

Flow in Online Televisieplatformen

Een Analyse van de Constructie van Flow in Netflix, Videoland en NPO Start



Masterscriptie Film- en Televisiewetenschap

Nina Bremer 6515789

Begeleider: Hanna Surma

Tweede lezer: Marijke de Valck

Universiteit Utrecht

18-04-2019

Woordenaantal: 12.425

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 de aangehechte MA-scriptie niet schuldig gemaakt heb aan plagiaat.

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

Naam: Nina Bremer

Studentnummer: 6515789

Plaats: Utrecht

Datum: 18-04-2019

Handtekening:



Samenvatting

In deze scriptie wordt onderzocht of en op welke manieren verschillende soorten online televisieplatformen, die in meer of mindere mate aan een lineaire zender verbonden zijn, flow construeren. Door een onderscheid te maken tussen Netflix als portal, NPO Start als zenderplatform en Videoland als hybride platform – en deze te vergelijken – biedt het onderzoeksproject inzicht in de verschillende manieren waarop flow wordt benaderd en vormgegeven in de context van online televisieplatformen, en daarmee in de bruikbaarheid van het televisiewetenschappelijke begrip in deze context. Hiertoe heb ik een analyse uitgevoerd van de drie platformen, gebaseerd op het originele analysemodel van Raymond Williams, dat uitgaat van drie niveaus waarop flow plaatsvindt. De eerste twee niveaus heb ik onderzocht middels een discursieve interface-analyse, zoals voorgesteld door Mel Stanfill. Het derde niveau is een analyse van specifieke content van de drie platformen. Het onderzoek heeft verschillende bestaande en nieuwe strategieën in de drie platformen blootgelegd, die flow in de vorm van binge-watching (Netflix en Videoland) en/of als circulaire flow (Videoland en NPO Start) construeren. De verschillende strategieën blijken niet per definitie gebonden aan één soort flow of platform, lineair of non-lineair. Deze resultaten tonen aan dat het begrip flow nog steeds bruikbaar is en geoperationaliseerd kan worden voor de analyse van verschillende soorten online televisieplatformen.

Inhoudsopgave

Inleiding	5
Theoretisch kader	7
Lineaire flow.....	7
Zenderplatformen, portals en flow	9
Methode	14
Analyse	17
Niveau 1: hoofd- en subpagina's	17
<i>Hoofdpagina: above the fold</i>	17
<i>Hoofdpagina: categorieën</i>	19
<i>Subpagina's</i>	23
<i>Thumbnails en beschrijvingen</i>	24
<i>Hoofdmenu</i>	28
<i>Deelconclusie niveau 1</i>	30
Niveau 2: overgangen	31
<i>Van aflevering naar aflevering</i>	31
<i>Afgelopen serie</i>	34
<i>Deelconclusie niveau 2</i>	36
Niveau 3: series en programma's	37
<i>Netflix: Russian Doll</i>	37
<i>Videoland: Mocro Maffia</i>	37
<i>Videoland: Married at First Sight</i>	38
<i>NPO Start: De Luizenmoeder</i>	39
<i>Deelconclusie niveau 3</i>	39
Conclusie	40
Literatuurlijst	42
Bijlage	44

Inleiding

Raymond Williams opperde in 1974 het begrip *flow* – dat zowel een programmeringsstrategie als kijkervaring omschrijft – met het argument dat niet de individuele tekst maar de opeenvolging van televisieteksten het meest significante object van analyse is binnen de televisiewetenschap. Hij stelde dat deze strategie en ervaring waarschijnlijk het meest definiërende aspect is van de televisie-uitzending: “simultaneously as technology and as a cultural form” (80). Het begrip *flow* is sindsdien consistent aanwezig geweest in het televisiewetenschappelijke debat over de essentie van televisie, overgenomen en hervormd door auteurs zoals John Ellis (1982) en William Uricchio (2004), en getransformeerd in parallel met technologische en culturele veranderingen van het medium. Zo wordt het concept tegenwoordig voor de analyse van hedendaagse fenomenen – zoals online televisieplatformen – geoperationaliseerd. Auteurs houden zich in deze context bezig met de verschuiving van controle over *flow* en de manieren waarop *flow* geconstrueerd kan worden in online televisieplatformen.

Hoewel er verschillende soorten platformen bestaan, variërend van *internet only* tot diensten van lineaire zenders, zijn concrete discussies over de constructie van *flow* in deze getransformeerde televisie-interfaces vooral gericht op Netflix als *internet-onlyplatform* (Arnold (2016); Jenner (2016; 2017; 2018); Lotz (2017)). Mareike Jenner beargumenteert dat zij de focus van haar onderzoek op Netflix richt, omdat platformen van lineaire televisiezenders – die ik *zenderplatformen* zal noemen – volgens haar nog verbonden zijn aan de technologieën en programmeringsstrategieën van lineaire televisie. Dit terwijl Netflix, zo stelt zij, zich hiervan verwijderd (“Is This TVIV?” 259). Vergelijkbaar stelt Amanda Lotz dat de content van deze platformen niet los gezien kan worden van zijn oorspronkelijke lineaire *schedule*, die nog uitgaat van *liveness* en dagelijkse rituelen (*Portals* 16). Om deze reden rekent zij alleen internet-onlyplatformen tot wat zij *internet distributed television of portals* noemt. De *flow* van zenderplatformen wordt voornamelijk in de context van multiplatformstrategieën van lineaire televisiezenders besproken (Caldwell (2003); Gillan (2011)), maar wordt weinig geconcretiseerd door middel van analyse.

Andere auteurs, zoals Lisa Glebatis Perks (2014), maken geen onderscheid tussen de verschillende soorten platformen wat betreft de constructie van *flow*. Het alternatieve model van *flow* dat Perks voorstelt is volgens haar toepasbaar op zowel portals als zenderplatformen. Mijn onderzoeksproject kenmerkt zich door een combinatie van beide perspectieven: hoewel

ik aan de ene kant waarde toeken aan het onderscheid dat Lotz en Jenner maken, omdat er een duidelijk verschil in oorsprong van de platformen bestaat, beschrijf ik ieder soort platform met de overkoepelende term ‘online televisieplatform’. Dit omdat zij alle een hedendaagse uiting van het medium televisie zijn.¹ Om inzicht te verkrijgen in de diversiteit van flowstrategieën in de context van hedendaagse, online televisie, en om de bruikbaarheid van het concept flow voor de analyse van online televisieplatformen te onderzoeken, is het daarom noodzakelijk om niet alleen Netflix, maar ook andere soorten platformen te analyseren en vergelijken.

Om deze diversiteit te concretiseren analyseer en vergelijk ik een selectie van Nederlandse online platformen, die in meer of mindere mate aan een lineaire uitzending zijn verbonden, aan de hand van Williams’ originele model van analyse (90). De platformen die ik onderzoek zijn Netflix (Nederland), Videoland (by RTL) en NPO Start. Netflix is een *internet only portal* dat zowel films en series van verschillende externe partijen als *Originals* aanbiedt. Het zenderplatform NPO Start biedt vrijwel alleen materiaal aan dat ook lineair wordt uitgezonden, en Videoland is een hybride versie die zowel content vergelijkbaar met die van Netflix heeft, als content die wordt uitgezonden door RTL. Met de analyse beantwoord ik de vraag of en hoe Netflix, Videoland en NPO Start flow construeren en welke verschillen en overeenkomsten er zijn tussen de manieren waarop de platformen dit doen. Mijn hypothese is dat het begrip flow als programmeringsstrategie en kijkervaring, al dan niet in verschillende vormen, geoperationaliseerd kan worden voor de analyse van alle drie de soorten platformen en daarom nog steeds bruikbaar is in de context van online televisieplatformen.

Voor een theoretische onderbouwing van de analyse bespreek ik allereerst relevante literatuur in het flowdebat die een overzicht geeft van de ontwikkeling van het concept. Ik begin met het originele concept van flow en programmeringsstrategieën van lineaire flow als basis voor een discussie van het concept in de context van digitalisatie, portals en zenderplatformen.

¹ Lotz onderbouwt het argument dat verschillende soorten online videodistributie kenmerkend zijn voor het huidige medium televisie in *Portals* (1-3).

Theoretisch kader

Lineaire flow

Om een begrip te krijgen van de betekenis van flow in de context van online televisieplatformen, is het van belang om terug te gaan naar de oorsprong van het concept. Raymond Williams opperde flow als concept en model van televisie-analyse in 1974. Hij verwonderde zich als Brit over de ononderbroken stroom of flow van content die op de commerciële Amerikaanse televisie werd uitgezonden. Williams stelde dat er geen sprake meer was van een sequentie als losse programma's, maar van een sequentie als *geplande flow* (83). Hij benadrukt bewust het geplande aspect van flow, omdat het wordt gecreëerd door programmeringsstrategieën zoals het strategisch plaatsen van reclames en trailers. Het doel van deze strategieën is om kijkers te laten blijven kijken (86-87). Williams beschrijft flow naast als een programmeringsstrategie ook als ervaring van de kijker. Hij onderbouwt dit met de veelgebruikte uitspraak 'televisie kijken'. Deze uitspraak benadrukt dat men niet alleen naar een specifiek programma kijkt, maar een flow van de volledige programmering ervaart (83).

Samenvattend beargumenteert Williams dat 'de uitzending' voor een nieuwe tekstuele vorm heeft gezorgd: niet het losse programma, maar de opeenvolging van programma's, trailers en reclames (flow) is volgens hem het meest betekenisvolle onderzoeksobject. Flow kan volgens Williams worden gevonden en geanalyseerd in drie ordes van detail (90):

First there is the flow (...) within a particular evening's programmes. (...) Second, there is the more evident flow of the actual succession of items within and between the published sequence of units. (...) Third, there is the really detailed flow within this general movement: the actual succession of words and images (90).

Met deze drie niveaus van detail stelt Williams een model voor waarmee flow concreet kan worden geanalyseerd. Zelf doet hij dit aan de hand van de avondprogrammering van onder andere BBC en Channel 7, de opeenvolging van nieuwsberichten en reclames, en de beelden en woorden van een nieuwsuitzending (90-112). Om de bruikbaarheid van Williams' concept en analysemodel te onderzoeken in de context van online televisieplatformen, vormt dit model ook het uitgangspunt van mijn eigen analyse. Dit licht ik nader toe in het methodehoofdstuk.

John Caldwell stelt in 2003 dat het flowmodel ervoor heeft gezorgd dat televisiewetenschappers een aantal basale strategieën hebben 'ontdekt' die de televisie-industrie al langere tijd inzette (133). Het veelgeciteerde *Visible Fictions* van John Ellis is hiervan een voorbeeld. Als eerste van een reeks auteurs bekritiseert Ellis in 1982 de manier

waarop Williams de tekstuele organisatie van televisie in zijn analyse van flow omschrijft.² Het probleem zit volgens Ellis in Williams' definitie van het woord 'item'. Williams gebruikt deze term voor alle onderdelen van een uitzending, zoals nieuwsberichten, reclames en trailers. Ellis bekritiseert dit door te stellen dat "'items' are still separate texts, independent works like a cinema film" (119). Volgens Ellis bestaat er echter een fundamenteel esthetisch onderscheid tussen televisie en film. Dit wordt volgens hem bepaald door de context waarin film en televisie wordt gekeken (111). Televisie, zo stelt Ellis, "is a profoundly domestic phenomenon" (113). Omdat televisie doorgaans thuis wordt gekeken, neemt de televisie-industrie volgens Ellis aan dat het publiek afgeleid is en voornamelijk uit gezinnen (lees: heteroseksuele ouders met schoolgaande kinderen) bestaat (113-115). Ellis merkt op hoe dit als programmeringsstrategie terug te zien is. Overdag worden bijvoorbeeld programma's uitgezonden voor de thuisblijvende huisvrouw en 's avonds programma's voor de hele familie (229).

De afleidingen waarmee de kijker in de huiselijke sfeer te maken krijgt is volgens Ellis bepalend voor het volgens hem esthetisch definiërende tekstuele systeem van televisie. Dit wordt, zo stelt Ellis, daarom niet opgebouwd uit afzonderlijke items, maar gekenmerkt door samenhangende segmenten: "small sequential unities of images and sounds" (112). Deze segmenten vormen samen betekenis doordat ze ofwel cumulatief (zoals nieuwsbulletins) ofwel herhalend of sequentieel (zoals series) worden gegroepeerd (idem). Ellis noemt bijvoorbeeld de 'title sequence' of openingssequentie als essentieel terugkerend segment in de televisie-uitzending. Shots van een programma worden in de openingssequentie snel en incoherent afgewisseld om net als een reclamespotje met een kort en intens segment de aandacht van de kijker te trekken (120).

Sindsdien zijn er volgens Caldwell steeds meer flowstrategieën te herkennen, zoals *tent-poling* waarbij kijkers 'de tent in worden gelokt' door een blok van hooggewaardeerde programma's, om zo ook de omringende, onbekende programma's te bekijken. Een vergelijkbare strategie is *hammocking*, waarbij het onbekende programma tussen twee populaire programma's in wordt geplaatst (134). Caldwell noemt deze pre-digitale programmeringsstrategieën *'first-shift' aesthetics* (waarbij first shift wijst op lineaire televisie die gebaseerd is op ideeën zoals liveness), voorloper van de zogenaamde *second-shift aesthetics*, een term waar ik in het volgende deelhoofdstuk verder op in zal gaan.

² Het flowmodel van Williams is bekritiseerd en verfijnd door onder andere het idee van de *viewing strip* van Horace Newcomb en Paul Hirsch en door Jane Feuer's *segmentation without closure*, zoals ook Mimi White in *Planet TV* (94-110) beschrijft.

Zenderplatformen, portals en flow

Sinds de publicaties van Williams en Ellis is er op technologisch en cultureel vlak veel veranderd aan het medium televisie. Kijkers kregen in de jaren tachtig en negentig beschikking over opnamemogelijkheden en het aantal kanalen werd flink uitgebreid, waardoor zij meer controle kregen over (de flow van) televisie. Deze toegenomen controle signaleert volgens William Uricchio “a shift away from the programming-based notion of flow that Williams documented, to a viewer-centered notion” (239).

Digitalisatie heeft de mogelijkheden tot *time- en space-shifting* vervolgens nog verder uitgebreid met onder andere de DVD, draagbare apparaten zoals de smartphone en online televisieplatformen. Lineaire constructies van flow en traditionele ‘kenmerken’ zoals liveness zijn hierdoor minder bepalend geworden voor televisie. Lotz stelt dat “live broadcast has long been perceived as an inherent technological attribute of television – perhaps because audiences lacked technological tools to control their viewing throughout the network era” (*TV Revolutionized* 54). Dat kijkers deze ‘tools’ nu wel hebben, betekent dat zij niet meer live hoeven te kijken en zelf meer invloed hebben op wat zij wanneer en waar zien.³

De introductie van de *DVD box set*, die als *season set* vaak een volledig seizoen van een serie bevat, markeerde in 2000 een van de eerste digitale tools waarmee gebruikers deze mate van vrijheid kregen. De DVD box set heeft, zo stelt Derek Kompare, het medium televisie uitgebreid door de lineaire flow om te zetten tot gepubliceerde tekst, wat een stap uit de richting van *live media* heeft bevorderd (343-344). De publicatie van volledige seizoenen in één set heeft volgens Todd Sodano bovendien geleid tot een nieuw kijkfenomeen dat zich ook heeft doorgezet in online televisieplatformen: *binge-watching*. Doordat alle afleveringen van een seizoen in één box beschikbaar zijn, kunnen kijkers hiervan veel in een geconcentreerde tijd bekijken (Sodano 31-32).⁴

Naast voorgaande veranderingen in de jaren tachtig en negentig, zoals verschillende opnamemogelijkheden, hebben deze nieuwe manier van distributie en nieuwe kijkmogelijkheden er volgens Jason Mittell toe geleid dat er steeds meer series worden geproduceerd die narratief complex in elkaar steken. Om middels flow de aandacht van de kijker in het drukke gezinsleven vast te houden, waren, zoals ook Ellis beargumenteert, veel herhalende segmenten noodzakelijk. Daarbij werden series volgens Mittell gelimiteerd door interrupties van reclameblokken en afhankelijkheid van een wekelijkse programmering (4).

³ Vanwege deze toegenomen controle over de televisie-uitzending, noem ik de ‘kijker’ vanaf nu ‘gebruiker’.

⁴ Hoewel dit ook al kon met VHS, werd de *season box* een gebruikelijker fenomeen met de introductie van de DVD door het kleinere formaat en interactieve opties (Kompare 346).

Doordat de gebruiker deze lineaire flow nu makkelijker kan ontwijken, afleveringen achter elkaar en opnieuw kan kijken en kan pauzeren, kunnen series met een complexer narratief worden gecreëerd (38). Verhalen lopen bijvoorbeeld door naar de volgende aflevering, personages en verhaalwerelden worden dieper uitgewerkt en de tijdlijn van een verhaal wordt niet alleen chronologisch weergegeven (26). Het esthetische onderscheid dat Ellis maakte tussen televisie en film wordt hierdoor minder groot (2). Mittell limiteert zich in dit argument tot wat hij *scripted series* noemt. Hij laat realityprogramma's daarmee buiten beschouwing, omdat deze zich volgens hem nog meer vasthouden aan lineaire conventies (9, 31).

Mareike Jenner betreft de opkomst van complexe series en binge-watching specifiek op Netflix. Netflix publiceert vaak volledige seizoenen in één keer.⁵ Jenner stelt dat Netflix hiermee inspeelt op de verwachting dat kijkers series willen bingewatchen, of op zijn minst zelf willen programmeren; een praktijk die Jenner *self-scheduling* noemt ("Is This TVIV?" 263). Bovendien houdt Netflix hier volgens Jenner ook rekening mee tijdens de productie van een serie. Zij neemt *Arrested Development* als voorbeeld. De eerste drie seizoenen van deze serie werden geproduceerd door Fox en het vierde seizoen door Netflix. Jenner herkent een narratief verschil in het laatste seizoen dat afgestemd lijkt te zijn op binge-watching (idem). Het vierde seizoen is volgens haar complexer dan zijn voorganger en vraagt nog meer aandacht van de kijker (idem 266). Door binge-watching, mogelijkheden tot time-shifting en daardoor de ervaring van content zonder 'vervuiling' zoals reclames van de lineaire flow, is het mogelijk om aandachtig te kijken. Binge-watching beantwoordt daarom volgens Jenner zowel een verlangen naar autonomie in programmering, als de wens om, zoals Jason Jacobs dit noemt, een 'pure tekst' te zien (idem 265-266). Met dit argument richt Jenner zich op de toegenomen controle van de gebruiker, waarmee zij teruggrijpt op het begrip van flow met de kijker als middelpunt (viewer-centered notion of flow). Het is echter de vraag in hoeverre de gebruiker de controle heeft over de programmering van online platformen, en in hoeverre de platformen zelf flow construeren.

In 2003 betoogde Caldwell al dat de veranderingen die digitalisering met zich mee heeft gebracht er niet voor zorgen dat programmeringsstrategieën onnodig zijn geworden. Na de eerder genoemde first-shift aesthetics bespreekt hij hoe televisie in het digitale tijdperk wordt gekenmerkt door zogenaamde *second-shift aesthetics* (135). Daarmee bedoelt hij de huidige programmeringsstrategieën die ingezet worden om gebruikers te behouden. Door het brede aanbod aan platformen hebben deze volgens Caldwell hun focus verschoven van *program flows*

⁵ Netflix heeft hiermee bestaande publicatie- en distributiemodellen van zowel online platformen als lineaire televisiezenders uitgedaagd (Jenner 14).

naar *audience/user flows*. Hij doelt hiermee op zenderplatformen: in plaats van gebruikers in de flow van één uitzending te houden, is het relevanter geworden om ze over de verschillende platformen te begeleiden (136). Volgens Jennifer Gillan is de insteek hiervan om gebruikers via de verschillende platformen weer terug te leiden naar de lineaire uitzending. Zij spreekt in dit geval van een circulaire flow (76). Om deze flow te kunnen bewerkstelligen beargumenteert Caldwell dat het noodzakelijk zal zijn om gebruikers in de gaten te kunnen houden: “digital programmers must develop new units of temporal-user measurement” (136).

Een jaar later spreekt William Uricchio een vergelijkbare verwachting uit. Televisie-interfaces zullen volgens Uricchio steeds vaker te vinden zijn op de computer. Hij betoogt dat televisieprogrammering zal worden afgestemd op individuele smaak, door middel van smaakprofielen, *metadata* en *adaptive agent technologieën*. Volgens Uricchio zal de macht die de gebruiker over flow had verworven met technologieën als de afstandsbediening, nu plaatsmaken voor de macht van de metadataprogrammeurs en adaptive agent designers (254): “we have seen a shift in the form of the viewer-television interface – and particularly the notion of flow – that has slowly transformed from programming-centered, to active audience-centered, to adaptive agent-centered” (256). Hij voorspelt daarmee dat de kijker niet meer het middelpunt zal zijn wat betreft de constructie van flow, maar dat dit punt opnieuw richting de (televisie)-industrie verschuift.

Uricchio’s voorspelde verschuiving van macht wordt door Daniel Chamberlain uitgewerkt in zijn theorie over *scripted spaces*. Hoewel televisie-interfaces zich volgens Chamberlain voordoen als functionele *non-places*, betoogt hij dat deze eigenlijk meer complexe, interactieve scripted spaces zijn (233). De term non-place leent Chamberlain van Mark Auge: het begrip beschrijft een ‘lege’, puur functionele tussen-locatie van transport of doorvoer van het ene naar het andere, zoals een vliegveld (235). In die zin is een interface slechts de plek waar de gebruiker langskomt om bij content te kunnen komen. Dit beschrijft volgens Chamberlain echter slechts de oppervlakte van een interface, die in werkelijkheid beladen is met lagen van metadata die bepalen welke content de gebruiker ziet en hoe de interface wordt ingedeeld (236). Wat een gebruiker wel of niet ziet, ligt daarom uiteindelijk inderdaad in handen van metadataprogrammeurs van bedrijven die volgens Chamberlain een eigen agenda nastreven. Chamberlain spreekt daarom van scripted spaces: locaties die zo zijn vormgegeven dat een gebruiker het gewenste pad volgt, maar die deze vormgeving zo veel mogelijk proberen te verbergen (239-240).

Precies om deze reden bekritiseert Sarah Arnold de belofte van Netflix dat datasystemen, uitgewerkt in persoonlijke aanbevelingen voor gebruikers, gunstig zouden zijn

voor de gebruiker. Ze beargumenteert dat de macht die Netflix hiermee toe-eigent niet alleen ten goede komt aan de gebruiker:

While datafication might allude to the liberation of the individual from the mass, it equally masks more profound forms of individual manipulation and governance manufactured through data algorithms used by online television platforms such as Netflix (50).

Netflix onderscheidt zich volgens Arnold van lineaire televisie door zich op het individu te richten in plaats van op de massa, maar volgt, zo stelt zij, vergelijkbare strategieën op om de gebruiker vast te houden. Arnold stelt dat de interface van Netflix erop is ingericht om gebruikers te begeleiden in de richting van content die ervoor zorgt dat ze hun abonnement zullen behouden (51). Hoewel ‘individuele keuze’ een centraal aspect is van de manier waarop Netflix zichzelf adverteert, wordt deze keuze volgens Arnold belemmerd door algoritmes (59).

