

DE GRENZEN VAN LOKALISATIE

EEN TEKSTUELE ANALYSE EN EXPERTINTERVIEWS OVER HET
VERSCHIL IN LOKALISERING TUSSEN HET VLAAMSE BLIND
GETROUWD EN NEDERLANDSE MARRIED AT FIRST SIGHT

Wetenschappelijke verhandeling

Aantal woorden: 19 852

Margaux de Rooter

Stamnummer: 02004215

Promotor: dr. Eduard Cuelenaere

Commissaris: Hanne Van Haelter

Masterproef voorgelegd voor het behalen van de graad master in de richting

Communicatiewetenschappen afstudeerrichting Film- en Televisiestudies

Academiejaar: 2023-2024



I. WOORD VOORAF

Met veel plezier en dankbaarheid kijk ik terug op de mooie jaren die ik op de universiteit heb doorgebracht, waarbij ik dit avontuur tot een succesvol einde wil brengen met deze masterproef. Het was geen makkelijk proces, maar eenmaal ik eraan begon, zag ik steeds meer dat het me uiteindelijk wel zou lukken. Dit komt onder andere door alle steun die ik uit verschillende hoeken heb ontvangen, dus daarom wil ik eerst even stilstaan bij iedereen die heeft bijgedragen aan het realiseren van dit sluitstuk van mijn studie.

Als eerste wil ik mijn promotor Eduard Cuelenaere bedanken voor de begeleiding die hij me de voorbije twee jaar gegeven heeft en om al mijn vragen te beantwoorden. Zonder deze feedback zou het me niet gelukt zijn, dus bedankt voor alle tijd en hulp. Daarnaast wil ik ook mijn dankbaarheid uiten aan mijn familie, vrienden en medestudenten die me de voorbije jaren hebben gesteund en aangemoedigd, zelfs op de moeilijkste momenten. Hun onvoorwaardelijke steun gaf me de motivatie om door te zetten. Bedankt aan iedereen die ervoor gezorgd heeft dat ik heb kunnen doorzetten.

II. ABSTRACT

In dit onderzoek wordt aan de hand van een combinatie van een tekstuele analyse en expertinterviews een antwoord gezocht op volgende onderzoeksvraag: hoe verschilt de Vlaamse adaptatie *Blind Getrouwd* van het Nederlandse *Married at First Sight* in termen van gelokaliseerde elementen van het format? Er worden twee formatadaptaties uit de Vlaams-Nederlandse context vergeleken. Onderzoek uit deze context is namelijk beperkt en door een opmerkelijke dynamiek tussen beide regio's levert dit een bijdrage aan wetenschappelijk onderzoek. Televisiestudies worden daarnaast gedomineerd door louter tekstueel onderzoek, waardoor deze studie een meerwaarde levert door het meenemen van de productiecontext. Bij beide adaptaties werd op het achtste seizoen gefocust, waarbij in totaal 14 afleveringen werden onderzocht. De structuur van Moran (2009b) werd gebruikt om de gekozen parameters te analyseren in de 56 sleutelsequenties die meer gedetailleerd onderzocht werden. Naast algemene vragen over het lokaliseringsproces, werden de inzichten uit de tekstuele analyse ook bevraagd in expertinterviews met zowel een Vlaamse als een Nederlandse maker. De conclusie van dit onderzoek is dat hoewel er veel gelijkenissen zijn in de manier waarop het format gelokaliseerd wordt, er toch op een dieper niveau enkele verschillen kunnen worden opgemerkt. Zo zijn er bijvoorbeeld een aantal verschillen tussen de bruiloften, vertoont het Nederlandse programma een drukkere montagestijl en is die versie iets sensationeler. Deze lokaliseringselementen kunnen echter niet direct toegeschreven worden aan bewuste beslissingen van de producenten, maar worden eerder beïnvloed door andere factoren zoals de zender of doelpubliek, of zijn simpelweg onvermijdelijk.

