testosteron-rush wil | Wanneer niet: als geloofwaardige dialogen je wat waard zijn | Naast je op de bank: een palmboom en een kokosnoot | Waar: Videoland

Broeierige mannen, spectaculaire ontploffingen, stoere stunts en vrouwen die even slim als beeldschoon zijn. Klinkt dat een tikje ouderwets? Is het inderdaad. Hawaii Five-0 is dan ook een remake van een serie uit 1968, maar voelt als een soort mix tussen de Die Hard films van begin jaren '90 en CSI. Een team agenten verenigt zich tegen de bad guys en krijgen onderwijl respect voor elkaar, hoe verschillend ze ook zijn. De mannen zijn hard, maar stiekem toch gevoelig, de vrouwen stoer, maar stiekem ook sexy.

De verlangens en trauma's die hen drijven, zijn overzichtelijk, de gesprekjes die ze voeren functioneel. Dat is, als je van dat soort drama houdt, helemaal niet erg. Je moet alleen even weten wat je kan verwachten: een soort karikatuur van mannelijkheid op z'n Amerikaans tegen de weelderige achtergrond van het Hawaïaanse landschap en af en toe een best leuk grapje om de spanning te breken. Geen straf als het buiten regent en je graag naar knappe mannen-mannen kijkt.

ALL EYEZ ON ME | Wanneer kijken: als je van hiphop houdt, maar er nog niet zoveel van weet | Wanneer niet: als je fan bent van Tupac Shakur | Naast je op de bank: je dikste gouden ketting | Waar: Videoland

Deze verfilming over het leven van rapper Tupac Shakur werd overal de grond in geschreven. Saai verteld ('en toen en toen en toen'), te lang (hij duurt twee uur en een kwartier) en hij zou geen recht doen aan hoe invloedrijk en complex de artiest zelf was. Dat kan allemaal zijn, maar voor iemand die er om te beginnen nog niet zo veel van weet, valt hier best wat te halen.


Je ziet hoe Tupac opgroeide, waar hij mee te stellen kreeg, hoe hij in de muziek terecht komt en hoe hij in de gevangenis belandt. De acteur die hem speelt, doet dat met overtuiging en er zit natuurlijk veel fijne muziek in de film. Maar echte liefhebbers doen er misschien beter aan om gewoon weer eens het album waar de film naar vernoemd is erbij te pakken en dat te luisteren. Lekker, complex en nergens saai.

TOSCAANSE BRUILOFT | Wanneer kijken: als je precies wil krijgen wat je verwacht | Wanneer niet: als je van geloofwaardigheid en samenhang houdt | Naast je op de bank: je zonnebril, voor al die Toscaanse zon | Waar: Videoland

Toscaanse Bruiloft ziet er echt ge-wel-dig uit. Het decor is prachtig en je mag hopen dat je ooit zelf wordt uitgenodigd voor een bruiloft in zo'n mooie omgeving (of nog beter: er zelf trouwt). En regisseur Johan Nijenhuis heeft voor deze komedie een setje puike acteurs aangetrokken. Maar erg geloofwaardig of goed verteld is het allemaal niet. Het verhaal draait om het Nederlandse echtpaar Marla en Tom die een bed and breakfast runnen in Toscane, waar de dochter van Tom, Sanne, ook bruiloften organiseert. Natuurlijk wordt iedereen verliefd op elkaar en loopt het dan toch weer mis.

Dat gaat gepaard met menig cliché, een hoop onnodige zijlijntjes en opvallend veel onsympathieke karakters. Dat bruiloftsorganisator Sanne en echtscheidingsadvocaat Jeroen samen zullen eindigen is meteen duidelijk voor iedereen die wel eens een rom-kom heeft gezien. Maar waarom ze op elkaar vallen is een raadsel, want Jeroen is een enorme egocentrische oetlul en ze lijken verder niets met elkaar gemeen te hebben. Er gaan een aantal verlovings, bruiloften, een begrafenis en een enorme vechtpartij aan vooraf voordat het allemaal goed komt. Vermoedelijk had de schrijver een soort Four Weddings and a Funeral in gedachten, maar dat niveau wordt bepaald niet gehaald. Kijken voor de mooie plaatjes dus, en het enkele leuke grapje dat er in zit.