Lisa Glebatis Perks geeft een concrete uitwerking van Arnolds observaties via een alternatief model voor de analyse van flow, dat zij oppert voor online televisieplatformen. De door Arnold besproken aanbevelingen met behulp van algoritmes zijn een onderdeel van dit model, dat ervan uit gaat dat de interface van online platformen de gebruiker stimuleert om te gaan bingewatchen. Vergelijkbaar met lineaire flow, waarin kijkers worden meegenomen van programma naar programma, worden gebruikers van online televisieplatformen volgens Perks meegenomen in een flow van aflevering naar aflevering (xxii).

Het model van Perks is opgedeeld in twee opeenvolgende vormen van flow: *entrance flow* en *insulated flow*. Het begrip *entrance flow* gebruikt Perks voor het proces waarin een gebruiker met content in aanraking komt. Zoals ook Arnold stelt, wordt de gebruiker volgens Perks in dit proces gestuurd door gepersonaliseerde aanbevelingen (xxiii). In een recente (2018), globale interface-analyse van Netflix wijst Mareike Jenner concreet op een aantal manieren waarop *entrance flow* wordt gerealiseerd. Aanbevelingen worden zowel op de hoofdpagina als aan het einde van bekeken content voorgesteld aan de gebruiker. Deze worden weergegeven met thumbnail-afbeeldingen, titels en korte plotbeschrijvingen. Daarnaast zorgt het algoritme van Netflix voor een gepersonaliseerde orde in de grote hoeveelheid beschikbare content (*Netflix* 128). *Entrance flow* wordt volgens Jenner extra ondersteund door het gevoel dat Netflix ons kent. Door de gebruiker te tutoyeren en bij voornaam aan te spreken (“omdat je *bepaalde content* hebt bekeken”; “verder kijken voor *voornaam*”), wordt het gevoel gecreëerd dat content wordt aanbevolen door een vriend (idem 128-129).

Insulated flow, Perks' tweede stap in de flow van binge-watching, gaat om het meenemen van de gebruiker van de ene aflevering naar de volgende, en de volgende, et cetera: een "extended and focused attention on one tekst" (xxiv). Deze uitspraak illustreert het conceptuele verschil tussen insulated flow en de flow zoals Williams deze omschreef. Waar lineaire flow zo weinig mogelijk onderscheid maakt tussen verschillende items of segmenten van de uitzending, is insulated flow gericht op één tekst. Insulated flow wordt volgens Perks verwezenlijkt door zowel narratieve complexiteit, als de interface van een 'content delivery service' zoals online televisieplatformen (xxiv-4). Volgens Jenner stuurt Netflix insulated flow aan door middel van de 'post-play' en de 'skip intro'-functie. Na een aflevering worden er achttien, twaalf of zes seconden afgeteld tot de volgende aflevering automatisch wordt afgespeeld. De gebruiker hoeft niets te doen om verder te kijken, terwijl stoppen met kijken een actieve keuze is (*Netflix* 126). De 'skip intro'-functie verwijdert het herhalende openingssegment dat als strategie werd ingezet in lineaire flow, maar de flow van de *binge* juist onderbreekt.

Samenvattend wijst de besproken literatuur zowel op een verandering van de televisie-interface als televisiecontent. De auteurs zijn het erover eens dat de controle die de kijker – middels nieuwe mogelijkheden tot time-shifting – had verworven, weer wordt ingeperkt vanwege de komst van online televisieplatformen. Door middel van metadata en de vormgeving van interfaces (scripted spaces) kunnen platformen de constructie van flow zelf in de hand houden. De controle verschuift daardoor terug in de richting van de televisie-industrie. Volgens Perks is de constructie van flow in online televisieplatformen gericht op binge-watching. Jenner heeft dit middels een analyse gebaseerd op het model van Perks aangetoond voor Netflix. Een vergelijkbare concrete analyse van zenderplatformen ontbreekt echter. Bovendien stellen Caldwell en Gillan dat zenderplatformen zich vooral richten op een multi-platform of circulaire flow. Zowel het begrip binge-watching als circulaire flow zal daarom een conceptueel uitgangspunt vormen voor mijn analyse van flow in de interfaces van de drie platformen.

Methode

Om te onderzoeken of en hoe flow wordt geconstrueerd in de vorm van binge-watching en/of circulaire flow op Netflix, Videoland en NPO Start, benader en analyseer ik de interfaces van de browsersversies van de drie platformen als scripted spaces.⁶ Dit doe ik aan de hand van Mel Stanfills *discursive interface analysis*. Om de interface van een website te analyseren grijpt Stanfill terug op Michel Foucaults notie van *power as productive*. Volgens Stanfill wordt dit ook omschreven als *normalisatie*. Hoewel macht volgens Stanfill vaak wordt gezien als het voorkomen of onderdrukken van acties, gaat Foucaults idee ervan uit dat macht juist kan liggen in het mogelijk maken van acties en daarmee de normalisatie daarvan (1060). Macht wordt volgens Foucault namelijk juist geaccepteerd doordat het productief is: “it traverses and produces things, it induces pleasure, forms of knowledge, produces discourse” (119). Macht moet volgens Foucault dus worden benaderd als “a productive network which runs through the whole social body, much more than as a negative instance whose function is repression” (idem).

Vergelijkbaar met Chamberlain in zijn ‘scripted spaces’-theorie, betoogt Stanfill dat interfaces – door productief te zijn – een *path of least resistance* creëren dat de norm bepaalt waaraan de ideale gebruiker zich zou houden bij het gebruik van de site (1060). Hij stelt voor om deze normconstructie te onderzoeken aan de hand van een discursieve interface analyse. Hij gebruikt hierbij de term *discours*, omdat hij zijn idee baseert op Ruth Frankenberg’s beschrijving van een *discursive environment*. Dit houdt in dat de omgeving waarin we ons bevinden bepaalt welke acties we ondernemen. Zo is ook een website volgens Stanfill een set van kennis en aannames die bepaalt wat de bezoeker doet (1061).

Stanfills methode onderzoekt de norm die een interface produceert aan de hand van *affordances*. Deze term leent hij van H. Rex Hartson, die het begrip definieert als wat een site *aanbiedt* aan gebruikers, en waarin deze *voorziet* (1062). Stanfill neemt drie van de vier affordances van Hartson over, die toepasbaar zijn op een virtuele interface: *zintuiglijke*, *functionele* en *cognitieve* affordances. Zintuiglijke affordances omvatten alles wat de gebruiker zintuiglijk kan waarnemen in een interface: kleuren, lettertypen, geluiden, et cetera. Functionele affordances zijn alle functionaliteiten die een interface heeft, zoals de functie om door te klikken naar een volgende aflevering. De term cognitieve affordances houdt de manier in waarop de

⁶ Hoewel de interface van Netflix al op vergelijkbare manier is geanalyseerd door Jenner, draagt mijn analyse van Netflix in meer detail bij aan het blootleggen van specifieke flowstrategieën van portals en geeft het vorm aan een vergelijking met NPO Start en Videoland als zender- en hybride platform.

gebruiker wordt aangesproken door de interface en hoe hij weet wat de mogelijkheden zijn, hoofdzakelijk door middel van woorden (1062-1064).

Hoewel het analysemodel van Perks, met de begrippen *entrance* en *insulated flow*, uitgaat van *binge-watching* als uiting van *flow* in de context van online televisieplatformen, kunnen *entrance* en *insulated flow* ook geoperationaliseerd worden voor de analyse van *flow* in online televisieplatformen in het algemeen, door de concepten te koppelen aan de verschillende *affordances*. Door de *affordances* en de *paths of least resistances* die de platformen creëren te bespreken aan de hand van *entrance* en *insulated flow*, onderzoek ik of en hoe Netflix, Videoland en NPO Start als *discursive environments* een constructie van *flow* (*binge-watching* en/of *circulaire flow*) als uitgangspunt nemen voor het creëren van een *path of least resistance*.

Om te onderzoeken in hoeverre het originele begrip van *flow* bruikbaar is in de context van online televisieplatformen en om ook het verschil in oorsprong van de content van de drie platformen mee te nemen, wordt de structuur van mijn analyse bepaald door Williams' originele model van analyse in "three different orders of detail" (90). Het eerste niveau van *flow* "within a particular evening's programme" (*idem*), interpreteer ik in het geval van online televisieplatformen als de hoofd- en subpagina's ('films', 'series' en 'programma's', variërend per platform) waarop alle content te vinden is. Dit eerste niveau is daarom gericht op de manier waarop *entrance flow* wel of niet wordt geconstrueerd op de hoofd- en subpagina's van de drie platformen. Het tweede niveau, "the actual succession of items" (*idem*), is in het geval van mijn analyse de overgang van aflevering naar aflevering, en van de ene content naar de andere (wanneer een serie of film is afgelopen). De analyse van dit niveau beantwoordt daarom de vraag op welke manier de interfaces tussen afleveringen *entrance flow* of *insulated flow* construeren. Het derde niveau van analyse, "the actual succession of words and images" (*idem*), heeft betrekking op de content zelf in samenspel met de interfaces, en richt zich op de manier waarop dit samenspel *insulated flow* bewerkstelligt.

Met de analyse van het derde niveau baseer ik mij tevens op Ellis' tekstuele organisatie van segmenten. Van ieder platform zal ik een selectie aan openings- en slotsequenties analyseren. De diversiteit in oorsprong van de content op de verschillende platformen maakt het relevant om content mee te nemen in de analyse, maar maakt het ook onmogelijk om de analyse representatief te maken. Om deze reden was de selectie van specifieke content lastig. Ik heb er daarom met name op gelet dat de series of programma's in ieder geval op een bepaalde manier kenmerkend kunnen zijn voor de platformen, en vergelijkbaar zijn met elkaar. Van Netflix bekijk ik de openings- en slotsequenties van de nieuwe Original – een scripted serie – *Russian Doll*. Deze serie kan als voorbeeld dienen voor de aanpak van Netflix, omdat deze in

opdracht van Netflix zelf is geproduceerd. Ook van Videoland neem ik een originele scripted serie mee: *Mocro Maffia*. Omdat het platform een duidelijk onderscheid maakt tussen series en programma's, heb ik ook een RTL realityprogramma van Videoland geselecteerd: *Married At First Sight*. Om een vergelijking te kunnen maken met Netflix en Videoland heb ik van NPO Start gekozen voor de populaire scripted serie *De Luizenmoeder*. Hoewel de analyse van deze openings- en slotsequenties niet representatief kan zijn, kan deze als voorbeeld en basis dienen voor een aanname over de manier waarop content, in samenwerking met de interface, mee kan spelen in de constructie van flow in de context van online televisieplatformen.

Analyse

Niveau 1: hoofd- en subpagina's

Hoofdpagina: above the fold

Het eerste dat een gebruiker ziet wanneer hij één van de platformen opent, is alles wat “above the fold” (Stanfill 1064) is geplaatst. Stanfill gebruikt deze kranteterminologie om te duiden wat er te zien is wanneer een gebruiker nog niet heeft gescrold. De rest is pas “below the fold” (idem) zichtbaar. Boven ‘de vouw’ van zowel Netflix, Videoland als NPO Start is er een hoofdmenu en een deel van de hoofdpagina zichtbaar. Het hoofdmenu zal ik later apart bespreken. In dit deelhoofdstuk richt ik mij op de inhoud van de hoofdpagina.

Eén van de manieren waarop volgens Perks entrance flow wordt bewerkstelligd, is het gebruik van aanbevelingen (xxiii). Netflix, Videoland en NPO Start hebben er alle drie voor gezorgd dat aanbevelingen prominent aanwezig zijn boven de vouw. Vooral zintuiglijke affordances worden in dit geval ingezet. Visueel gezien gebruiken de drie platformen verschillende strategieën. Netflix toont kort een afbeelding met een beschrijving van content, die bijna het volledige scherm omvat. Na enkele seconden verandert deze afbeelding in een trailer van de content (**fig. 1**).⁷ Videoland beveelt drie verschillende soorten content aan door afbeeldingen met beknopte beschrijvingen hiervan in drie blokken naast elkaar plaatsen. Deze blokken beslaan ongeveer de helft van de pagina boven de vouw (**fig. 2**). Visueel gezien lijkt de aanpak van NPO Start meer op die van Netflix. Het volledige scherm boven de vouw wordt bedekt met een afbeelding van specifieke content met daarop een titel en beschrijving (**fig. 3**).

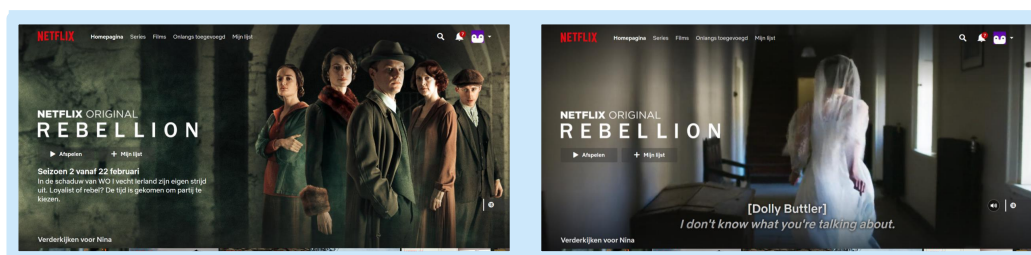


Fig. 1 Above the fold van Netflix

⁷ Een selectie van de figuren is in het klein in de lopende tekst te vinden. Alle figuren zijn in het groot in de bijlage te vinden.

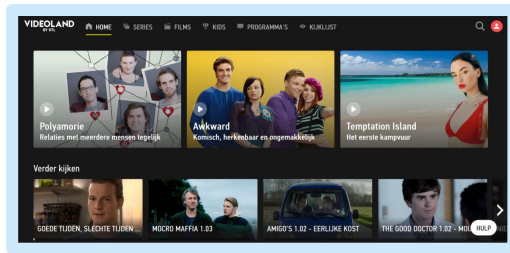


Fig. 2 Above the fold van Videoland

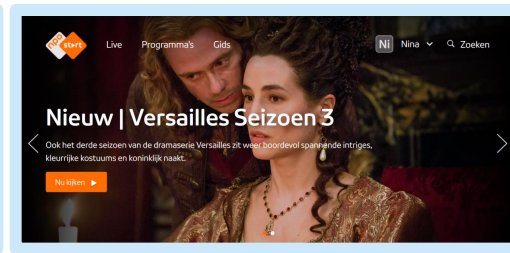


Fig. 3 Above the fold van NPO Start

De visuele plaatsing van de aanbevelingen is bepalend voor de manier waarop entrance flow wordt gerealiseerd. Hoewel Netflix en NPO Start visueel op elkaar lijken is er een belangrijk verschil in aanpak te herkennen: de aanbeveling van Netflix beslaat niet het héle scherm boven de vouw. Het kopje van de volgende categorie is daarom al zichtbaar. Wanneer de gebruiker niet geïnteresseerd is in de aanbeveling, ziet hij direct waar hij bijvoorbeeld content kan ‘verder kijken’. De gebruiker van NPO Start moet hiervoor eerst scrollen en zelf op zoek gaan naar iets anders. Boven de vouw van Videoland is naast de aanbevelingen, altijd de categorie ‘verder kijken’ te zien. Visueel gezien kan worden beargumenteerd dat Netflix, en daarna NPO Start, de meeste interesse wil wekken voor een specifieke aanbeveling, maar dat Videoland en Netflix daarnaast – gebaseerd op eerder kijkgedrag – een extra opening bieden voor entrance flow.

Qua functionele affordances bevatten de aanbevelingen in alle drie de platformen een afspeelknop. Netflix geeft daarnaast ook de optie om een serie niet direct af te spelen, maar toe te voegen aan een persoonlijke lijst. Daaruit kan worden afgeleid dat het voor Netflix minder van belang is dat entrance flow voor bepaalde content direct wordt gerealiseerd, en dat dit ook uitgesteld kan worden. Belangrijker dan direct te kijken, is dat de gebruiker zich persoonlijk bindt aan het platform; later komt hij terug om de content uit de lijst te bekijken. Zoals Jenner in 2016 beargumenteerde, wordt in dit geval het individu voorop gesteld door de gebruiker zelf controle te geven over de programmering (“Is This TVIV?” 263). Dit keer niet op het niveau van binge-watching en insulated flow, maar op het niveau van de volledige programmering.

Terwijl Videoland gebruik maakt van een vrij neutrale, grijze afspeelknop, contrasteert de aanpak van NPO Start in deze situatie het meeste met die van Netflix. NPO Start spreekt de gebruiker zintuiglijk het meeste aan met de afspeelknop door deze feloranje te kleuren. Ook cognitief wordt de gebruiker aangesproken met de woorden ‘nu kijken’. Hierdoor lijkt NPO Start, in tegenstelling tot Netflix, juist wel waarde te hechten aan het directe kijken van content. Dit belang van NPO Start kan in samenhang worden gezien met het temporele karakter van de lineaire uitzending waaraan het platform is gebonden. Als de gebruiker nu een aflevering kijkt, kan zijn interesse worden gewekt om de volgende aflevering via de lineaire uitzending te

bekijken. Ook de oranje kleur van de afspeelknop herinnert de gebruiker aan de NPO als organisatie die initieel alleen via de lineaire uitzending te zien was. Deze strategieën stimuleren daardoor circulaire flow, zoals beschreven door Gillan (76).

Naast het analyseren van de zintuiglijke, functionele en cognitieve affordances van de aanbevelingen, kan worden gekeken hoe deze affordances in verband staan met de soort content die wordt aangeboden. Op ieder platform gaat het om nieuwe content. NPO Start benadrukt dit door het woord ‘nieuw’ voor de titel van de content te plaatsen. Deze reclameterm sluit esthetisch aan bij de lineaire uitzending waarin korte trailers van nieuwe programma’s zijn verwerkt. De aanbevelingen van NPO Start en die van Videoland zijn ook niet gepersonaliseerd. Iedere gebruiker krijgt dezelfde aanbeveling. Deze aanpak is vergelijkbaar met die van de lineaire televisie als massamedium. De aanbevelingen van Netflix zijn wel door smaakprofielen bepaald en persoonlijk afgestemd. Zoals Arnold stelt, wekt Netflix hiermee de indruk dat het individu van de massa wordt bevrijd, maar gebruikt het platform vergelijkbare strategieën als de lineaire televisie (51). De persoonlijke afstemming verbloemt in dit geval het doel van Netflix om, net als Videoland en NPO Start, nieuwe content te promoten.

Hoofdpagina: categorieën

Wanneer de gebruiker beneden de vouw scrolt, ziet hij op alle drie de platformen meer content, gepresenteerd in categorieën. De zintuiglijke en cognitieve affordances van Videoland en Netflix komen het meeste met elkaar overeen. De meeste content wordt horizontaal gepresenteerd in categorieën zoals ‘Internationale films’, ‘Made by Videoland’ (Videoland), ‘Internationale series’ en ‘Netflix Originals’ (Netflix), waardoor content direct toegankelijk is (**fig. 4** en **5**). NPO Start gebruikt een zelfde soort indeling voor slechts een deel van de content op de hoofdpagina. Terwijl categorieën zoals ‘nieuw’ en ‘gemist’ – die verwijzen naar uitzendingen die nog steeds onderdeel zijn van de lineaire schedule – direct toegankelijk zijn, is andere content moeilijker te bereiken (**fig. 6**). Deze content wordt in gegroepeerde blokken van subcategorieën gepresenteerd, waardoor er een extra tussenstap bestaat voor de gebruiker om de content zelf te zien. NPO Start creëert hiermee een path of least resistance in de richting van content die ook in de lineaire uitzending gevolgd kan worden.

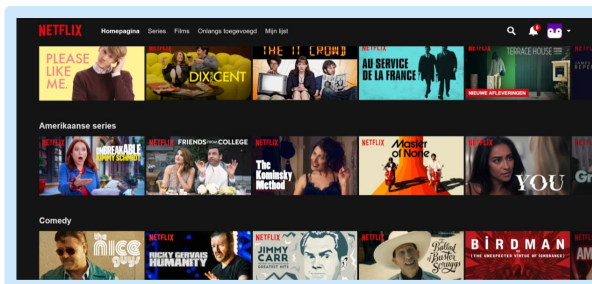


Fig. 4 Categorieën van Netflix

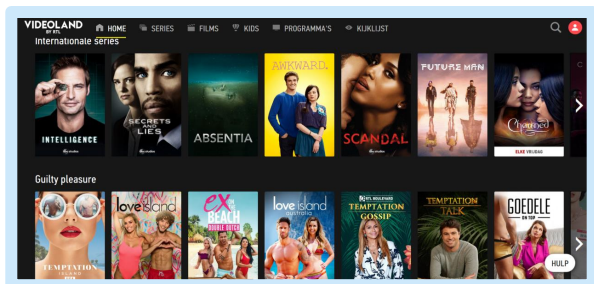


Fig. 5 Categorieën van Videoland

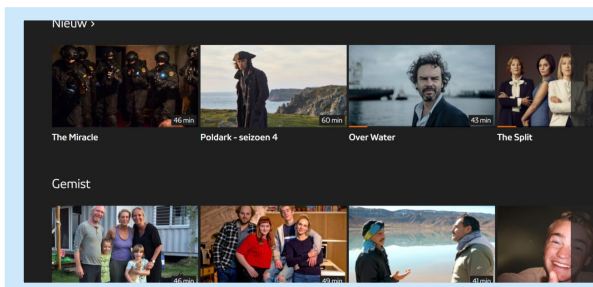
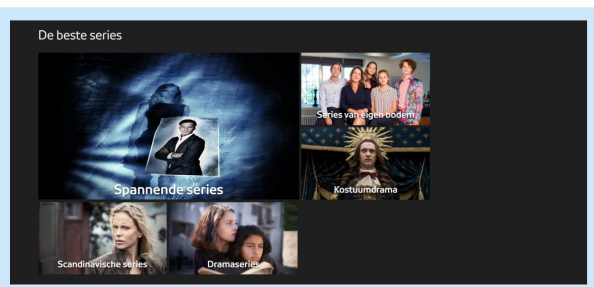


Fig. 6 Categorieën van NPO Start



Netflix heeft – naast de standaard, horizontale categorieën – onlangs een nieuwe strategie toegevoegd, die een parallel laat zien met lineaire programmering. Terwijl de gebruiker door de categorieën scrolt, begint tussen deze categorieën een trailer van een nieuwe serie te spelen (fig. 7). Visueel gezien kan dit worden opgevat als een letterlijk reclameblok, zoals deze ook in de lineaire uitzending tussen andere content wordt geplaatst. De lineaire tijdlijn wordt door Netflix hervormd tot een scroltijdlijn. Vergelijkbaar kan een op hammocking lijkende strategie worden herkend in de scroltijdlijn van NPO Start: de pagina begint met ‘populair’, waarna andere categorieën worden weergegeven en de pagina afsluit met ‘trending’ en uiteindelijk ‘meest bekeken’.