III. INHOUDSOPGAVE

1.	INLEIDING	6
2.	LITERATUURSTUDIE.....	9
2.1.	Formats.....	9
2.1.1.	Definitie format	9
2.1.2.	Aspecten van formats.....	10
2.1.3.	Veranderde televisie- en formatflows.....	11
2.2.	Globaal versus lokaal	14
2.2.1.	De globaliteit van tv-formats	15
2.2.2.	De lokaliteit van tv-formats	17
2.2.3.	Belang van nabijheid	19
2.2.4.	Pogingen om de lokaal-globaal dichotomie te overstijgen.....	21
2.3.	Context Vlaanderen – Nederland.....	23
2.3.1.	Omroepgeschiedenis.....	23
2.3.2.	Opmerkelijke dynamiek tussen Nederland en Vlaanderen.....	24
3.	METHODOLOGIE.....	26
3.1.	Methodes	27
3.1.1.	Kwalitatieve tekstuele analyse	27
3.1.2.	Expertinterviews	29
3.2.	Dataverzameling en -analyse	31
3.2.1.	Tekstuele analyse.....	32
3.2.2.	Expertinterviews	32
3.3.	Parameters.....	35
4.	RESULTATEN	37
4.1.	Linguïstische code.....	37
4.1.1.	Setting	37
4.1.2.	Taalgebruik.....	39

4.1.3.	Mise-en-scène	40
4.1.4.	Geluid en muziek.....	41
4.1.5.	Cinematografie en montage.....	42
4.2.	Culturele code	43
4.2.1.	Culturele identiteit.....	43
4.2.2.	Tradities	44
4.2.3.	Genderrollen.....	46
4.2.4.	Normen en waarden	46
4.3.	Intertekstuele code	47
4.3.1.	Makers van de formatadaptatie	47
4.3.2.	Licentiegever	48
4.3.3.	Omroepen	49
4.3.4.	Doelpubliek.....	50
5.	CONCLUSIE	52
6.	BIBLIOGRAFIE	56
7.	BIJLAGEN.....	69
7.1.	Schets verhaallijnen BG en MAFS.....	69
7.2.	Sequentie-analyse.....	74
7.2.1.	Blind Getrouwd (Vlaanderen).....	74
7.2.2.	Married at First Sight (Nederland).....	83
7.3.	Analyseschema	95
7.4.	Ingevuld analyseschema van geselecteerde scènes	96
7.4.1.	Blind Getrouwd (Vlaanderen).....	96
7.4.2.	Married at First Sight (Nederland).....	118
7.5.	Vragenlijst	152
7.6.	Informed consent.....	156

1. INLEIDING

“Think globally, program locally,” is het denken dat de wereldwijde televisie-industrie domineert (Waisbord, 2004). Mediaconglomeraten verspreiden tv-programma’s over de hele wereld om hun markten uit te breiden, maar tegelijkertijd moet de televisie-inhoud zich richten tot een lokaal publiek in verschillende landen met diverse culturen. Televisieformats worden gezien als de oplossing voor dit probleem van internationale economische belangen versus culturele barrières (van Keulen & Krijnen, 2013). Zo worden reality tv-shows zoals *The Masked Singer* en *Big Brother* wereldwijd uitgezonden, maar worden ze wel in elk land aangepast aan lokale culturele voorkeuren (Choi, 2023; Moran, 2005).

Wereldwijde formats zoals *The Voice* zijn in verschillende landen met diverse culturen een enorm succes, wat aantoont hoe een universeel format zich kan aanpassen aan de cultuur terwijl het tegelijkertijd toch ook een globaal publiek aanspreekt (Beeden & De Bruin, 2009; Ganguly, 2019; Stehling, 2013). Formats representeren dan ook een aanzienlijk percentage in de primetime programmering van Europese omroepen, zo stonden er in Vlaanderen zeven formats in de top 30 van programma’s met meeste kijkcijfers in 2022. Ondanks dat ze consistent aanwezig zijn op de zenders, is het publiek zich er vaak niet van bewust dat veel van hun favoriete programma’s lokale adaptaties zijn van programma’s die in het buitenland zijn ontstaan (Chalaby, 2011; Chalaby, 2023; CIM, 2022; Van Keulen, 2020).

Televisie is tegelijkertijd nationaal als internationaal, wat het een interessant terrein maakt om het proces van de globalisering van de media-industrie te analyseren. Televisieformats zijn hier een belangrijk onderdeel van, waardoor de studie ervan noodzakelijk is om de huidige transnationale televisiecultuur te begrijpen (Kuipers, 2011; Moran, 2008; van Keulen, 2020; Villegas-Simón & Soto-Sanfiel, 2021). Formats roepen namelijk vragen op over nationale identiteit, culturele standaardisatie en sociale representaties (Moran, 2016). In een steeds meer geglobaliseerde wereld kunnen televisieformats en hun adaptaties een rol spelen bij het behoud van lokale identiteit. De meeste lokalisatietheoretici, zoals Moran (2009b), Ndlela (2012) en Keinonen (2016), hebben namelijk het idee dat formataanpassingen lokale stijlen en culturen bevatten. Al lijken er toch ook aanwijzingen te zijn dat stijlelementen eerder een transnationaal karakter hebben (van Keulen & Krijnen, 2013). Dit onderzoek biedt meer inzicht in hoe culturele waarden en normen worden weerspiegeld en aangepast in populaire televisieprogramma’s in een geglobaliseerde wereld.