16 december



Soof
een nieuw begin

VIDEOLAND SERIE

SOOF: EEN NIEUW BEGIN

KIJKLIST LIKE

INFO SEIZOEN 1

Soof heeft tijdelijk haar ex Kasper bij haar en de kinderen op zolder wonen. Deze situatie van living-divorced-together levert naast hilarische en herkenbare taferelen ook een hoop gedoe en misverstanden op. Zeker wanneer er nieuwe liefdes in het spel komen...

★★★★★ 2017



Genre: Nederlands, Komedie, Romantiek


Acteurs: Lies Visschedijk, Fedja van Huêt, Dan Karaty, Roos Dickmann, Brent Schoemaker, Niek Scho Schaap, Anneke Blok, Dick van den Toorn, Barbara Sloesen

Regisseur: Anne de Clercq, Pieter van Rijn, Frank Krom

Taal: Nederlands

VERGELIJKBARE TITELS



Soof
een nieuw begin

VIDEOLAND SERIE

SOOF: EEN NIEUW BEGIN

KIJKLIST LIKE

INFO SEIZOEN 1




Genre: Nederlands, Komedie, Romantiek


Acteurs: Lies Visschedijk, Fedja van Huêt, Dan Karaty, Roos Dickmann, Brent Schoemaker, Niek Scho Schaap, Anneke Blok, Dick van den Toorn, Barbara Sloesen

Regisseur: Anne de Clercq, Pieter van Rijn, Frank Krom

Taal: Nederlands

VERGELIJKBARE TITELS



VAN DE MAKERS VAN DE NIEUWE WILDERNIS

HOLLAND
NATUUR IN DE DELTA

HOLLAND, NATUUR IN DE DELTA

DOWNLOAD KIJKLIST TRAILER LIKE

★★★★★ 2015



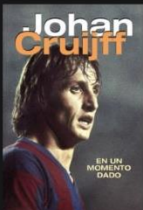
Genre: Documentaire, Nederlands

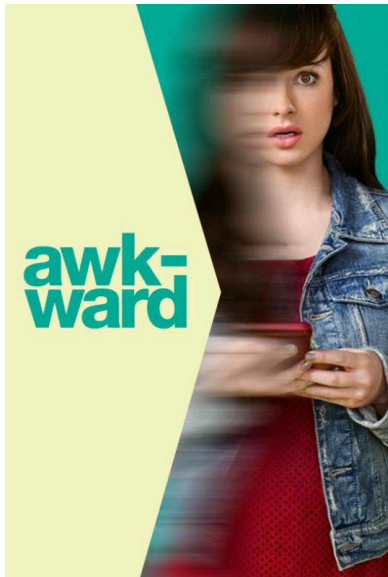
Regisseur: Mark Verkerk

Duur: 96 min

Taal: Nederlands

VERGELIJKBARE TITELS



awkward

AWKWARD

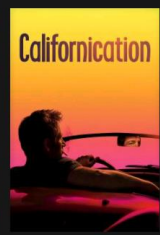


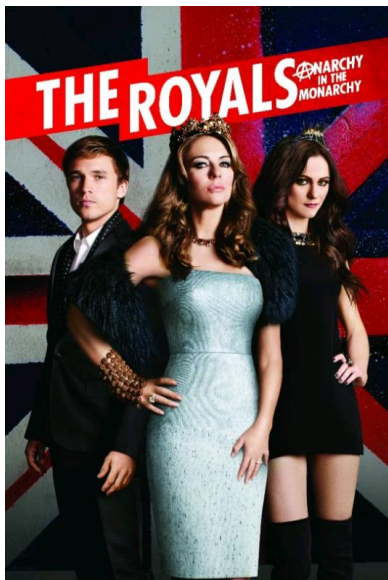
KIJKLIJST LIKE

INFO SEIZOEN 1 SEIZOEN 2 SEIZOEN 3 SEIZOEN 4 SEIZOEN 5

★★★★★ 2016

Genre: Komedie, Drama
 Acteurs: Ashley Rickards, Beau Mirchoff, Jillian Rose Reed
 Regisseur: Robert West
 Taal: Engels