Door gebruik van algoritmes wordt deze tijdlijn constant door Netflix aangepast aan de voorkeuren van de gebruiker. Wanneer een gebruiker op content uit een bepaalde categorie heeft geklikt, staat deze categorie daarna hoger op de pagina. NPO Start gebruikt deze strategie alleen voor de categorie ‘verder kijken’ en Videoland gebruikt deze helemaal niet. De meeste categorieën staan in beide gevallen vast en zijn voor iedere gebruiker hetzelfde. Na een bepaalde periode (een aantal dagen op NPO Start en een aantal weken op Videoland) verdwijnt er zelfs content uit de ‘verder kijken’-categorieën van NPO Start en Videoland. De hoofdpagina wordt daardoor hersteld naar een onpersoonlijke, algemene pagina. Het feit dat dit op NPO Start alleen het geval is met programma’s, en films wel in de categorie ‘verder kijken’ blijven staan, is duidelijk voor het motief dat achter deze strategie kan zitten. NPO Start heeft er meer baat bij dat een gebruiker nieuwe programma’s bekijkt die nog lineair worden uitgezonden, dan dat hij

oude content blijft terugkijken. Dit zou tevens het motief kunnen zijn van de RTL-programma's van Videoland, maar ook de originele en externe content van Videoland verdwijnt uit 'verder kijken'. De focus van deze strategie op de circulaire flow van de programma's zorgt ervoor dat binge-watching van de overige content minder wordt gestimuleerd.

Door flow te benaderen als audience flow en dit circulair vorm te geven, is er opnieuw een tweedeling zichtbaar tussen NPO Start en Videoland enerzijds en Netflix anderzijds. Waar NPO Start en Videoland met een onpersoonlijke hoofdpagina de gebruiker als massapubliek dat uiteindelijk ook de lineaire uitzending zal kijken benaderen, is Netflix – zoals ook Jenner stelt – bezig met het creëren van een persoonlijke ervaring, die de gebruiker aan het platform zelf zal binden (128).

De cognitieve affordances van Netflix die Jenner aanhaalt ter onderbouwing van dit argument, zijn de manieren waarop Netflix de gebruiker persoonlijk aanspreekt in de koppen van categorieën. De gebruiker wordt getutoyeerd en bij voornaam aangesproken. Hoewel Videoland dit met een meer onpersoonlijke benadering niet doet, is dezelfde strategie te herkennen bij NPO Start. De hoofdpagina van NPO Start bevat meerdere categorieën met de titel 'omdat je *bepaalde content* hebt gekeken' (fig. 8). Deze overeenkomst lijkt onverwacht, maar kan worden verklaard door een overeenkomst tussen strategieën van Netflix en de lineaire uitzending waarop Jenner wijst. Het doen van aanbevelingen gebaseerd op genre, zoals Netflix dit doet, komt volgens Jenner overeen met de lineaire schedule waarin genreblokken worden geprogrammeerd met programma's van hetzelfde genre (132). Het kan dus worden beargumenteerd dat Netflix als portal vanuit eenzelfde lineaire strategie vertrekt als zenderplatform NPO Start.

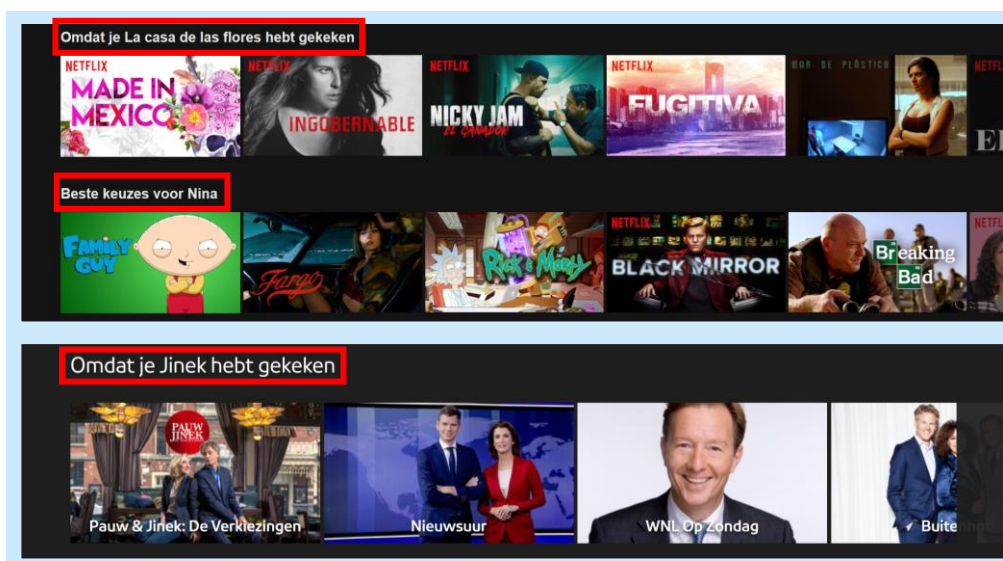


Fig. 8 Persoonlijk taalgebruik op Netflix (boven) en NPO Start (onder)

Een categorie die Videoland en NPO Start met elkaar gemeen hebben, maar niet op Netflix te vinden is, is ‘vooruit kijken’. Deze categorie is typerend voor de verschillen in publicatiemodellen van de drie platformen. Terwijl Netflix series vaak per volledig seizoen publiceert om binge-watching te stimuleren, wordt de meeste content van NPO Start periodiek beschikbaar gemaakt. Videoland maakt gebruik van beide strategieën. Daarnaast laat de afwezigheid van de categorie op Netflix zien dat de temporele logica van televisie – zoals Lotz dit in *Portals* omschrijft – niet van toepassing is op portals zoals Netflix (8).

De cognitieve affordances die Videoland inzet ter promotie van periodieke afleveringen, komen overeen met het taalgebruik van programmatrailers in het lineaire reclameblok: ‘elke werkdag’, ‘elke vrijdag’ (**fig. 9**). Een samenspel tussen lineaire uitzending en het platform zijn ook goed zichtbaar door de vooruitkijkstrategie. Zo wordt *Temptation Island* op donderdagochtend online geplaatst, terwijl dit op donderdagavond wordt uitgezonden. De gebruiker kan online echter pas op vrijdag naar *Temptation Talk* kijken, terwijl dit ook op donderdagavond wordt uitgezonden. De gebruiker wordt hiermee allereerst gestimuleerd om een programma op Videoland te kijken, om daarna het vervolgprogramma in de lineaire uitzending te kijken.

De mogelijkheid tot vooruitkijken van NPO Start heeft een heel andere insteek. De programma’s in deze categorie zijn de enige die NPO Start per volledig seizoen publiceert. Deze optie is, in tegenstelling tot veel van de andere content, alleen beschikbaar voor betalende gebruikers. Hoewel NPO Start aan de ene kant een audience flow richting de lineaire uitzending probeert te bewerkstelligen, verandert dit model wanneer de gebruiker betaalt. Op dat moment wordt de gebruiker met de publicatie van volledige seizoenen, net als op Netflix, gestimuleerd om te bingewatchen en daarmee op het platform zelf te blijven. Dit is echter alleen van toepassing op een klein deel van de content die beschikbaar is op NPO Start. Binge-watching lijkt daarom een minder belangrijk uitgangspunt van NPO Start dan van Netflix, die dit zelfs in de kop van een categorie heeft verwerkt: ‘bingewatch-waardige series’.

Ondertussen gebruikt NPO Start koppen zoals ‘films voor in de voorjaarsvakantie’, wat in contrast staat met de autonomie die binge-watching uitstraalt, en juist doet denken aan een schedule die is afgestemd op gezinnen; wanneer de kinderen vrij zijn in de vakantie heeft het gezin tijd om samen films te kijken (**fig. 10**).

Subpagina's

De subpagina's van Netflix ('films' en 'series') en Videoland ('films', 'series' en 'programma's') hebben opnieuw een vergelijkbare opbouw. De zintuiglijke, functionele en cognitieve affordances zijn nagenoeg hetzelfde als die van de hoofdpagina's. De subpagina 'programma's' van NPO Start is wel volledig anders dan de hoofdpagina. Terwijl de hoofdpagina, door middel van de drie affordances, richting geeft aan de gebruiker, doet de subpagina dit nauwelijks. Alle programma's staan ongesorteerd op één pagina (**fig. 11**). Zoals Williams stelt dat de uitspraak 'televisie kijken' geen onderscheid maakt tussen de verschillende content in een flow, maakt NPO Start geen onderscheid tussen films, programma's, categorieën en genres. Doordat de pagina door deze mate van autonomie zo lastig te doorgronden is, wordt de gebruiker niet gestimuleerd om iets op de subpagina te zoeken. Het path of least resistance leidt daardoor nog steeds in de richting van bepaalde content op de hoofdpagina.

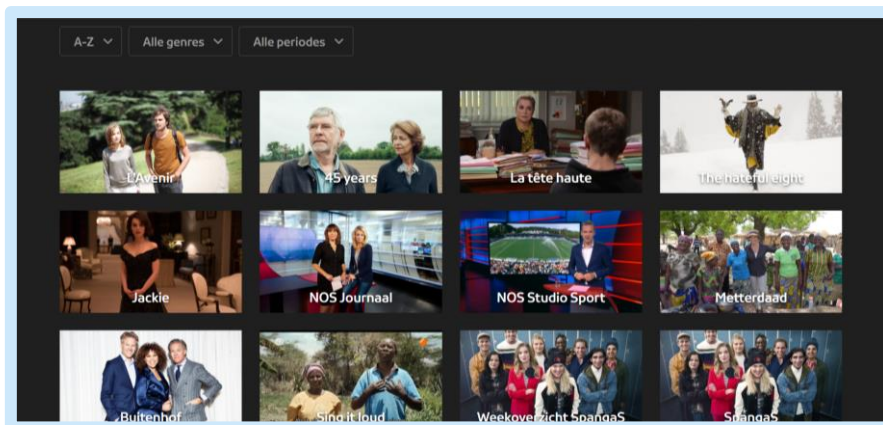


Fig. 11 De subpagina 'programma's' op NPO Start

Terwijl de hoofdpagina nieuwe content aanbeveelt, lijkt de subpagina voornamelijk bedoeld voor het terugzoeken van afleveringen die de gebruiker gemist heeft in de lineaire uitzending. De gebruiker kan namelijk zelf structuur aanbrengen door middel van drie sorteerfuncties: van A tot Z, sorteren op genre of op periode. Vooral het sorteren op periode, dat de gebruiker de mogelijkheid geeft om te zoeken naar specifieke dagen tot een week geleden, de week ervoor en de maand ervoor, benadrukt dat terugzoeken de norm is van het gebruik van deze pagina. Waar de hoofdpagina een user flow richting de lineaire uitzending stimuleert, worden deze gebruikers via de lineaire uitzending weer teruggedleid naar de subpagina om afleveringen terug te kijken. Daarvoor moet de gebruiker echter eerst weer langs de hoofdpagina.

Thumbnails en beschrijvingen

Niet alleen de indeling van de hoofd- en subpagina's is bepalend voor de constructie van entrance flow. Jenner stelt dat ook thumbnail afbeeldingen, titels en plotbeschrijvingen hiervoor van belang zijn (*Netflix* 127-128). Deze kleine beetjes informatie – die bedoeld zijn om de aandacht van de gebruiker te trekken – zijn op verschillende manieren te vinden in de drie platformen. Qua zintuiglijke affordances laat Netflix kleine, horizontale, vaak gestileerde afbeeldingen van content zien. Zonder scrollen zijn er vijfenhalf afbeeldingen per categorie te zien en drie categorieën.⁸ Deze afbeeldingen verschillen bij sommige series vaak van dag tot dag. Als een afbeelding een bepaalde gebruiker niet aanspreekt, kan dezelfde serie met een andere afbeelding alsnog de aandacht van die gebruiker trekken. Videoland gebruikt kleine, verticale covers van films en series, waardoor er zonder te scrollen zeven afbeeldingen per categorie zichtbaar zijn en twee categorieën. Op de hoofdpagina gebruikt NPO Start grotere, horizontale *stills* van content of promotiefoto's met de cast van een programma als thumbnailafbeeldingen.

De grootte van de afbeeldingen zorgt ervoor dat er op NPO Start visueel gezien significant minder content te zien is dan op Netflix en Videoland, wanneer een gebruiker niet scrolt: twee categorieën met drieënhalve afbeeldingen per categorie. De kans dat de gebruiker direct een serie vindt die hem aanspreekt wordt daardoor kleiner. Ook de soort afbeeldingen die NPO Start gebruikt verschilt van die van Netflix en Videoland: de afbeeldingen bevatten minder felle kleuren en contrast waardoor ze qua zintuiglijke affordances minder prikkelend zijn en daardoor minder sturend in de constructie van entrance flow.

De grootste verschillen tussen de thumbnails van de platformen zijn merkbaar wanneer de gebruiker met de muis over een thumbnailafbeelding beweegt. Wanneer de gebruiker dit bij nog niet eerder bekeken content doet op Netflix, wordt de afbeelding groter en begint er een trailer af te spelen. Er verschijnen verschillende zintuiglijke, functionele en cognitieve affordances: een rode afspeelknop, de hoeveelheid seizoenen die de serie bevat, een leeftijdsindicatie, beschrijvende steekwoorden, een percentage van hoeveel de content overeenkomt met wat de gebruiker eerder heeft gekeken, opties om de content toe te voegen aan de kijklijst of te beoordelen, en een pijl die leidt naar meer informatie (**fig. 12**). Het path of least resistance leidt de gebruiker richting de meest opvallende knop: de roodgekleurde afspeelknop. De meest opvallende informatie is het groene matchpercentage, dat benadrukt dat Netflix iets persoonlijk aanbeveelt. Als de gebruiker nog niet is overtuigd kan de andere

⁸ Op een scherm met een diameter van 14 inch.

informatie misschien interesse wekken, of kan hij het aan de kijklijst toevoegen voor later. Wanneer een gebruiker met de muis over al eerder gekeken content beweegt, wordt veel van deze informatie vervangen door slechts een indicatie bij welke aflevering hij is. Dit laat opnieuw zien dat Netflix de constructie van entrance flow aanpast op het kijkgedrag van de gebruiker: de andere informatie is nu overbodig, omdat de gebruiker de content al heeft gezien.



Fig. 12 Muis op Netflix thumbnail

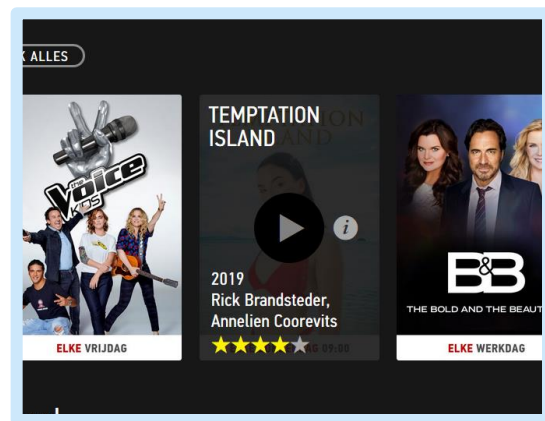


Fig. 13 Muis op Videoland thumbnail

Videoland laat ook veel informatie zien wanneer de gebruiker met de muis over de thumbnail van nog niet eerder bekeken content beweegt. De afbeelding verdwijnt naar de achtergrond van een grote afspreeknop, de titel komt groot in beeld, evenals namen van bekende acteurs, het jaartal en een sterbeoordeling (fig. 13). Ook is er een extra informatieknopje. Wanneer de thumbnail content betreft die de gebruiker al heeft gezien, is er alleen een grote afspreeknop zichtbaar. In beide gevallen leidt het path of least resistance naar het afspelen van de content. Het meest opvallende verschil met de affordances van Netflix, is dat Videoland voor een minder persoonlijke benadering kiest. In het geval van Netflix wordt er met het matchpercentage gerefereerd naar de smaak van de gebruiker zelf, terwijl de sterbeoordeling op Videoland refereert naar de algemene smaak van gebruikers. Dit laat concreet zien dat Videoland als hybride platform zich meer baseert op algemene publiekmetingen dan op persoonlijke metadata, in tegenstelling tot Netflix als portal. NPO Start geeft zowel bij eerder bekeken content als bij nieuwe content alleen een grote afspreeknop weer wanneer de muis over de thumbnailafbeelding beweegt. Het path of least resistance leidt ook in dit geval naar het afspelen van de content, maar wanneer een gebruiker toch niet wil kijken is er geen ondersteunende informatie die hem alsnog kan overtuigen.

Wanneer de gebruiker het normatieve pad volgt en op de afspreeknop klikt, heeft dit verschillende uitkomsten per platform. De afspreeknop van Netflix laat content direct afspelen,

de afspreeknop van Videoland laat alleen eerder bekeken content of films direct afspelen, maar leidt bij nog niet bekeken series of programma's naar een informatiepagina over de content, en de afspreeknop van NPO Start leidt altijd eerst naar een informatiepagina. Doordat het 'pad' op NPO Start en Videoland langer duurt, heeft de gebruiker meer kans dan op Netflix om zich te bedenken en toch niet te gaan kijken.

Op de informatiepagina van specifieke content van NPO Start staat links een grote thumbnailafbeelding met afspreeknop, waardoor het pad toch nog direct naar het afspelen van de laatste aflevering van een programma leidt. Rechts staat een beschrijving zoals Netflix deze heeft verwerkt in de thumbnails van de hoofdpagina. Onder de vouw kan de gebruiker er nu ook voor kiezen om een aflevering later te kijken, of om andere afleveringen te kijken. In de meeste gevallen staan de afleveringen op volgorde van nieuwst naar oudst (fig. 14). De gebruiker wordt gestimuleerd om de laatst uitgezonden aflevering te kijken, in plaats van te beginnen bij de eerste aflevering om een programma vervolgens te bingewatchen. Dit vergroot de kans dat de gebruiker geïnteresseerd raakt in de volgende aflevering die lineair uitgezonden zal worden.

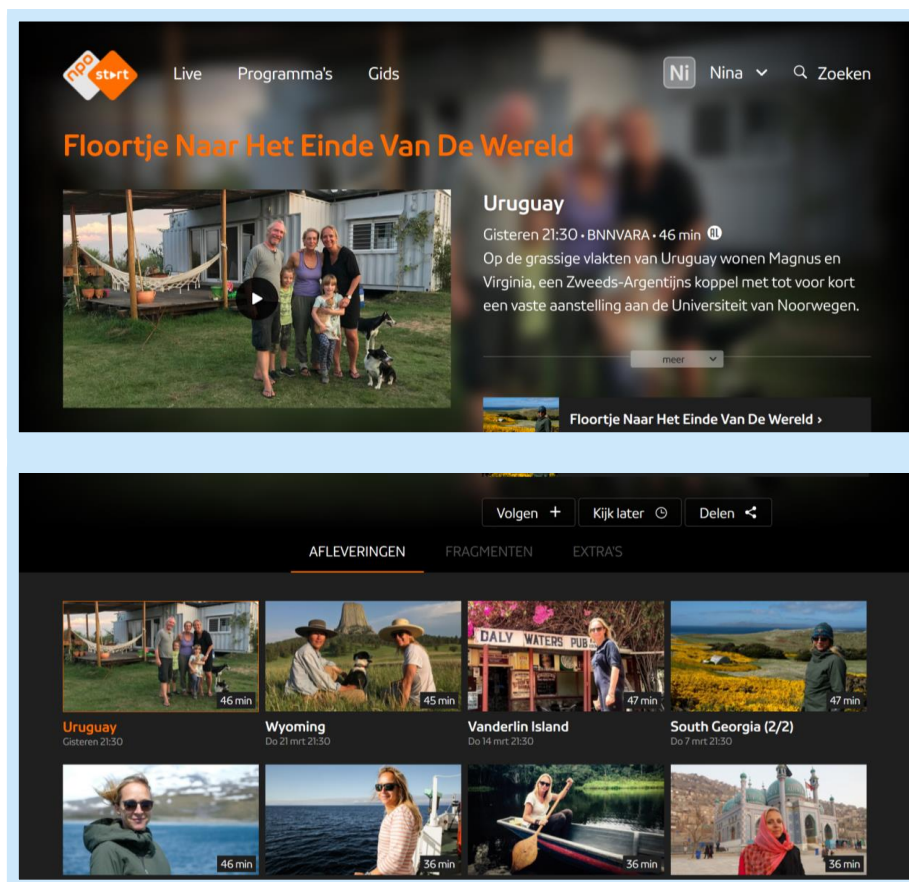


Fig. 14 Above en below the fold van een informatiepagina op NPO Start

Videoland leidt de gebruiker ook naar het direct afspelen van een aflevering door de afspreekknop blauw te kleuren. De optie ‘toevoegen aan kijklijst’ staat daar direct naast (fig. 15). Het later kijken van content wordt dus meer gestimuleerd dan op NPO Start, maar minder dan op Netflix. Dit kan te maken hebben met de tweedeling tussen RTL-programma’s die periodiek geplaatst worden en de content die per seizoen wordt geplaatst. In het eerste geval kan het minder voordelig werken om een recente aflevering pas later te kijken, maar in het laatste geval biedt de kijklijst een optie om de gebruiker aan het platform te binden.

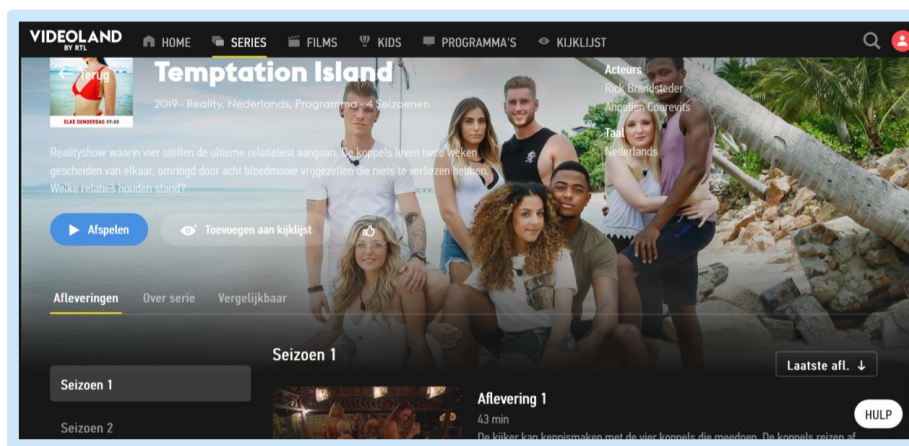


Fig. 15 Een informatiepagina van Videoland

De content van Netflix heeft ook individuele informatiepagina's. De gebruiker kan deze zelf openen wanneer hij content niet direct wil afspelen. De pagina 'klapt uit' op de hoofdpagina zelf. Op de pagina speelt een trailer van de content en de interface leidt de gebruiker richting de rode afspreekknop (fig. 16). Om andere afleveringen te bekijken moet de gebruiker zelf op de knop 'afleveringen' klikken. Het pad leidt dus richting het afspelen van de eerste aflevering om eventueel aan een binge-watch te beginnen.

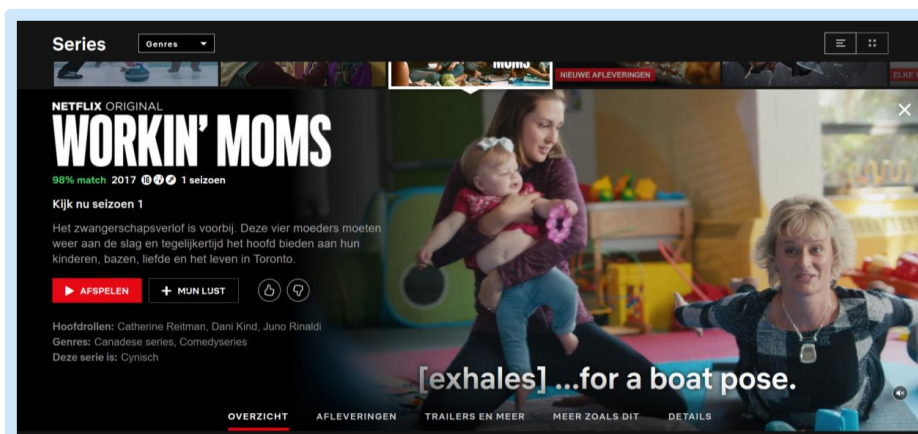


Fig. 16 Een informatiepagina van Netflix

Hoofdmenu

De hoofdmenu's van alle drie de interfaces geven de gebruiker de optie om direct specifieker te zoeken naar content. De gebruiker kan daarvoor de zoekfunctie of één van de knoppen in het hoofdmenu gebruiken. Bij Netflix kan de gebruiker kiezen tussen series en films, naar zijn eigen lijst gaan of kijken wat er nieuw is op Netflix bij 'onlangs toegevoegd'. De gebruiker kan er daardoor voor kiezen om specifiek naar aanbevelingen te zoeken. Videoland heeft deze laatste functie niet, maar geeft de extra keuze om ook naar programma's te zoeken. Videoland biedt als enige een submenu aan wanneer de gebruiker met de muis over de verschillende hoofdknoppen beweegt. De gebruiker hoeft daarom niet met aanbevelingen te worden geconfronteerd wanneer hij direct een genrekeuze maakt.

NPO Start biedt naast de subpagina 'programma's' andere functionele affordances dan Netflix en Videoland. De overige twee knoppen in het hoofdmenu worden aangeduid met de woorden 'live' en 'gids'. De 'live' knop leidt de gebruiker naar een pagina waar hij een keuze kan maken tussen de verschillende televisie- en radiokanalen van de NPO, om deze live te bekijken (**fig. 17**). NPO Start is het enige platform dat deze functie aanbiedt. Hoewel Lotz en Kompare beargumenteren dat liveness met de komst van time-shiftingtechnologieën minder relevant is geworden, kiest NPO Start ervoor om beide in één zenderplatform te combineren. Zowel de door Jenner beschreven behoefte aan meer autonomie over de schedule als de behoefte om gewoon 'televisie te kijken' zoals Williams dit beschrijft wordt hiermee bevredigd. Doordat 'live' van links naar rechts gezien de eerste knop is, leidt het normatieve pad lichtelijk in de richting van deze knop. De constructie van circulaire flow, waarmee gebruikers in de richting van de lineaire uitzending worden geleid, lijkt hiermee de prioriteit van NPO Start.

De aanwezigheid van een televisiegids als derde optie grijpt net als liveness terug op het temporele aspect van de lineaire uitzending. Op zeer directe manier wordt de gebruiker door de gids uitgenodigd om de lineaire uitzending op een bepaalde tijd aan te zetten. De gids op NPO Start ondersteunt een entrance flow naar de uitzending door middel van de knop 'nu', die naar de live-uitzending leidt. De gebruiker kan ook op ieder programma in de gids klikken en de laatste aflevering kijken (**fig. 18**). Hierdoor kan de interesse van een gebruiker worden gewekt om dit programma lineair te gaan kijken.

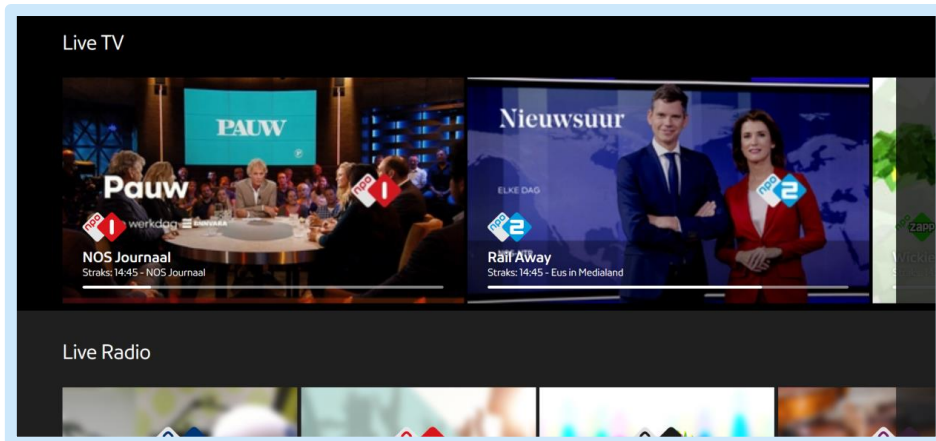


Fig. 17 De 'live'-pagina van NPO Start

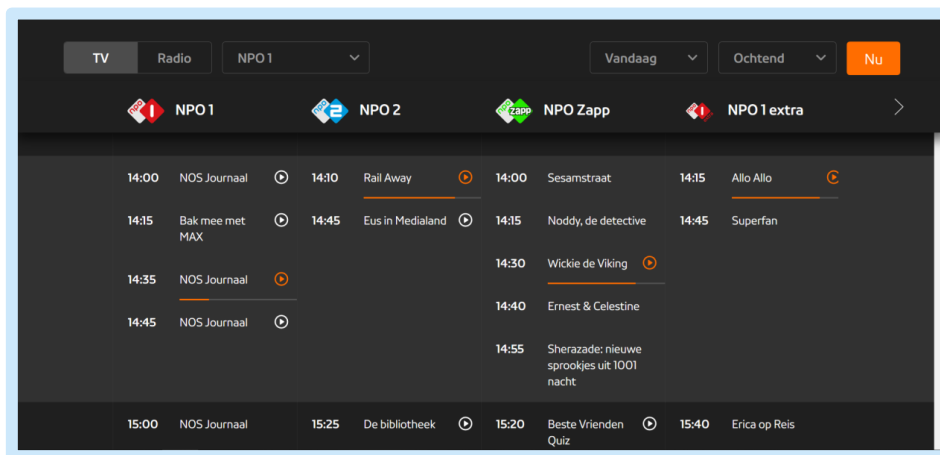


Fig. 18 De 'gids' pagina van NPO Start

In het hoofdmenu zijn tevens verschillende cognitieve affordances te herkennen. De subpagina's voor content van de drie platformen hebben verschillende benamingen. Netflix heeft subpagina's met de titels 'films' en 'series'. Videoland heeft naast 'films' en 'series' ook een subpagina genaamd 'programma's' en NPO Start heeft alleen een pagina met de titel 'programma's'. Deze benamingen zijn kenmerkend voor de manieren waarop de platformen de content benaderen. Door een onderscheid te maken tussen series en programma's, duidt Videoland op een verschil in soorten content. Op de subpagina 'series' is content (van Videoland, RTL of externe partijen) te vinden die Mittell zou omschrijven als scripted series. Op de subpagina 'programma's' staat content die is of wordt uitgezonden door RTL. Dit gaat hoofdzakelijk om realityprogramma's. Scripted series worden door de vaak complexe narratieven door Mittell en Jenner geassocieerd met binge-watching, terwijl realityprogramma's hier juist niet mee worden geassocieerd door het gebrek aan narratieve complexiteit en behoud van lineaire conventies (Mittell 31). Dit onderscheid is op Videoland

zichtbaar door de manier waarop series en programma's worden gepubliceerd en geadverteerd. Significant meer programma's dan series worden periodiek gepubliceerd, terwijl alleen series geadverteerd worden met 'banners' zoals: "seizoen *x* vanaf *datum*". De programma's van Videoland zijn verbonden aan de lineaire schedule en kunnen zoals *Temptation Talk* worden ingezet om de gebruiker terug te brengen naar de lineaire uitzending, terwijl de series van Videoland per seizoen worden geplaatst en geadverteerd om binge-watching aan te moedigen en gebruikers als abonnees aan het platform te binden.

Het totale seriële aanbod aan content op Netflix bestaat niet alleen uit scripted series, maar ook uit realityprogramma's. Beide soorten worden echter onder de term 'series' geschaard en hetzelfde benaderd. Doordat Netflix geen onderscheid maakt, wordt het duidelijk dat het de insteek van Netflix is om met ieder soort content binge-watching aan te moedigen. NPO Start doet dit andersom: alle soorten content worden gerekend tot 'programma'. Dit benadrukt dat NPO Start de meeste content (op 'vooruitkijken' na) terugkoppelt aan de lineaire uitzending.

Deelconclusie niveau 1

Het eerste niveau van analyse, de volledige programmering en in het geval van online televisieplatformen de hoofd- en subpagina's, biedt inzicht in uiteenlopende flowstrategieën van Netflix, Videoland en NPO Start. Zoals ook Jenner dit in haar analyse identificeert, construeert Netflix op dit niveau, door middel van de verschillende affordances, een entrance flow die binge-watching als path of least resistance stimuleert. Een van de achterliggende strategieën van deze affordances is een persoonlijke benadering. Netflix doet persoonlijke aanbevelingen, baseert de indeling van pagina's op kijkgedrag, spreekt de gebruiker persoonlijk aan en biedt persoonlijk afgestemde thumbnailinformatie. Ook het benaderen van alle content als series, het publiceren van volledige seizoenen en het direct afspelen van de eerste aflevering van een serie werken binge-watching in de hand. Door gebruikers te laten bingewatchen en een kijklijst bij te laten houden, bindt Netflix hen tevens aan het platform. Er zijn overigens ook overeenkomsten te herkennen tussen de strategieën van Netflix en lineaire televisie en zenderplatformen. 'Persoonlijke' aanbevelingen promoten vaak de nieuwste content, de scroltijdlijn bevat reclameblokken en net als de schedule van de lineaire uitzending veronderstelt Netflix dat een gebruiker een serie wil kijken gebaseerd op genre.

De affordances van NPO Start creëren, in plaats van binge-watching, voornamelijk een circulaire flow als path of least resistance. Gebruikers worden vanaf de uitzending naar het zenderplatform geleid en weer terug. Het platform is ingericht op het terugkijken van content en stuurt de gebruiker door middel van onder andere de indeling van de interface, de

televisiegids en de optie om live te kijken sterk in de richting van content die ook (nog) lineair te volgen is. Met hetzelfde doel ontmoedigt NPO Start zelfs binge-watching, bijvoorbeeld door content uit de categorie ‘verder kijken’ te halen en de laatste aflevering als eerste af te spelen. Alleen betalende bezoekers probeert NPO Start net als Netflix aan zich te binden, door volledige seizoenen in één keer beschikbaar te maken voor deze groep.

Videoland hanteert als hybride platform beide benaderingen van flow. Aan de ene kant bindt het platform gebruikers aan zich door binge-watching te stimuleren, bijvoorbeeld door seizoenen in één keer te publiceren en de eerste aflevering van series en programma’s af te spelen. Aan de andere kant ontmoedigt Videoland binge-watching en creëert het platform een circulaire flow middels het verwijderen van de ‘verder kijken’ categorie, het ontbreken van een persoonlijke benadering en de mogelijkheden tot het vooruitkijken van programma’s.

Niveau 2: overgangen

Van aflevering naar aflevering

Volgens Jenner is insulated flow het definiërende kenmerk van binge-watching, en wordt dit sterk door Netflix gestimuleerd. Dit doet Netflix door middel van de ‘skip intro’-functie en door de volgende aflevering van een serie automatisch af te laten spelen na achttien, twaalf of zes seconden (126). De insulated flow wordt ondersteund door verschillende zintuiglijke en functionele affordances. De aftiteling wordt klein in de linkerbovenhoek geplaatst wanneer een aflevering is afgelopen. Een beschrijving en een thumbnailafbeelding van de volgende aflevering met een grote rode knop in het midden komt rechtsonder in het beeld, evenals twee kleinere knoppen met ‘terug naar bladeren’ en ‘meer afleveringen’. Boven de afbeelding van de volgende aflevering wordt in het rood afgeteld tot de volgende aflevering (**fig. 19**). Het path of least resistance is niets doen: de volgende aflevering wordt dan automatisch afgespeeld. De gebruiker kan de aflevering of het aftellen op dit moment ook niet meer pauzeren; om te stoppen met kijken moet hij op ‘terug naar bladeren’ klikken. Het functionele pad leidt ook richting het kijken van de volgende aflevering, doordat de afbeelding met rode afspeelknop veel prominenter in beeld is. Daarnaast is ook de hoeveelheid seconden tot de volgende aflevering rood gekleurd. Als de gebruiker twijfelt om verder te kijken, kan de korte tijd en de preview in de vorm van een afbeelding overtuigend zijn om dit te doen.

Netflix heeft inmiddels (sinds begin 2019) bij nieuwe series voor een andere benadering van insulated flow gekozen. De aftiteling blijft *fullscreen* in beeld en er verschijnen drie functionele affordances: links bovenin de hoek staat nu een kleine pijl die de gebruiker

Wanneer de fullscreenmodus aan staat gebeurt er niets in de interface. De aftiteling wordt volledig vertoond, waarna de volgende aflevering zonder aankondiging direct wordt afgespeeld. Wanneer de aflevering niet fullscreen is bekeken, verschijnt er vijftien seconden voor het einde van de aftiteling rechts onderin een thumbnailafbeelding van de volgende aflevering. Op deze afbeelding staat een grote afspeelknop met een cirkel daaromheen die afloopt tot de volgende aflevering begint (**fig. 21**). Het aftellen naar de volgende aflevering kan te allen tijden worden gepauzeerd, waardoor het op Videoland makkelijker is om de insulated flow te onderbreken. In beide gevallen is het path of least resistance echter om niets te doen, waardoor de volgende aflevering automatisch wordt afgespeeld. De manier waarop de twee interfaces insulated flow construeren is ook afhankelijk van een samenspel met de soort content die wordt bekeken. Hier zal ik verder op in gaan in het hoofdstuk *series en programma's*.

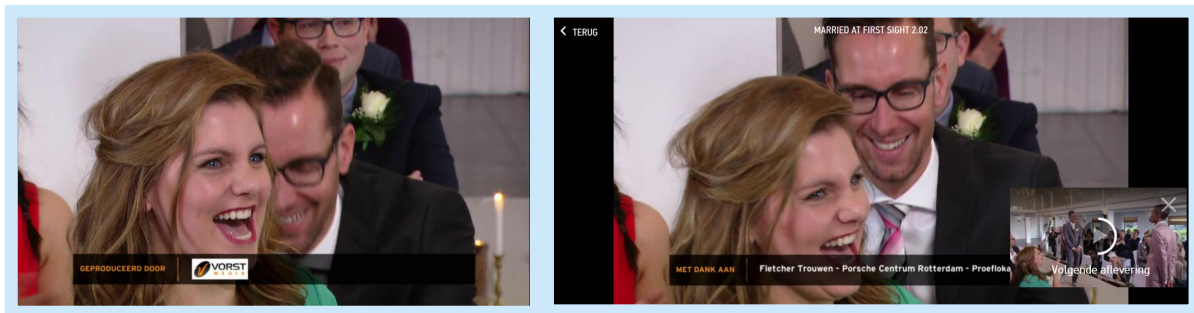


Fig. 21 Van aflevering naar aflevering op Videoland, fullscreen (links) en niet-fullscreen (rechts)

Op NPO Start wordt eerst de volledige aftiteling afgespeeld, voordat een thumbnailafbeelding van de volgende aflevering in beeld komt met daarop een afspeelknop en in het klein de klikbare tekst 'stoppen met kijken'. Boven de afbeelding wordt in het oranje acht seconden afgeteld tot de volgende aflevering, en naast de afbeelding staat een beschrijving. Onder de afbeelding en beschrijving staan vier suggesties voor programma's die 'anderen ook keken' (**fig. 22**). Het path of least resistance is om niets te doen en de aftellende tijd af te wachten. De volgende aflevering wordt vervolgens echter niet vanzelf afgespeeld. Op het zwarte scherm verschijnt een afspeelknop die de gebruiker eerst zelf moet aanklikken, voordat de volgende aflevering daadwerkelijk wordt afgespeeld. De insulated flow wordt op deze manier onderbroken. Als de gebruiker besluit om niet te wachten op de volgende aflevering, maar om zelf een keuze te maken, leiden de functionele affordances daarnaast niet voornamelijk naar het kijken van de volgende aflevering. De knop 'Stoppen met kijken' op de thumbnailafbeelding is net zo duidelijk aanwezig als de afspeelknop. Ook trekken de aanbevelingen voor andere programma's met thumbnailafbeeldingen de aandacht. Deze aanbevelingen zijn zoals op Videoland

gebaseerd op de smaak van andere gebruikers. De aanbevelingen op NPO Start zijn echter meer gepersonaliseerd, doordat deze ‘andere gebruikers’ hetzelfde programma hebben bekeken. NPO Start construeert met deze functionele en zintuiglijke affordances evenzeer een entrance flow naar andere programma’s als insulated flow binnen hetzelfde programma. Deze entrance flow leidt naar de laatste afleveringen van programma’s, waardoor ook in deze gevallen geen binge-watching wordt gestimuleerd, maar er voornamelijk interesse wordt gewekt voor de meest recente uitzendingen.

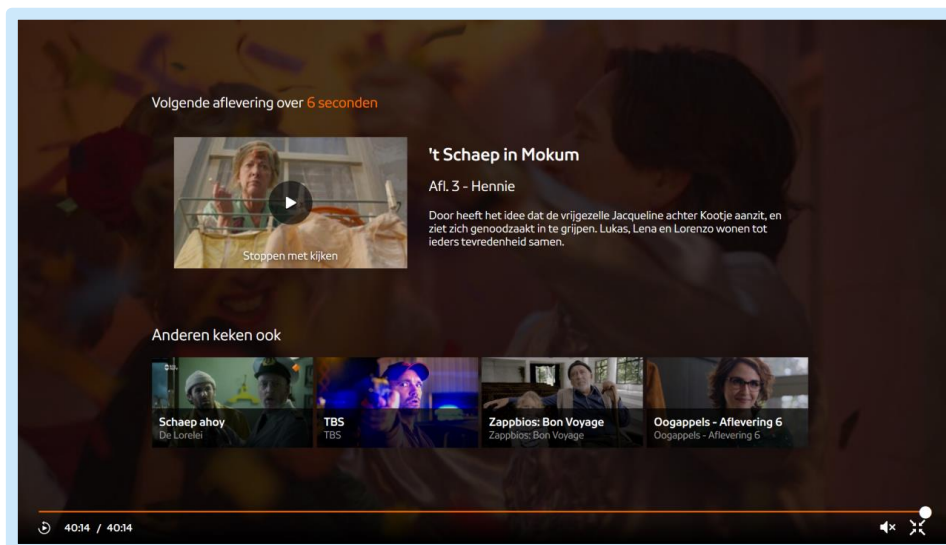


Fig. 22 Van aflevering naar aflevering op NPO Start

Afgelopen serie

Wanneer een serie is afgelopen op Netflix wordt de aftiteling, net als tussen de afleveringen van minder recente series, links bovenin de interface geplaatst. Een afbeelding van een gerelateerde serie bedekt de achtergrond van de pagina. De titel en beschrijving van deze serie staan rechtsonder, waar in veel gevallen normaal gesproken de volgende aflevering staat. Tevens staan hier de knoppen ‘start afspelen’, ‘trailer afspelen’ en ‘fullscreen afsluiten’ (**fig. 23**). De nieuwe serie wordt niet vanzelf afgespeeld, maar de verschillende affordances zorgen ervoor dat het afspelen van de nieuwe serie het path of least resistance is: de afbeelding, beschrijving en trailer proberen de gebruiker te overtuigen en de rode afspeelknop is het meest opvallend. Door de vergelijkbare positionering van een volgende aflevering en de nieuwe serie, benadert Netflix entrance flow op gelijke manier als insulated flow. De gebruiker zit nog in een insulated flow en is vatbaarder voor de entrance flow die vergelijkbaar wordt gepresenteerd.

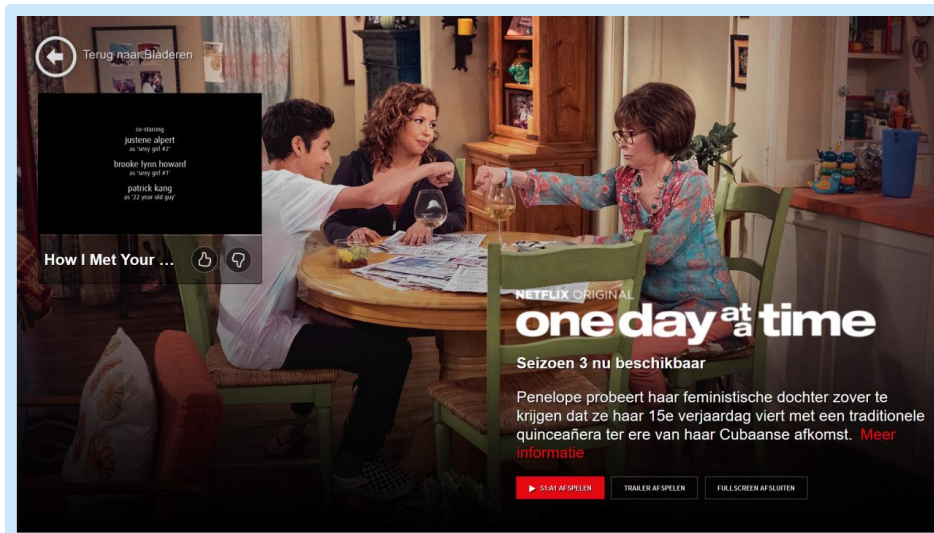


Fig. 23 Afgelopen serie op Netflix

Videoland gebruikt het einde van een serie of programma niet als mogelijkheid om entrance flow te construeren. De videospeler van het platform blijft hangen op het allerlaatste beeld, waarna er niets meer gebeurt (fig. 24). Er wordt ook geen mogelijkheid geboden om terug te gaan naar een andere pagina van Videoland. De gebruiker moet zelf de fullscreenmodus verlaten en bedenken wat hij daarna gaat doen. De flow wordt hierdoor onderbroken.

NPO Start construeert entrance flow aan het einde van een programma op vergelijkbare manier als tussen afleveringen in. Opnieuw staan er vier aanbevelingen, dit keer dichter naar het midden van het scherm. Daarboven staat een grote oranje knop met de tekst ‘Meer over *zojuist bekeken content*’ (fig. 25). Door de plaatsing boven de aanbevelingen en de oranje kleur bepaalt deze knop het path of least resistance. Deze knop leidt terug naar de informatiepagina van het programma, waar de gebruiker andere afleveringen of fragmenten van het programma kan kijken. Als de gebruiker het programma had gebingewacht, was deze optie minder relevant geweest, maar het aangestuurde kijkgedrag op NPO Start is, zoals uit de hierboven uitgevoerde analyse al is gebleken, dat een gebruiker bij de laatste aflevering is begonnen.