VERGELIJKBARE TITELS

THE ROYALS ANARCHY IN THE MONARCHY

THE ROYALS

KIJKLIJST LIKE




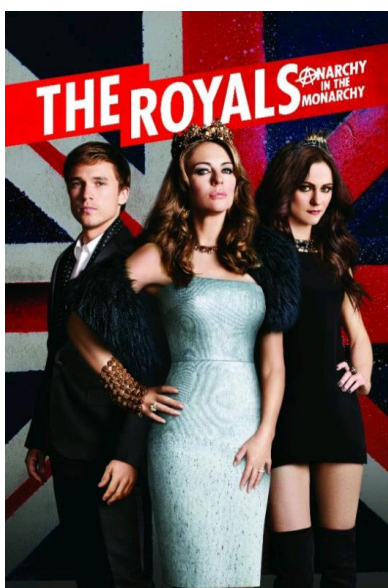
INFO SEIZOEN 1 SEIZOEN 2 SEIZOEN 3

The Royals volgt het wel en wee van een fictionele Britse koninklijke familie die in een wereld van overvloed, lust, sensationele schandalen en koninklijke traditie leeft – een wereld waar ook een prijs aan hangt in de vorm van plicht, lotsbestemming en intense publieke aandacht.

★★★★★ 2016

Genre: Drama
 Acteurs: Elizabeth Hurley, William Moseley, Alexandra Park
 Regisseur: Mark Schwahn
 Taal: Engels

VERGELIJKBARE TITELS

THE ROYALS ANARCHY IN THE MONARCHY

THE ROYALS




KIJKLIJST LIKE

INFO SEIZOEN 1 SEIZOEN 2 SEIZOEN 3

★★★★★ 2016

Genre: Drama
 Acteurs: Elizabeth Hurley, William Moseley, Alexandra Park
 Regisseur: Mark Schwahn
 Taal: Engels

VERGELIJKBARE TITELS

17 december

Na inloggen:

VIDEOLAND BY RTL

HOME SERIES FILMS KIDS PROGRAMMA'S KIJKLIJST

Centraal Medisch Centrum (CMC)
Kijk nu het nieuwste seizoen

The Royals
Overvloed, lust en schokkende schandalen

The Fall
Bekroonde Britse psychologische thriller

VERDER KIJKEN

SOOF: EEN NIEUW BEGIN 1.03 - TER...

HULP

VIDEOLAND BY RTL

HOME SERIES FILMS KIDS PROGRAMMA'S KIJKLIJST

ONLANGS TOEGEVOEGD

CMC

THE ROYALS

OFF THE MAP

THE FALL

ZAC & MIA

FREAKISH

tony

EXCLUSIEF BIJ VIDEOLAND

Younger

THE GIRLFRIEND EXPERIENCE

THE HANDMAID'S TALE

NO OFFENCE

BABYLON

the good fight

TWIN PEAKS

HULP

VIDEOLAND BY RTL

HOME SERIES FILMS KIDS PROGRAMMA'S KIJKLIJST

HAWAII FIVE-O

love island

DIVORCE

WAKKER! WORDEN!

Kids go

CSI: CREDE SCHE INVESTIGATIE

BUURMAN & BUURMAN

PRETTIGE FEESTDAGEN

TUINJE IN MUNKFORT

PUSS-BOOTS

OUDEJAARS CONFERENTIE

JAVIER GUZMAN

Bert Visscher AFLIJN

BACK TO CHRISTMAS

Soof2

Christmas

HULP