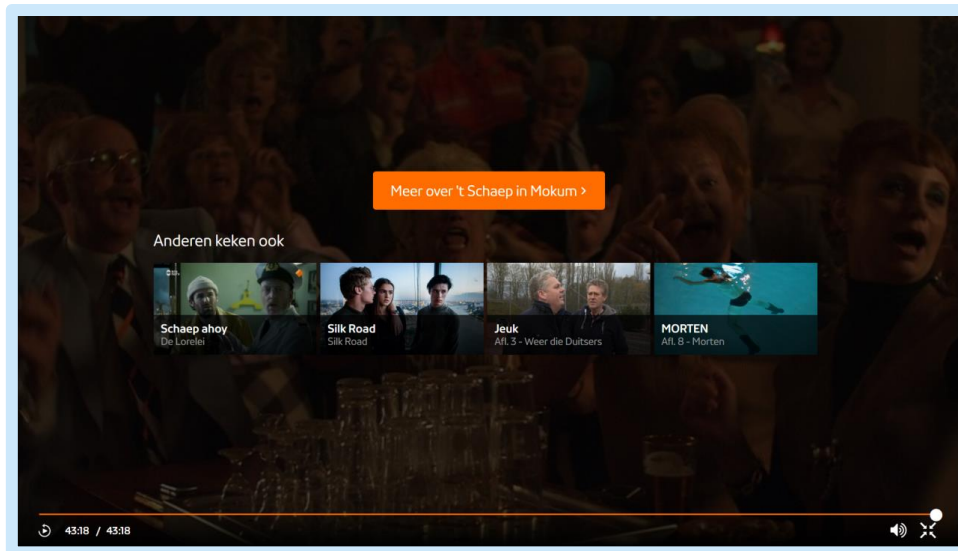


Fig. 25 Afgelopen programma op NPO Start

Deelconclusie niveau 2

Het tweede niveau van analyse, “the actual succession of items” (Williams 90), wijst uit dat Netflix de meeste insulated flow stimuleert door strategieën zoals de ‘skip intro’ functie, het automatisch afspelen van de volgende aflevering en het niet kunnen pauzeren daarvan. Door middel van een visueel en functioneel vergelijkbare interface aan het einde van een serie stimuleert Netflix ook entrance flow voor de eerste aflevering van een andere serie. Hieruit kan worden geconcludeerd dat het path of least resistance en de flow die Netflix daarmee creëert voornamelijk uitgaan van binge-watching. NPO Start stimuleert de minste insulated flow door volgende afleveringen niet automatisch te laten starten en de functie om te stoppen met kijken even prominent te maken als verder kijken. NPO Start bewerkstelligt echter meer mogelijkheden tot entrance flow dan Netflix, door aanbevelingen voor laatste afleveringen te implementeren in de interface tussen afleveringen in. Hierdoor wordt het duidelijk dat de flow van NPO Start minder is gericht op binge-watching, en meer op het in aanraking brengen van de gebruiker met nieuwe content die terug kan leiden naar de lineaire uitzending: circulaire flow. Videoland creëert insulated flow door de volgende aflevering automatisch af te laten spelen en de gebruiker in fullscreenmodus geen optie te geven om te stoppen met kijken. Deze flow wordt minder sterk gestimuleerd dan op Netflix, doordat de gebruiker het automatische afspelen kan pauzeren en er geen ‘skip intro’-functie is. Videoland creëert geen mogelijkheden tot entrance flow. Hieruit opgemaakt lijkt binge-watching, zoals op Netflix, ook het normatieve kijkgedrag van Videoland te zijn. Het platform construeert op dit niveau, anders dan op het eerste niveau, geen circulaire flow.

Niveau 3: series en programma's

Netflix: Russian Doll

Russian Doll is een Netflix Original scripted serie. Doordat de serie in opdracht van Netflix zelf is geproduceerd, kan deze als voorbeeld dienen voor de manier waarop content, in samenspel met de interface van Netflix, flow construeert op het niveau van “the actual succession of words and images” (Williams 90). De openingssequentie is opgedeeld twee coherente segmenten. De eerste vijf seconden van de serie laten een geanimeerd logo zien van Netflix. Daaropvolgend is drie seconden lang een zwart scherm zichtbaar met in het lettertype van de serie: “A Netflix Original Series”. Direct hierna start de openingsscène,⁹ waarop een aantal seconden later “Russian Doll” staat in hetzelfde lettertype. De openingscredits worden vervolgens één voor één over het beeld van de eerste scène laten zien. Er is geen reclame-achtige openingssequentie aanwezig zoals Ellis deze omschrijft (**fig. 26**). Hoewel sommige Netflix-series en Originals wel zo'n openingssequentie hebben – die de gebruiker door middel van ‘skip intro’ kan overslaan – kiest Netflix vaak voor het weglaten hiervan.¹⁰ Dit stimuleert binge-watching doordat de insulated flow niet onderbroken wordt door een herhalend segment. Na de laatste scène van een aflevering wordt het scherm zwart en start de aftiteling. Omdat *Russian Doll* een nieuwe serie is wordt de nieuwe interface tussen afleveringen toegepast. Na negen seconden van aftiteling worden de knoppen zichtbaar om de aftiteling of de volgende aflevering te kijken (**fig. 27**). De kans dat de gebruiker in deze negen seconden uit de flow raakt is groter dan wanneer de gebruiker direct de volgende aflevering kan bekijken. Waar de openingssequentie binge-watching bevordert, ontmoedigt de slotsequentie dit.

Videoland: Mocro Maffia

Mocro Maffia is een scripted Videoland Serie. Het eerste dat de gebruiker in een aflevering van deze serie ziet is het geanimeerde ‘Videoland Serie’-logo. In het geval van *Mocro Maffia* is er vervolgens een tekst te zien die uitlegt dat het verhaal volledig fictief is, waarna de openingsscène begint. Zo'n twee minuten later wordt de serie – en alle andere Videoland Series – onderbroken door een openingssequentie die in iedere aflevering hetzelfde is. In deze sequentie worden gestileerde beelden met het thema van de serie en beelden uit de serie zelf in vlot tempo gemonteerd, terwijl ook de openingscredits in beeld verschijnen (**fig. 28**). Hoewel insulated flow wordt geconstrueerd door vrijwel direct te beginnen met een scène, wordt dit

⁹ Het direct beginnen met een scène wordt al decennia als flow-strategie ingezet op de lineaire televisie (zie Williams 86)

¹⁰ Bijvoorbeeld *The Good Place* (2016), *On My Block* (2018), *After Life* (2019) en *Sex Education* (2019).

door het herhalende segment even onderbroken. Omdat er geen ‘skip intro’-functie bestaat kan de gebruiker makkelijker zijn aandacht verliezen wanneer hij deze sequentie meerdere keren heeft gezien in een binge-watch.

Aan het einde van een aflevering wordt het beeld zwart en begint – net zoals op Netflix – de aftiteling te spelen. Deze aftiteling duurt echter veel korter dan op Netflix, zo’n acht seconden in totaal. In de fullscreenmodus verschijnen er geen knoppen, waardoor de volgende aflevering onaangekondigd, snel na de laatste scène begint. De gebruiker heeft weinig tijd en geen aanbod gehad om te stoppen met kijken, waardoor er een sterke insulated flow wordt geconstrueerd. Wanneer de serie niet fullscreen wordt bekeken, verschijnt de thumbnailafbeelding met aftelknop al voordat de aftiteling is begonnen (**fig. 29**). De gebruiker hoeft daarom in principe geen seconde van de aftiteling te bekijken. De combinatie van de korte aftiteling en de functies van de interface construeren ook hiermee een nog sterkere insulated flow dan Netflix.

Videoland: Married at First Sight

Married at First Sight is een realityprogramma dat wordt uitgezonden door RTL 4. Omdat het programma niet van Videoland zelf is, wordt het logo van Videoland niet getoond. Ook het logo van RTL zelf is niet in de introductie verwerkt. De openingssequentie wordt gekenmerkt door een aantal herhalende segmenten zoals Ellis deze identificeert voor uitzendingen op de lineaire televisie. De eerste veertig seconden van de aflevering worden besteed aan een terugblik op de vorige aflevering, waarbij de *voice over* spreekt over “vorige week”. Daarna vervolgt hij zijn verhaal en legt hij in een halve minuut uit wat er “vandaag”, in deze aflevering, zal gebeuren. Daarna volgt er een korte openingssequentie van 15 seconden, waarin bewerkte thematische beelden van personen uit het programma worden vertoond. Na deze sequentie start de eerste ‘scène’ van de aflevering (**fig. 30**). Dertig seconden voor het einde van de aflevering wordt er vooruitgeblikt op de volgende aflevering, “volgende week”. De aftiteling is in dit vooruitzicht verwerkt (**fig. 31**).

De herhalende segmenten stammen uit de wekelijkse schedule en werden volgens Ellis als strategie ingezet om de aandacht van de kijker in het drukke gezin vast te houden (115). In de context van binge-watching kunnen ze echter averechts werken. Wanneer een gebruiker dit programma bingewacht, ziet hij eerst wat er gebeurde in de aflevering die hij net zag, dan wat hij straks gaat zien, en aan het einde wat er in de aflevering gebeurt die hij direct daarna gaat kijken. De gebruiker kan hierdoor juist aandacht verliezen en uit de flow raken. Aan de andere kant heeft het plaatsen van de aftiteling over het vooruitzichtsegment een positief effect op

insulated flow. Totdat de nieuwe aflevering automatisch wordt geladen zijn er beelden te zien. De flow wordt niet onderbroken door een zwart scherm met aftiteling. Doordat er in de fullscreenmodus van Videoland geen aankondiging is van de nieuwe aflevering, heeft de gebruiker nauwelijks door dat er al een nieuwe aflevering is gestart.

Npo Start: De Luizenmoeder

Net als de scripted series van Videoland en Netflix begint *De Luizenmoeder*, een scripted serie van AVROTROS, met een geanimeerd logo (van AVROTROS) dat vijf seconden in beeld is. Zoals ook Videoland en Netflix deze lineaire strategie hebben overgenomen voor hun scripted series, begint *De Luizenmoeder* direct met een scène. Na vijftig seconden start een openingssequentie met openingscredits en beelden uit de serie (**fig. 32**). De opbouw van de openingssequentie lijkt daarmee op de scripted serie van Videoland. De slotsequentie lijkt echter meer op die van een programma van Videoland. De laatste halve minuut wordt besteed aan een vooruitblik op de volgende aflevering, “volgende week”, waardoor opnieuw de temporele logica van de lineaire uitzending zichtbaar wordt. Ook in dit geval wordt de aftiteling gelijktijdig laten zien. Daarna volgt er nog vijf seconden aan reclame voor AVROTROS (**fig. 33**). Deze slotsequentie past beter op NPO Start dan op Videoland doordat de gebruiker vaak de laatste aflevering van een programma kijkt. De vooruitblik kan de gebruiker in dit geval terug naar de lineaire uitzending leiden.

Deelconclusie niveau 3

Op het niveau van “the actual succession of words and images” (Williams 90) maken alle drie de platformen, in meer of mindere mate, gebruik van strategieën die insulated flow bevorderen. Een van deze strategieën, overgenomen van de lineaire uitzending, is het direct beginnen met een scène. Deze stimuleert ook insulated flow in de context van online platformen. Andere strategieën van de lineaire uitzending, de herhalende segmenten waarvan zowel Videoland als NPO Start gebruik maken, zijn echter niet altijd bevorderlijk voor insulated flow in deze context. De korte duur van de slotsequentie van de Videoland Serie compenseert hier echter voor. Deze serie creëert daardoor insulated flow op een gelijk niveau als de Netflix-serie. Doordat de serie van NPO Start een vooruitblik als *time-based* element van de lineaire uitzending implementeert, construeert de serie naast insulated flow ook een circulaire flow richting de uitzending. Hoewel de vooruitblik in samenwerking met de interface van Videoland kan zorgen voor insulated flow op het platform, kan dit in het geval van een laatste, periodiek gepubliceerde aflevering ook leiden tot circulaire flow.

Conclusie

Het concept flow wordt nog altijd veel besproken en geoperationaliseerd voor de analyse van hedendaagse fenomenen in het televisielandschap. De focus van concrete analyse ligt echter meestal op het portal Netflix en binge-watching als hedendaagse vorm van flow. Door het verschil in oorsprong tussen portals, zenderplatformen en hybride platformen in acht te nemen, kan meer inzicht worden verworven in de verschillende strategieën die door online platformen worden ingezet om verschillende soorten flow te construeren. Daarmee kan ook meer draagvlak worden gecreëerd voor de bruikbaarheid van het concept flow in de context van online televisieplatformen. Met deze doelen heb ik – gebaseerd op Williams' analysemodel – een (interface-)analyse uitgevoerd van Netflix, Videoland en NPO Start; waarbij ik uitging van Stanfill's methode die ik heb aangevuld met een analyse van content. Ik heb daarbij onderzocht of en hoe de interfaces van de drie platformen als discursive environments een constructie van flow als uitgangspunt nemen voor het creëren van een path of least resistance, en dus: hoe de platformen middels zintuiglijke, functionele en cognitieve affordances flow construeren.

De analyse toont op alle drie de niveaus aan dat het portal Netflix, zoals ook Perks en Jenner stellen, binge-watching stimuleert. De strategieën die Netflix hiervoor gebruikt zijn echter niet specifiek voor portals. Netflix maakt gebruik van lineaire flowstrategieën zoals reclameblokken, het beginnen van een serie middenin een scène en het promoten van nieuwe content. De bewering van Mareike Jenner, dat Netflix als internet-only platform, in tegenstelling tot zenderplatformen, een verwijdering van de lineaire programmering signaleert, is dus niet volledig waar. Er is een minder duidelijk onderscheid tussen first- en second-shift aesthetics dan Caldwell voorspelde. De laatste twee van bovengenoemde strategieën worden bovendien ook door NPO Start als zenderplatform ingezet, maar dan met circulaire flow als normatief pad. Dit bewijst dat strategieën niet gebonden zijn aan één bepaald soort flow. De analyse van NPO Start heeft daarnaast uitgewezen dat binge-watching niet door alle online televisieplatformen wordt gestimuleerd. Op alle drie de niveaus wijzen de affordances van NPO Start als zenderplatform op strategieën die circulaire flow bewerkstelligen. In sommige gevallen, bijvoorbeeld door het pad te leiden richting de laatste aflevering of het verwijderen van content uit de 'verder kijken'-categorie, werkt NPO Start binge-watching zelfs tegen. De aanname van het model van Perks, dat de interfaces van online televisieplatformen in het algemeen binge-watching stimuleren, wordt hiermee ontkracht. Het hybride platform Videoland lijkt zich in een tweestrijd te bevinden wat betreft de constructie van flow. Het

platform bevordert binge-watching en werkt dit tegelijkertijd tegen om een circulaire flow te creëren. Lineaire flowstrategieën op het derde niveau van analyse – de herhalende segmenten en credits in beeld – blijken, in combinatie met de interface van Videoland, zowel bevorderlijk te kunnen zijn voor binge-watching als voor circulaire flow. Ook dit verschijnsel ondersteunt het idee dat strategieën niet gebonden hoeven te zijn aan één soort flow en daarmee niet aan één soort platform, lineair of non-lineair, first- of second-shift aesthetics.

Dit argument, en de bevinding dat het path of least resistance van alle drie de platformen gebaseerd lijkt te zijn op vormen van flow, bewijst dat het concept nog steeds bruikbaar is in de context van online televisieplatformen. Het concept kan worden geoperationaliseerd voor zowel de herkenning van bestaande, lineaire strategieën van flow in online televisieplatformen als voor de ontdekking van nieuwe strategieën. De analyse toont daarnaast ook aan dat niet alleen het concept, maar ook het analysemodel van flow op drie niveaus van detail, zoals voorgesteld door Williams, nog bruikbaar is in de context van online televisieplatformen.

Hoewel de implementatie van het derde niveau van analyse ervoor heeft gezorgd dat een aantal strategieën op dit niveau blootgelegd konden worden, betekende de kleine schaal van dit onderzoeksproject dat de selectie van content te klein was om representatief te zijn voor de platformen. Nader onderzoek, dat gericht kan zijn op de optimalisatie van content voor online televisieplatformen, kan de constructie van flow op dit niveau verder uitdiepen door een groter aantal series en programma's te analyseren. Ook beperkte dit onderzoek zich tot de browserversies van de interfaces. Vergelijkbaar onderzoek zou uitgevoerd kunnen worden voor de interfaces van de smartphone- en smarttelevisie-applicaties van de platformen, waardoor andere flowstrategieën naar voren zouden kunnen komen.

Literatuurlijst

- Arnold, Sarah. "Netflix And The Myth Of Choice/Participation/Autonomy." *The Netflix Effect: Technology And Entertainment In The 21st Century*, geredigeerd door Kevin McDonald en Daniel Smith-Rowsey. Bloomsbury Academic, 2016, pp. 49-62.
- Caldwell, John T. "Second-Shift Media Aesthetics." *New Media: Theories And Practices Of Digitexuality*, geredigeerd door Anna Everett en John T. Caldwell. Routledge, 2003, pp. 127-144.
- Chamberlain, Daniel. "Scripted Spaces: Television Interfaces And The Non-Places Of Asynchronous Entertainment." *Television As Digital Media*, geredigeerd door James Bennett en Niki Strange. Duke University Press, 2011, pp. 230-254.
- Ellis, John. *Visible Fictions: Cinema: Television: Video*. Routledge, 1992.
- Foucault, Michel. *Power/Knowledge: Selected Interviews And Other Writings 1972-1977*. Harvester Press, 1980.
- Gillan, Jennifer. *Television And New Media: Must-Click TV*. Routledge, 2011.
- Jenner, Mareike. "Binge-watching: Video-on-demand, Quality TV And Mainstreaming Fandom." *International Journal Of Cultural Studies*, vol. 20, nr. 3, 2015, pp. 304-320.
- . "Is This TVIV? On Netflix, TVIII And Binge-Watching." *New Media & Society*, vol. 18, nr. 2, 2016, pp. 257-273.
- . *Netflix & The Re-invention Of Television*. Palgrave Macmillan, 2018.
- Kompare, Derek. "Publishing Flow: DVD Box Sets And The Reconception Of Television." *Television & New Media*, vol. 7, nr. 4, 2006, pp. 335-360.
- Lotz, Amanda. *The Television Will Be Revolutionized*. New York University Press, 2014.
- . *Portals: A Treatise On Internet-Distributed Television*. Michigan Publishing, 2017.
- Mittell, Jason. *Complex TV: The Poetics Of Contemporary Television Storytelling*. New York University Press, 2015.
- Perks, Lisa Glebatis. *Media Marathoning: Immersions In Morality*. Lexington Books, 2014.
- Sodano, Todd. "Television's Paradigm (Time)Shift: Production And Consumption Practices In The Post-Network Era." *Time In Television Narrative*, geredigeerd door Melissa Ames. University Press of Mississippi, 2012, pp. 27-42.
- Stanfill, Mel. "The Interface As Discourse: The Production Of Norms Through Web Design." *New Media & Society*, vol. 17, nr. 7, 2015, pp. 1059-1074.
- Uricchio, William. "Television's Next Generation: Technology/Interface Culture/ Flow."

Television After TV: Essays On A Medium In Transition, geredigeerd door Lynn Spigel en Jan Olsson. Duke University Press, 2005.

White, Mimi. "Flows And Other Close Encounters With Television." *Planet TV: A Global Television Reader*, geredigeerd door Lisa Parks en Shanti Kumar. New York University Press, 2003, pp. 94-110.

Williams, Raymond. *Television: Technology And Cultural Form*. Fontana, 1974.

Bijlage

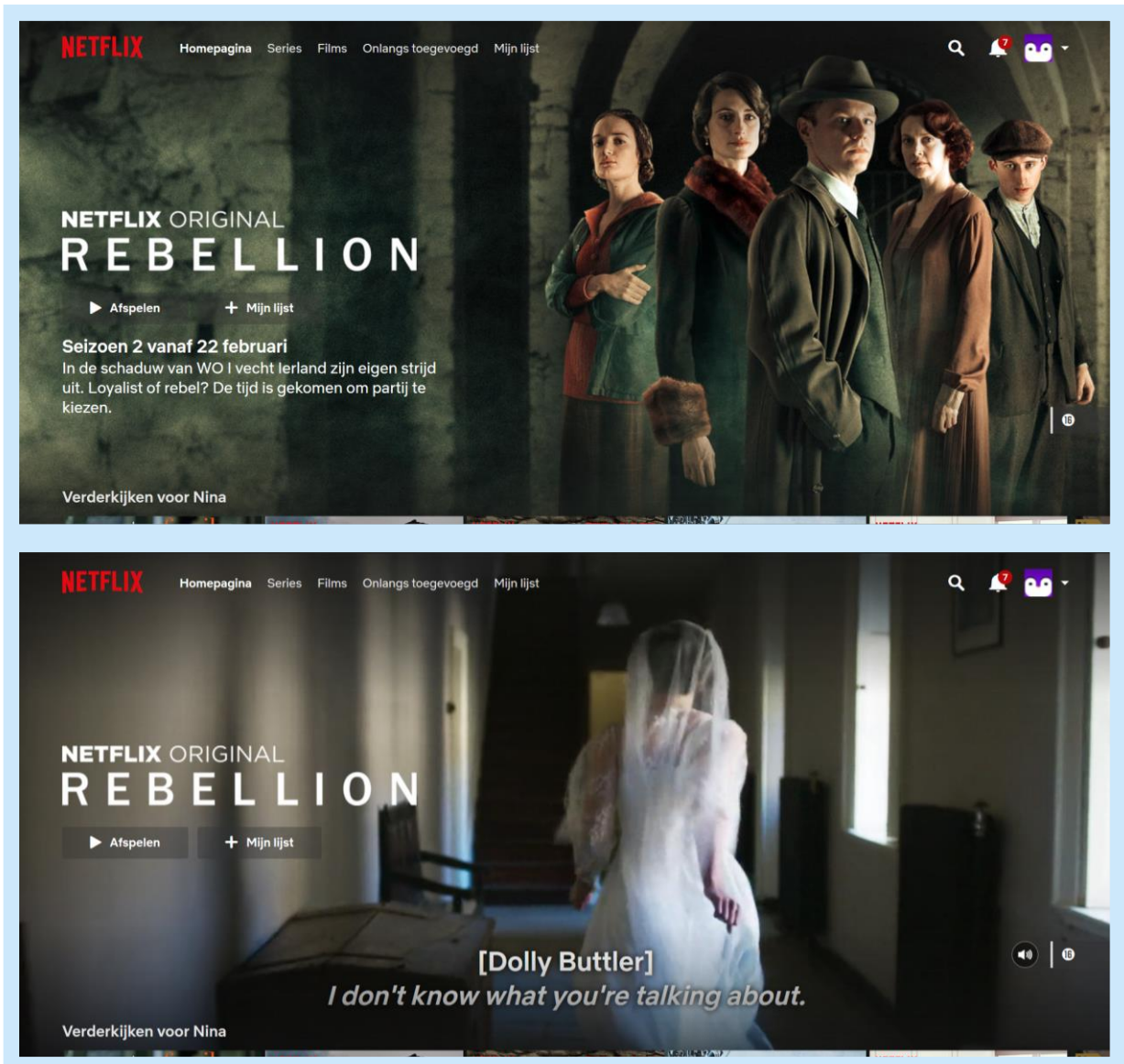


Fig. 1 Above the fold van Netflix (Screenshot door Nina Bremer, gemaakt op 22-03-2019, <https://www.netflix.com/browse>)

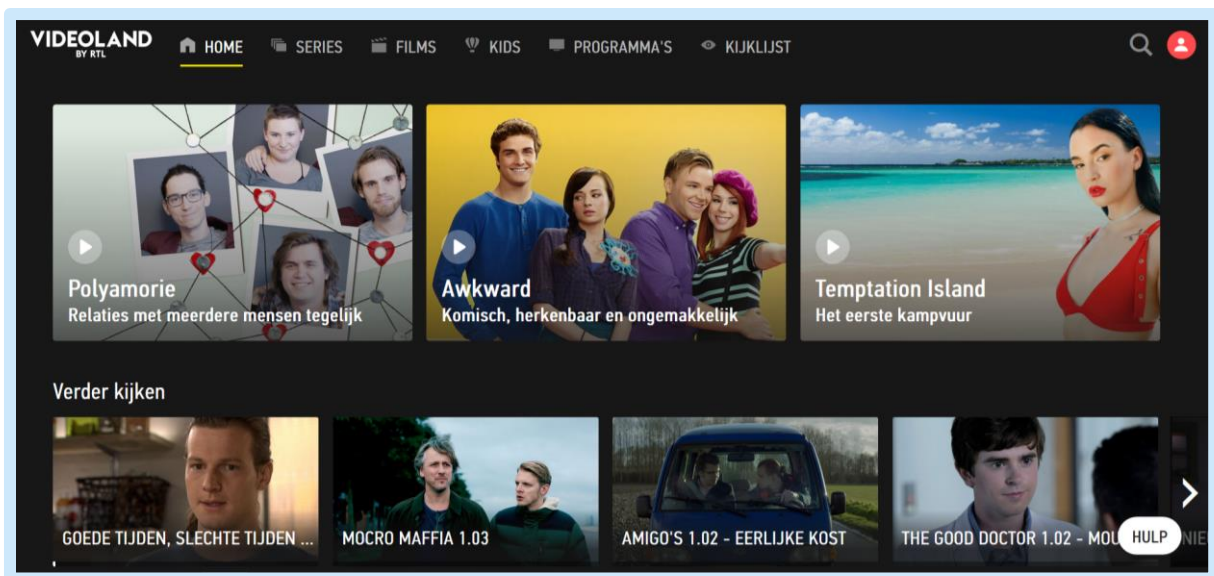


Fig. 2 Above the fold van Videoland (Screenshot door Nina Bremer, gemaakt op 22-03-2019, <https://www.videoland.com/>)

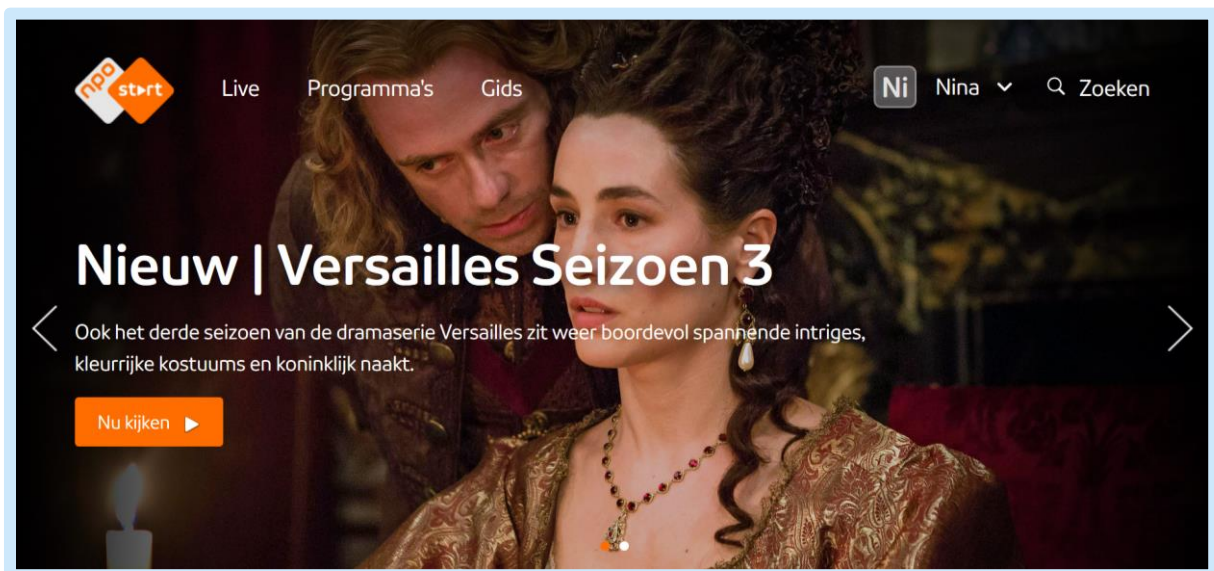


Fig. 3 Above the fold van NPO Start (Screenshot door Nina Bremer, gemaakt op 22-03-2019, <https://www.npostart.nl/>)

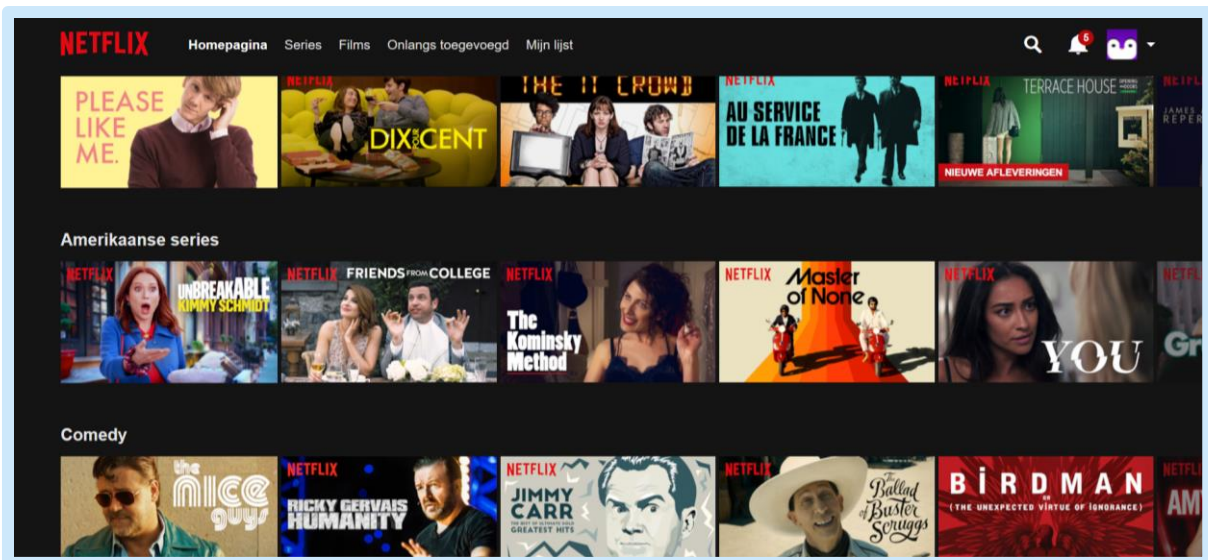


Fig. 4 Categorieën van Netflix (Screenshot door Nina Bremer, gemaakt op 29-03-2019, <https://www.netflix.com/browse>)

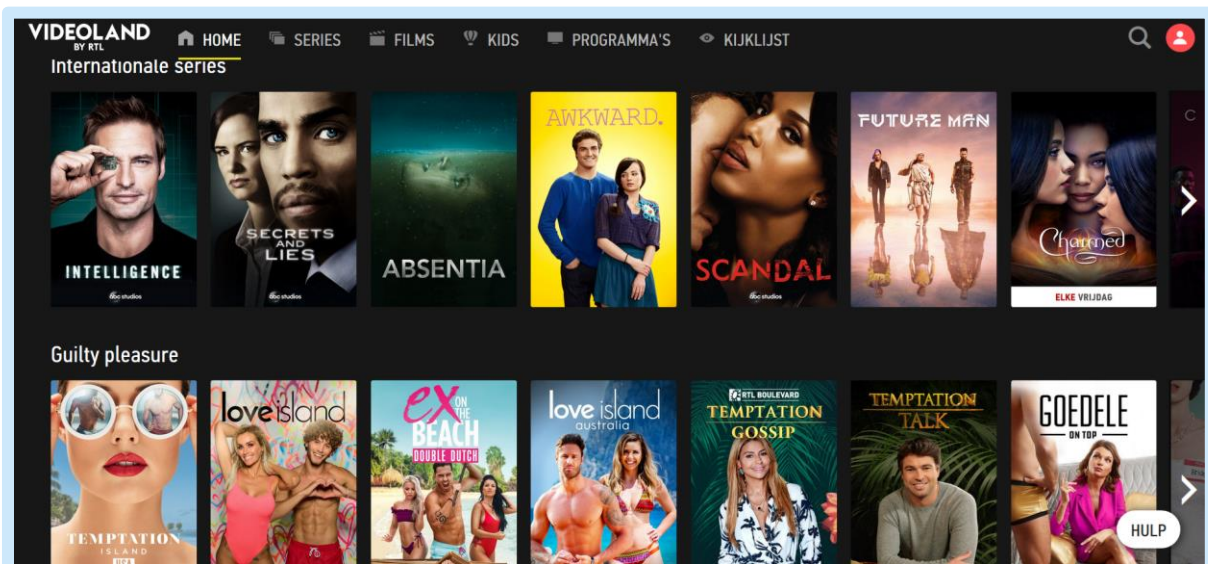


Fig. 5 Categorieën van Videoland (Screenshot door Nina Bremer, gemaakt op 29-03-2019, <https://www.videoland.com/>)

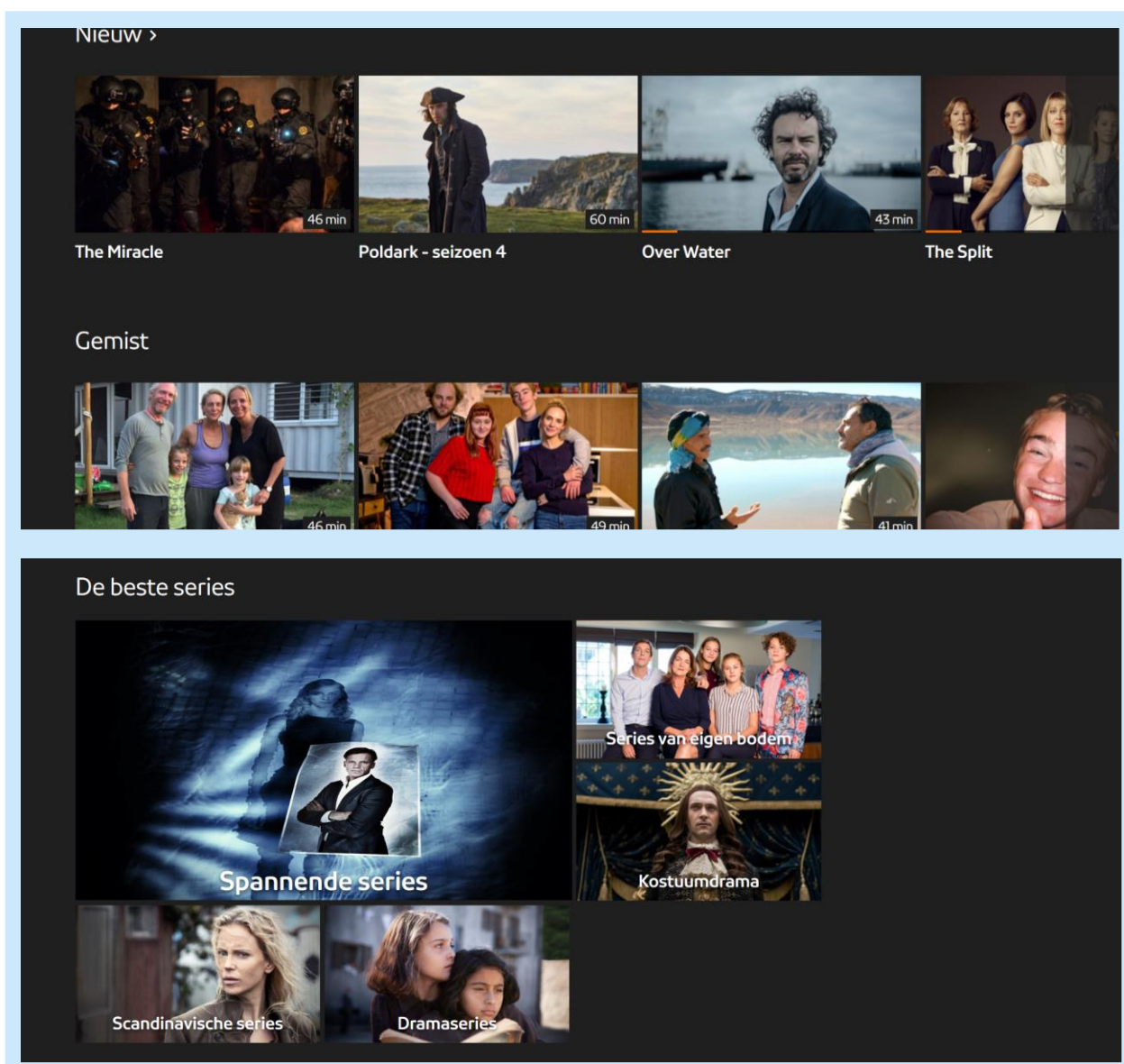


Fig. 6 Categorieën op NPO Start (Screenshot door Nina Bremer, gemaakt op 29-03-2019, <https://www.npostart.nl/#>)

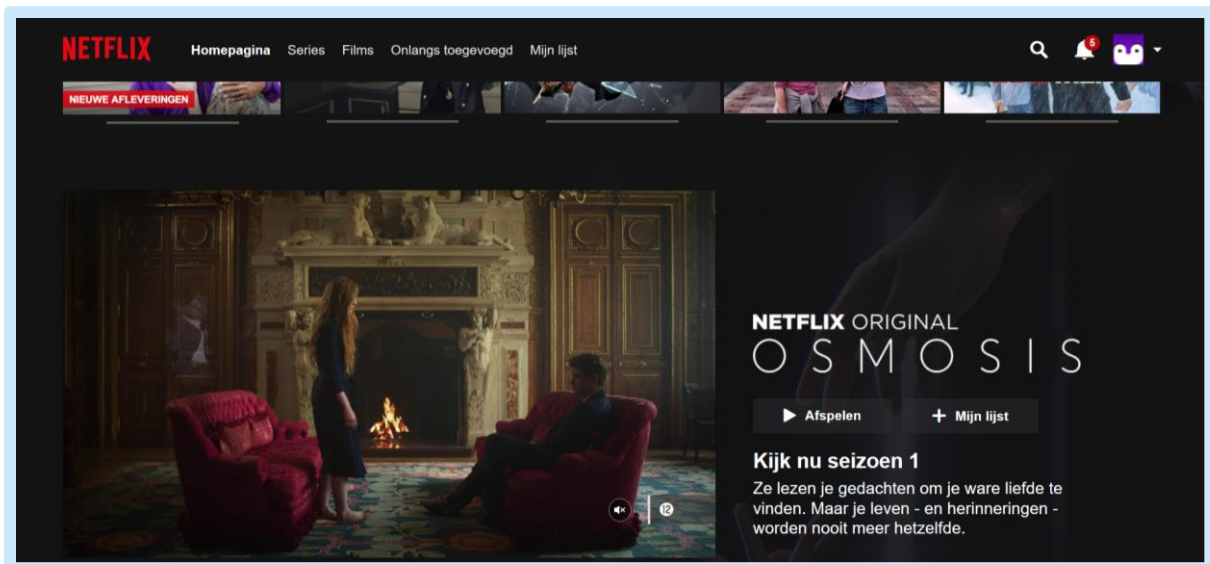


Fig. 7 Reclameblok op Netflix (Screenshot door Nina Bremer, gemaakt op 29-03-2019, <https://www.netflix.com/browse>)

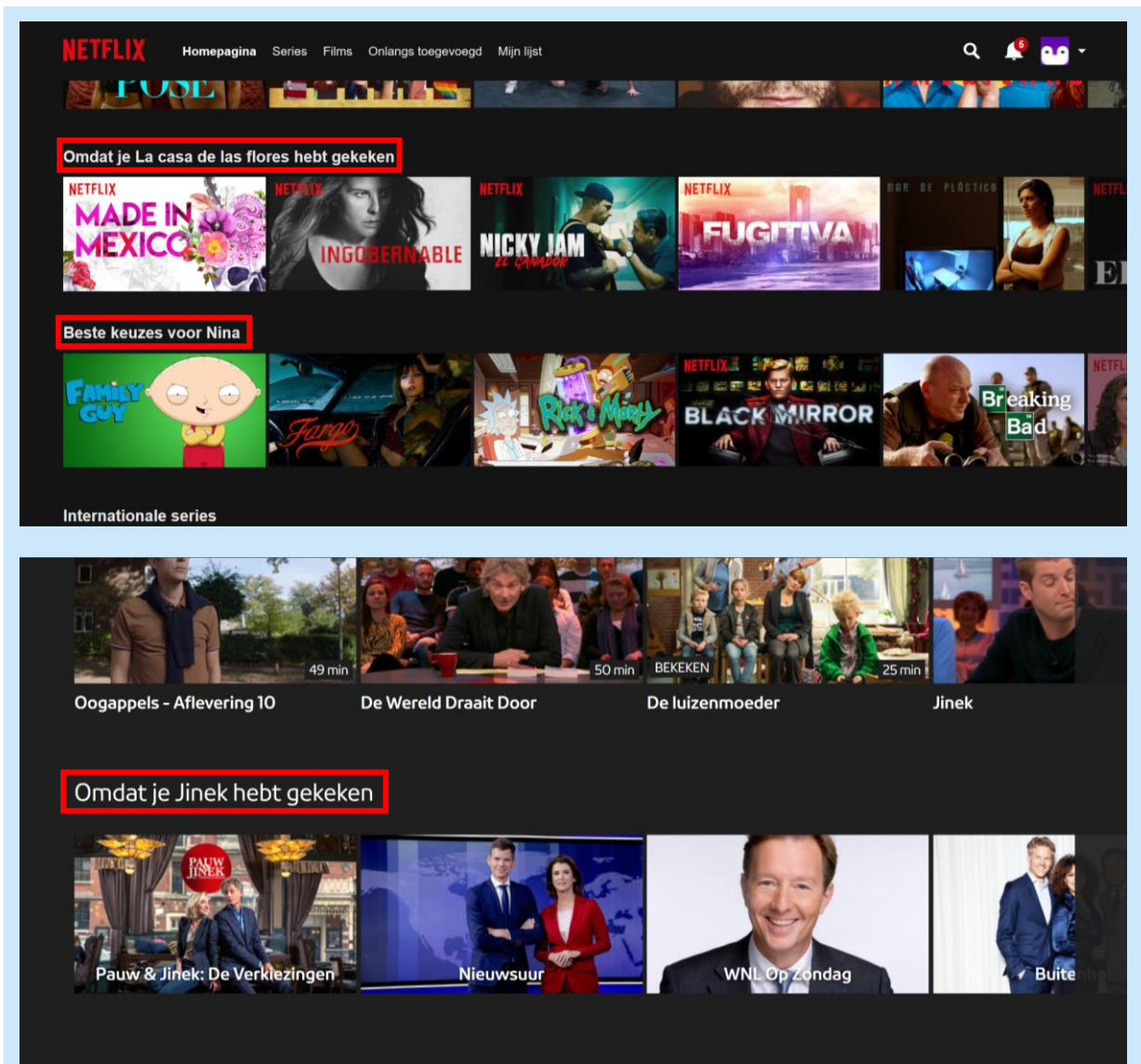


Fig. 8 Persoonlijk taalgebruik op Netflix en NPO Start (Screenshot door Nina Bremer, gemaakt op 29-03-2019, <https://www.netflix.com/browse>, <https://www.npostart.nl/#>)

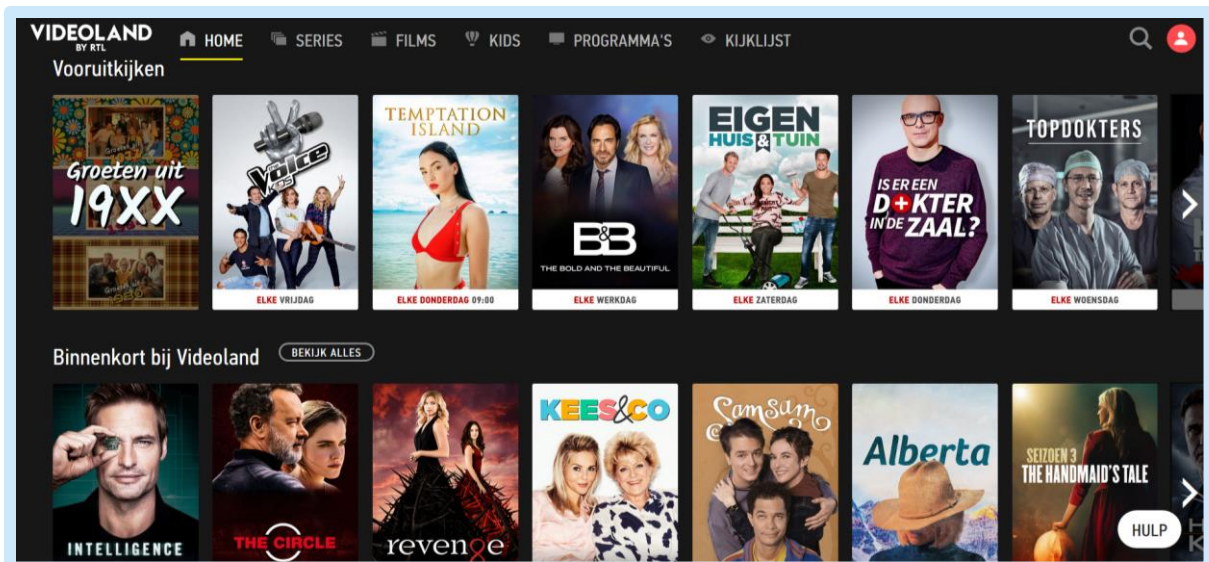


Fig. 9 ‘elke werkdag’, ‘elke zaterdag’ op Videoland (Screenshot door Nina Bremer, gemaakt op 29-03-2019, <https://www.videoland.com/>)

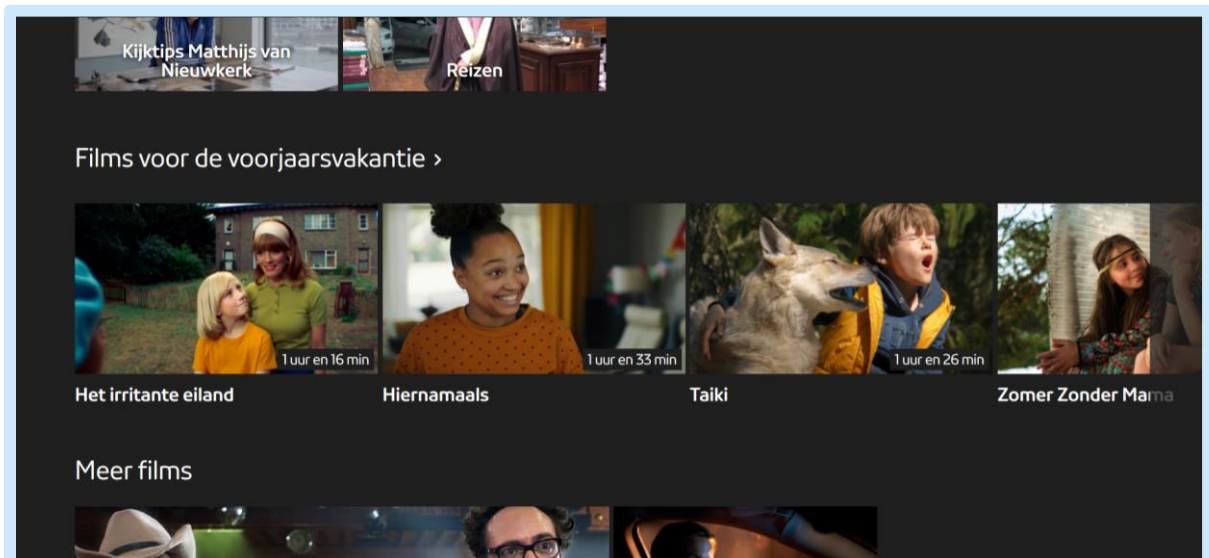


Fig. 10 ‘Films voor de voorjaarsvakantie’ op NPO Start (Screenshot door Nina Bremer, gemaakt op 29-03-2019, <https://www.npostart.nl/#>)

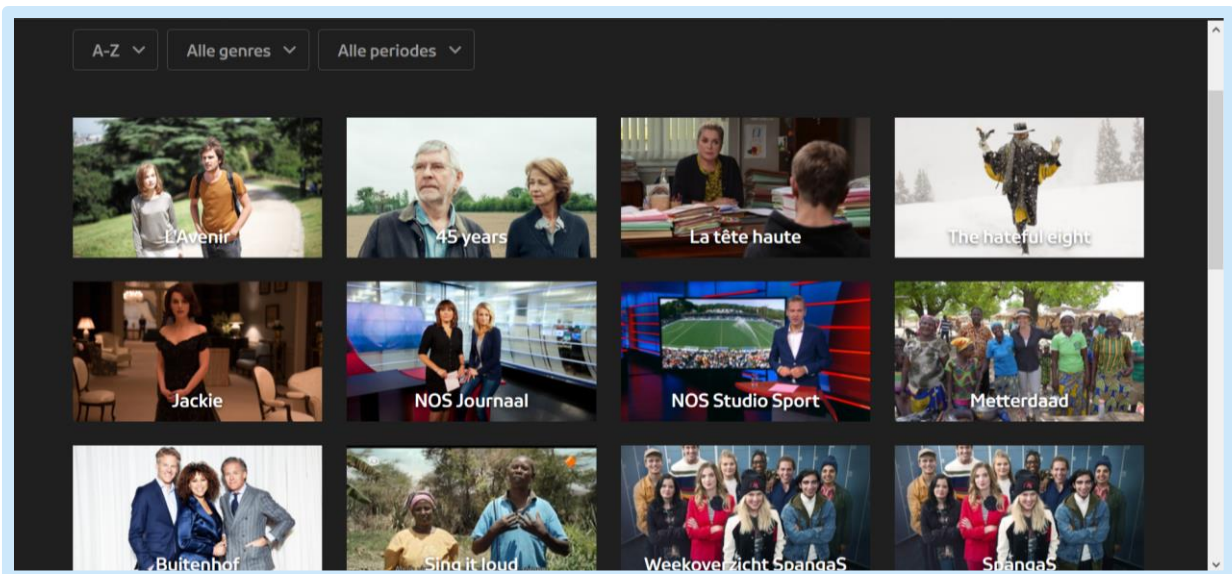


Fig. 11 De subpagina 'programma's' op NPO Start (Screenshot door Nina Bremer, gemaakt op 29-03-2019, <https://www.npostart.nl/programmas>)

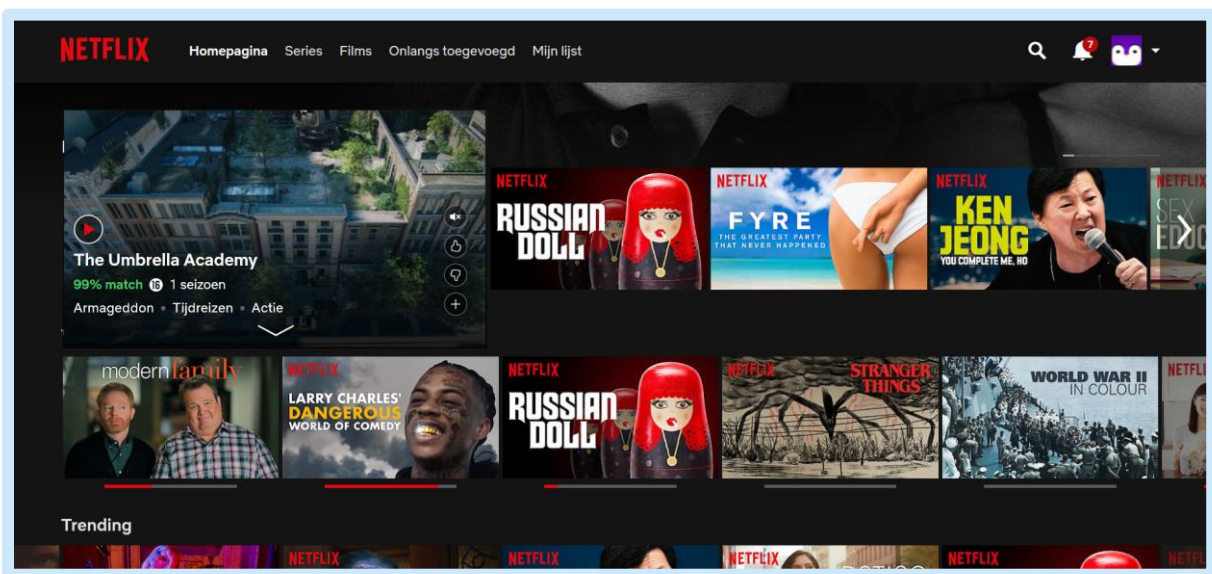


Fig. 12 Muis op een thumbnail van Netflix (Screenshot door Nina Bremer, gemaakt op 22-03-2019, <https://www.netflix.com/browse>)

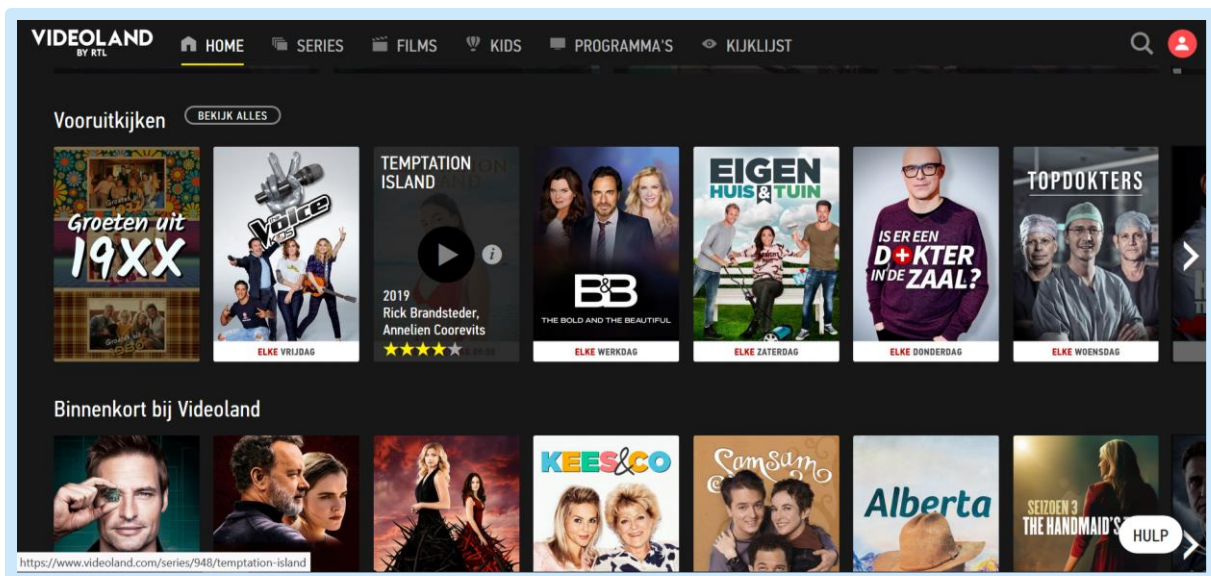


Fig. 13 Muis op een thumbnail van Videoland (Screenshot door Nina Bremer, gemaakt op 22-03-2019, <https://www.videoland.com/>)

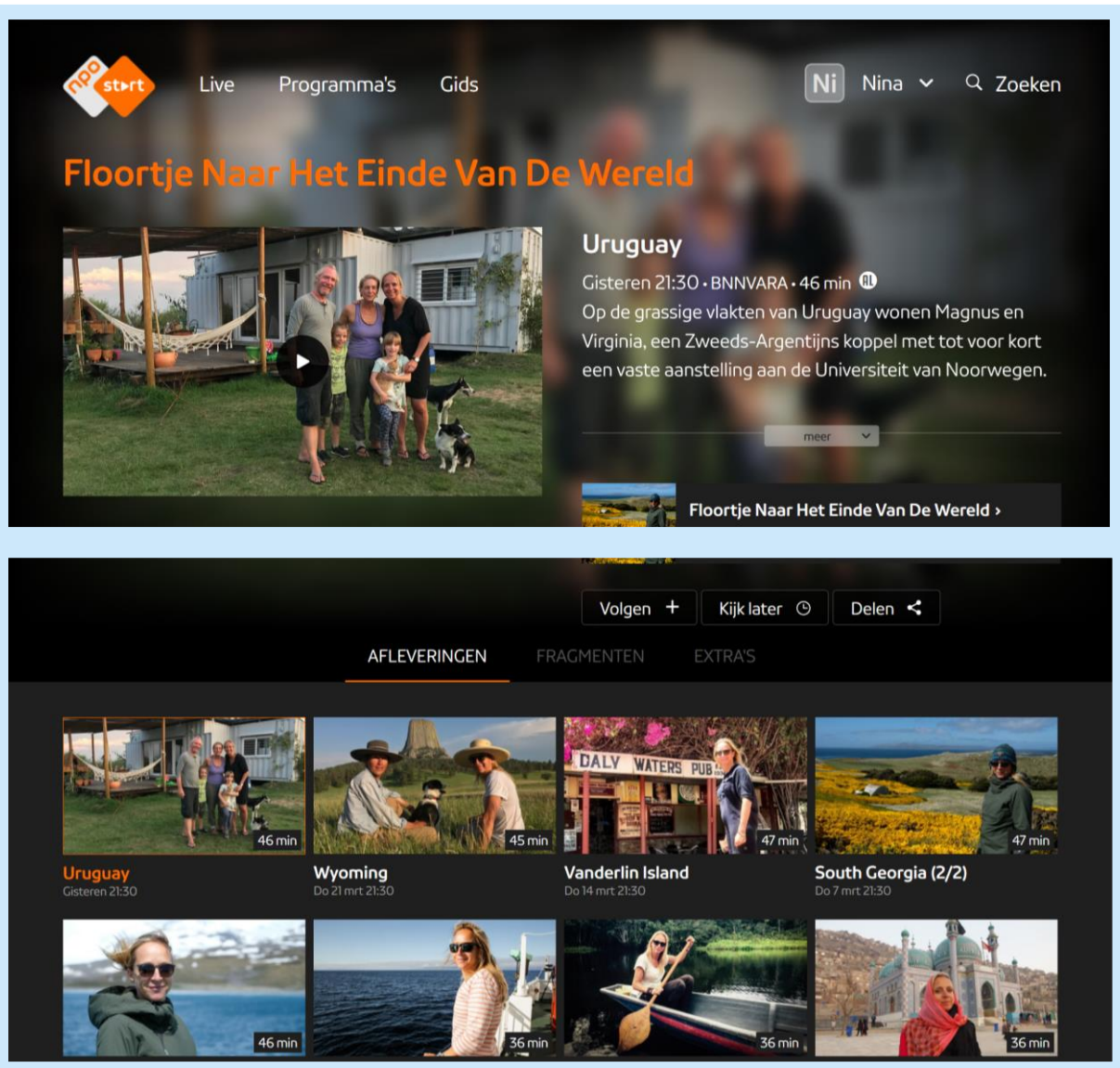


Fig. 14 Above en below the fold van een informatiepagina van NPO Start (Screenshot door Nina Bremer, gemaakt op 29-03-2019, https://www.npostart.nl/floortje-naar-het-einde-van-de-wereld/VARA_101377615)

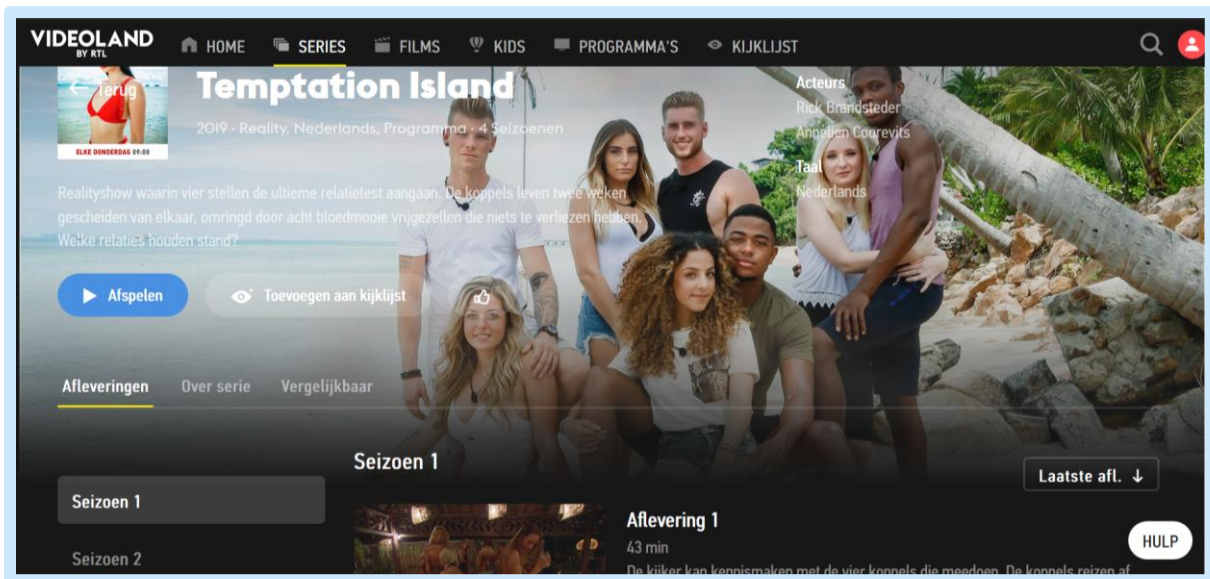


Fig. 15 Een informatiepagina van Videoland (Screenshot door Nina Bremer, gemaakt op 29-03-2019, <https://www.videoland.com/series/948/temptation-island>)

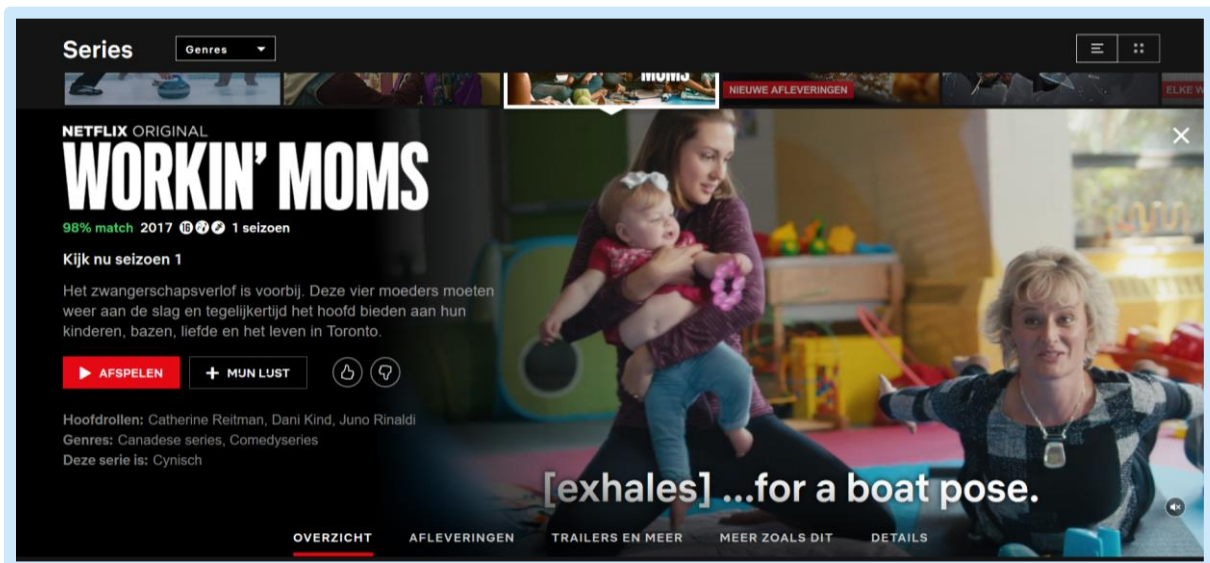


Fig. 16 Een informatiepagina van Netflix (Screenshot door Nina Bremer, gemaakt op 22-03-2019, <https://www.netflix.com/search?q=working%20moms&jbv=80202258&jbp=2&jbr=0>)

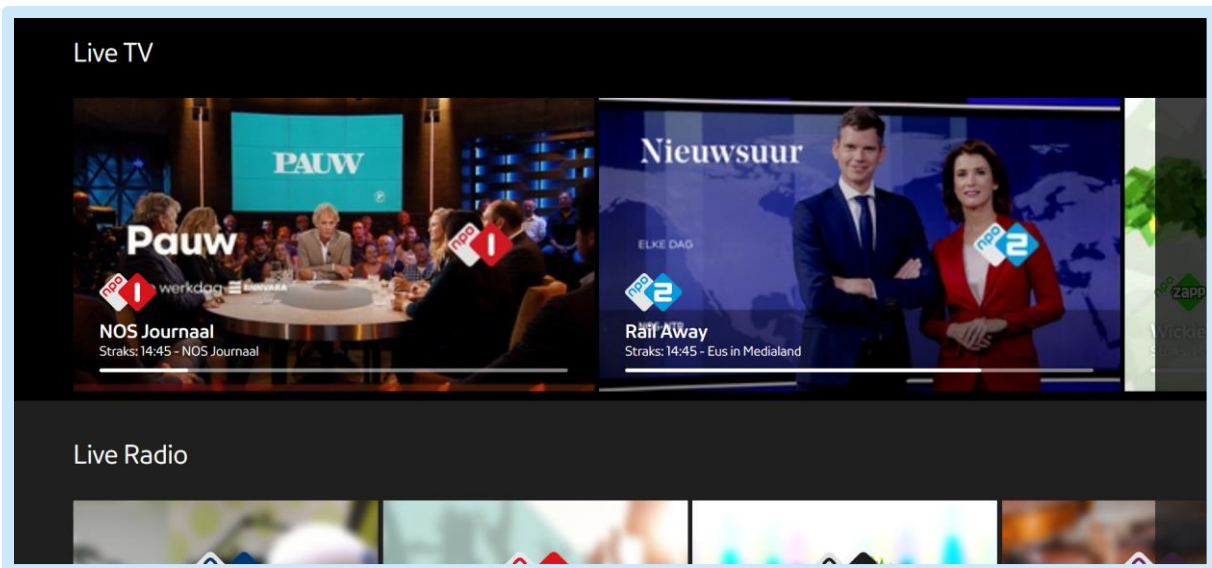


Fig. 17 De 'live'-pagina van NPO Start (Screenshot door Nina Bremer, gemaakt op 29-03-2019, <https://www.npostart.nl/live>)

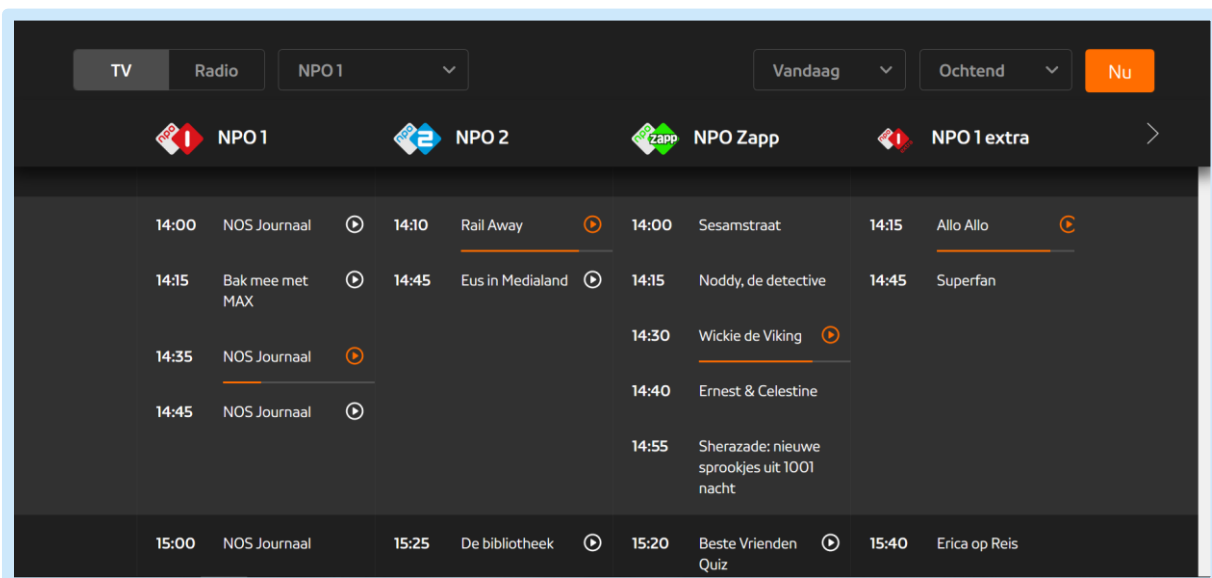


Fig. 18 De 'gids'-pagina van NPO Start (Screenshot door Nina Bremer, gemaakt op 29-03-2019, <https://www.npostart.nl/gids>)



Fig. 19 Van aflevering naar aflevering op Netflix (oude versie) (Screenshot door Nina Bremer, gemaakt op 29-02-2019, <https://www.netflix.com/watch/80085084?trackId=13752289&tctx=0%2C9%2C5dc73e36-9f57-4888-93d4-613e27cece1d-78787866%2C%2C>)



Fig. 20 Van aflevering naar aflevering op Netflix (nieuwe versie) (Screenshot door Nina Bremer, gemaakt op 22-03-2019, https://www.netflix.com/watch/80211499?trackId=14170289&tctx=0%2C0%2C9e42f886-4e6e-437b-af06-a8a591d205d9-143160644%2C3c94f04a-81e7-413f-8831-3a93d7e99e7d_3196839X3XX1555254209773%2C3c94f04a-81e7-413f-8831-3a93d7e99e7d_ROOT)

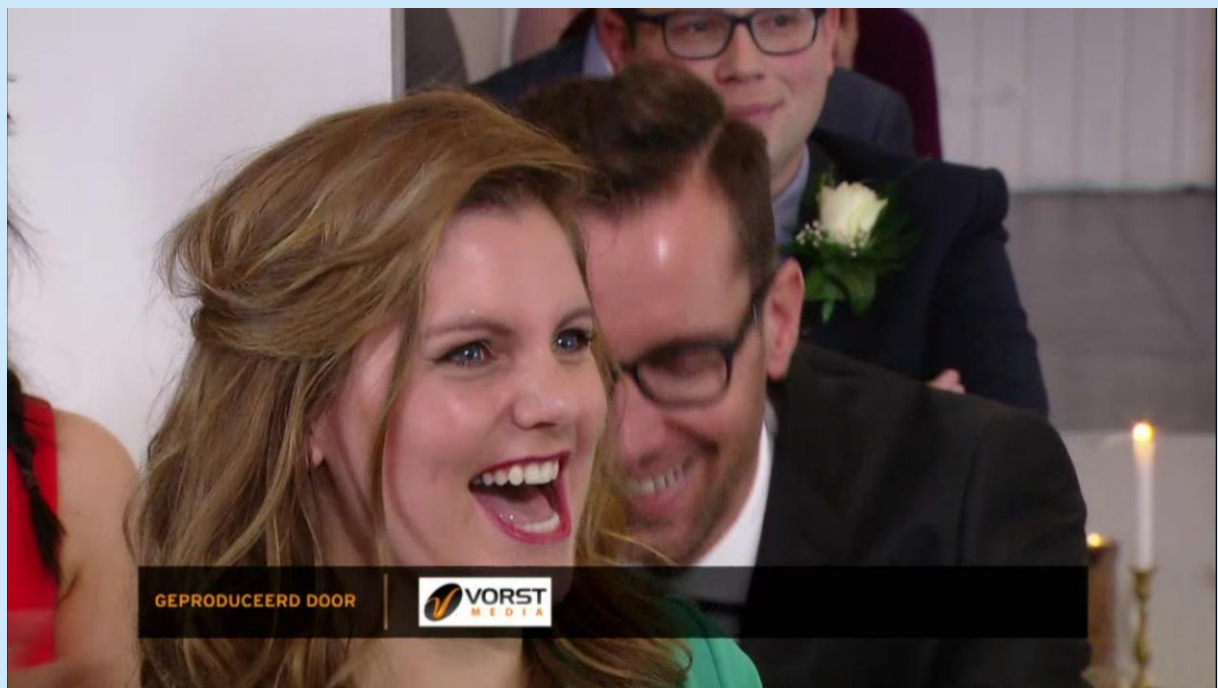


Fig. 21 Van aflevering naar aflevering op Videoland, fullscreen (boven) en niet-fullscreen (onder) (Screenshot door Nina Bremer, gemaakt op 22-03-2019, <https://www.videoland.com/player/49390/>)

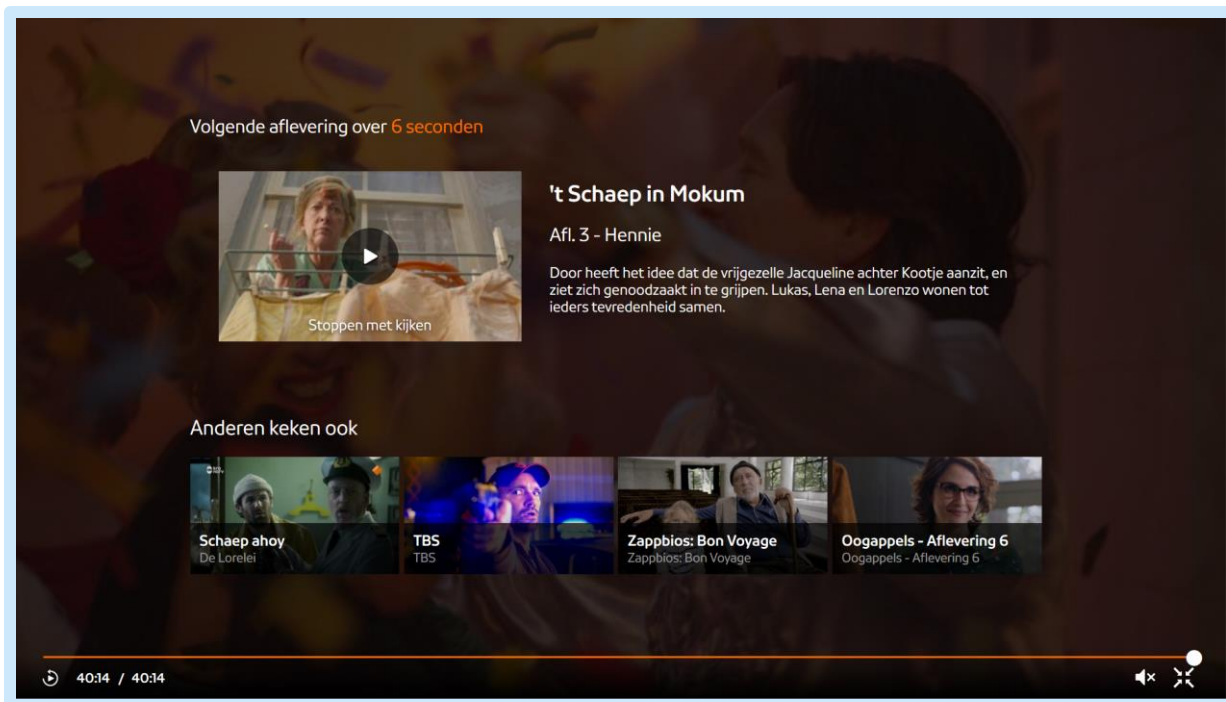


Fig. 22 Van aflevering naar aflevering op NPO Start (Screenshot door Nina Bremer, gemaakt op 22-03-2019, https://www.npostart.nl/t-schaep-in-mokum/15-05-2018/KN_1699236)

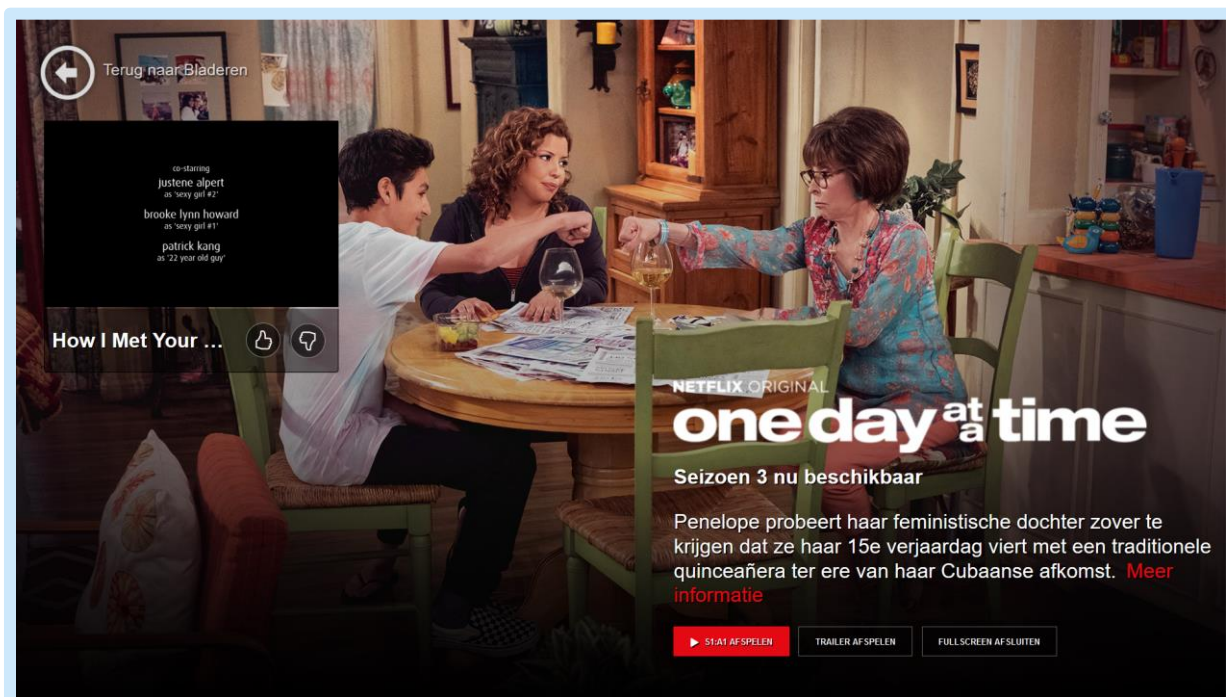


Fig. 23 Afgelopen serie op Netflix (Screenshot door Nina Bremer, gemaakt op 22-03-2019, <https://www.netflix.com/watch/80010337?trackId=13752289&tctx=0%2C23%2Ce5f410c6-853b-4ade-8e75-021b76e4716f-350964388%2C%2C>)



Fig. 24 Afgelopen serie op Videoland (Screenshot door Nina Bremer, gemaakt op 22-03-2019, <https://www.videoland.com/player/60843/>)

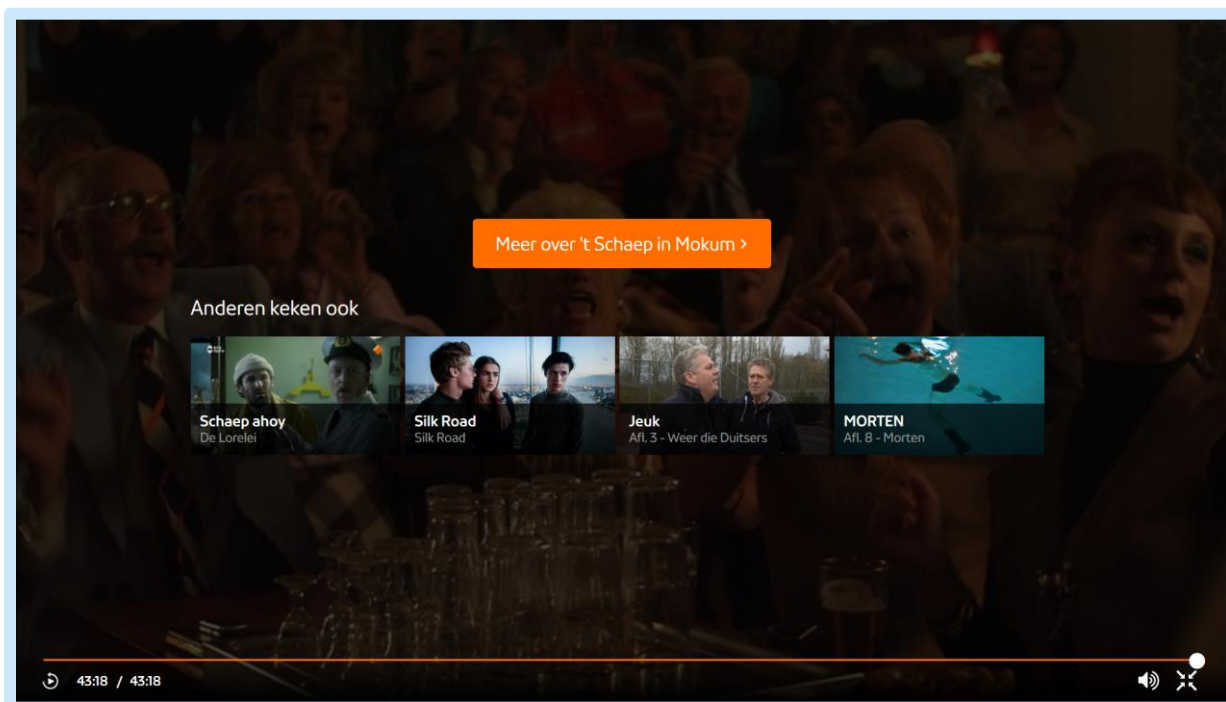


Fig. 25 Afgelopen serie op NPO Start (Screenshot door Nina Bremer, gemaakt op 29-03-2019, https://www.npostart.nl/t-schaep-in-mokum/24-05-2018/KN_1699242)

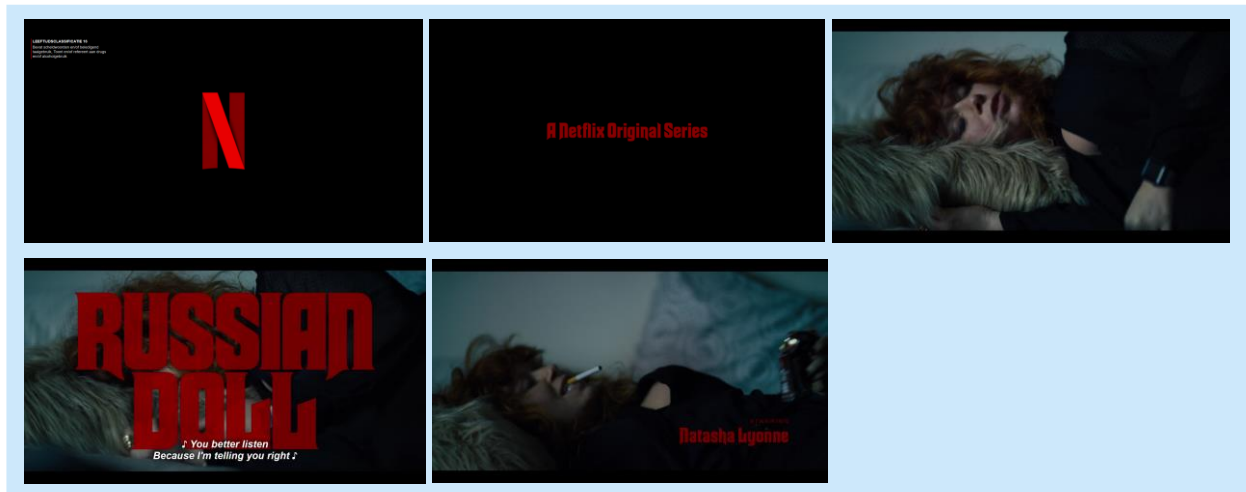


Fig. 26 Openingssequentie van *Russian Doll* S01 A02 (Screenshots door Nina Bremer, gemaakt op 29-03-2019, <https://www.netflix.com/watch/80212130?trackId=13752289&tctx=0%2C0%2C5b0f645900d1361ea2c0ee504222a87b1da071ca%3A31783f60dac0f75cb490c7f55bd13283a3a5dd50%2C%2C>)



Fig. 27 Slotsequentie van *Russian Doll* S01 A02 (Screenshots door Nina Bremer, gemaakt op 29-03-2019, <https://www.netflix.com/watch/80212130?trackId=13752289&tctx=0%2C0%2C5b0f645900d1361ea2c0ee504222a87b1da071ca%3A31783f60dac0f75cb490c7f55bd13283a3a5dd50%2C%2C>)

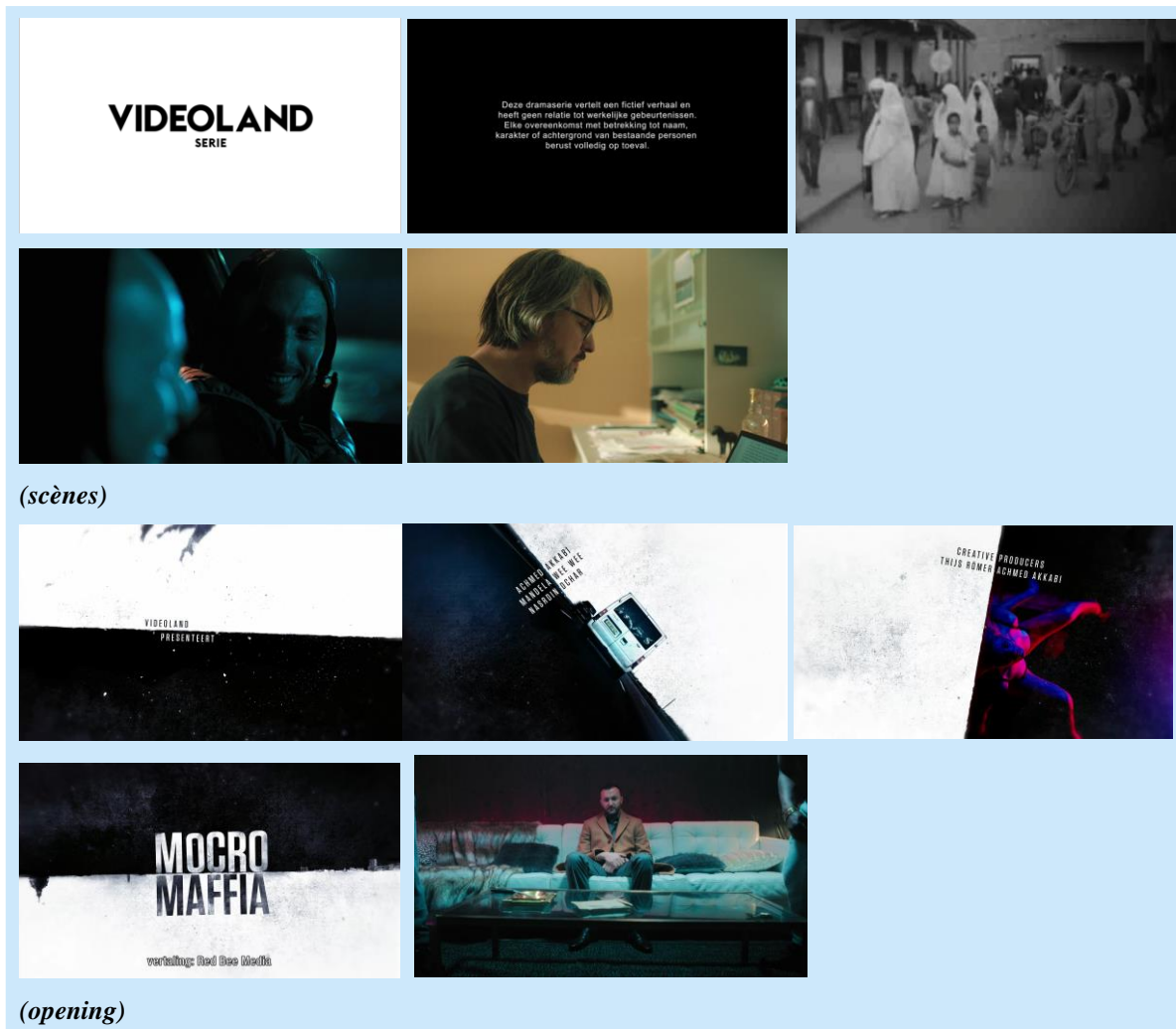


Fig. 28 Openingssequentie *Mocro Maffia* S01 A02 (Screenshots door Nina Bremer, gemaakt op 29-03-2019, <https://www.videoland.com/player/60839/>)

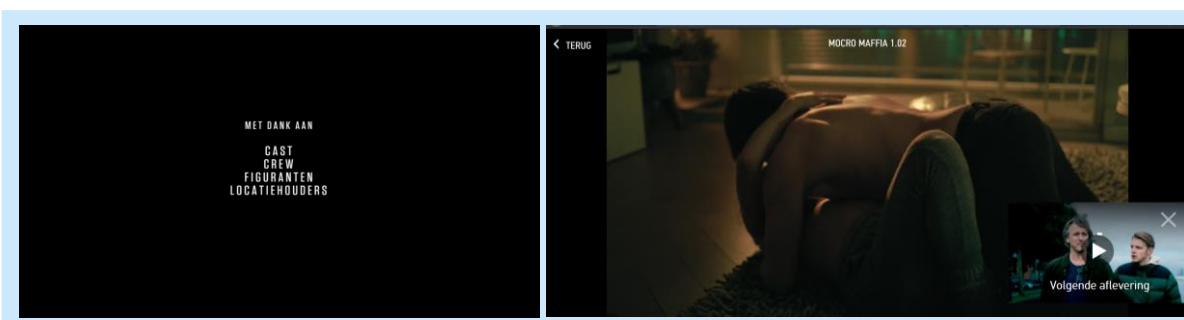


Fig. 29 Slotsequentie *Mocro Maffia* S01 A02, fullscreen (links) en niet-fullscreen (rechts) (Screenshots door Nina Bremer, gemaakt op 29-03-2019, <https://www.videoland.com/player/60839/>)



(terugblik)



(voorblik)



(opening)



Fig. 30 Openingssequentie van *Married at First Sight* S02 A02 (Screenshot door Nina Bremer, gemaakt op 29-03-2019, <https://www.videoland.com/player/49390/>)



Fig. 31 Slotsequentie van *Married at First Sight* S02 A02, fullscreen (links en midden) en niet-fullscreen (rechts) (Screenshots door Nina Bremer, gemaakt op 29-03-2019, <https://www.videoland.com/player/49390/>)

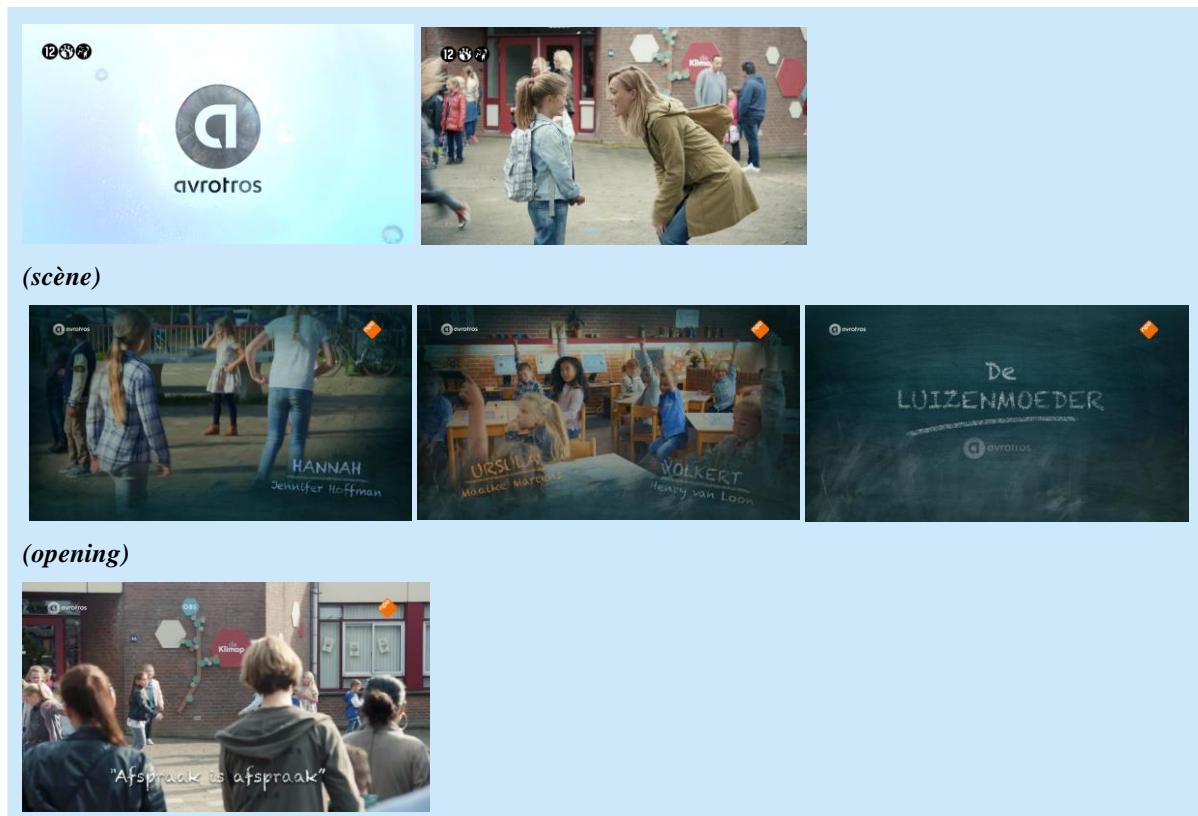


Fig. 31 Openingssequentie van *De Luizenmoeder* S01 A02 (Screenshots door Nina Bremer, gemaakt op 29-03-2019, https://www.npostart.nl/de-luizenmoeder/17-02-2019/AT_2116133)



Fig. 32 Slotsequentie van *De Luizenmoeder* S01 A02 (Screenshot door Nina Bremer, gemaakt op 29-03-2019, https://www.npostart.nl/de-luizenmoeder/17-02-2019/AT_2116133)