De laatste jaren is de wetenschappelijke aandacht voor televisieformats toegenomen, waardoor formatstudies geleidelijk aan een centraal onderdeel in televisiestudies zijn geworden (Keinonen, 2016; van Keulen, 2016). Ondanks het groeiende aantal publicaties is de studie ervan beperkt vanuit een globaal perspectief en zijn specifieke theorieën over formats en hun adaptaties nog steeds zeldzaam (Esser, 2010; Keinonen, 2016; van Keulen & Krijnen, 2013). Daarnaast is empirisch werk over de lokalisatie van televisieformats, de manifestaties en de effecten ervan eerder zeldzaam (van Keulen & Krijnen, 2013). Tv-formats verdienen meer onderzoek door de omvang en het belang dat geformatteerde televisie-inhoud heeft gekregen, zowel op nationaal als internationaal niveau (Esser, 2010; van Keulen & Krijnen, 2013).

Televisiestudies focussen zich daarnaast vooral op Engelstalige programma's, waardoor andere contexten vaak onderbelicht blijven. Omdat onderzoek over formats in de Vlaams-Nederlandse context dus beperkt is, vormt het de setting van dit onderzoek (Bignell & Woods, 2022; Bossuyt & Joye, 2023; Cuelenaere et al., 2019). Daarnaast is er een opmerkelijke dynamiek tussen deze regio's. Langs de ene kant zijn er veel gelijkenissen tussen beide, zoals de taal, maar toch is er een wederzijdse desinteresse voor elkaars televisieprogramma's (van Keulen, 2020; Cuelenaere, 2020c). Door deze paradoxale situatie en de focus op Nederlandstalige programma's is deze context interessant voor verder onderzoek (Bignell & Woods, 2022; van Keulen, 2020).

In dit onderzoek wordt gefocust op één specifiek format, namelijk *Married at First Sight*. Dit is een van de populairste formats op de hedendaagse televisie en zowel de Vlaamse als Nederlandse versie haalden elk hoge kijkcijfers voor de eerste aflevering van de recentste seizoenen (CIM TV, 2023; Stichting KijkOnderzoek, 2023). De kern van dit format gaat over een cultureel ideaal, namelijk het huwelijk. Door de culturele normen en verwachtingen die behandeld worden in dit format, kan er een dieper inzicht verkregen worden in hoe formats gelokaliseerd worden en de culturele idealen zich aanpassen aan verschillende contexten (McKenzie & Dales, 2017; Quinn, 1996).

In deze studie wordt onderzocht of televisieformats nu eerder gezien kunnen worden als een lokaal gegeven of dat ze een meer globaal karakter hebben. Om de mate van lokalisatie te kunnen onderzoeken, is het interessant om twee versies van eenzelfde televisieformat te vergelijken in termen van hun gelokaliseerde elementen, hier dus de Vlaamse en Nederlandse versie van het format *Married at First Sight* (van Keulen & Krijnen, 2013). Zodoende wordt een antwoord gezocht op volgende onderzoeksvraag: hoe verschilt de Vlaamse adaptatie *Blind Getrouwd* van het Nederlandse *Married at First Sight* in termen van gelokaliseerde elementen van het format?

Om deze vraag te kunnen beantwoorden, begint dit onderzoek met een literatuurstudie waarin het concept format gedefinieerd wordt en wordt er ook toelichting gegeven bij de concepten lokaliteit, globaliteit, culturele nabijheid en wat hun rol in de formathandel is. Daarnaast wordt dieper ingegaan op waarom de Vlaams-Nederlandse context interessant is om de formathandel te bestuderen. Hierna volgt een methodologisch luik waarin de gekozen methode wordt toegelicht, namelijk een kwalitatieve tekstuele analyse gecombineerd met expertinterviews. In de analyse wordt de structuur van Moran (2009b) gebruikt om de gekozen parameters te onderzoeken. Hierin wordt het proces van een formatadaptatie onderverdeeld in drie categorieën, namelijk de linguïstische, intertekstuele en culturele codes. Daarna volgt een kritische bespreking van de resultaten. Hierbij wordt opnieuw de structuur van Moran (2009b) gebruikt om de resultaten uiteen te zetten. Naast de meer algemene vragen, worden ook de resultaten uit de tekstuele analyse voorgelegd aan experts en deze inzichten worden hierin verwerkt. Tot slot eindigt deze studie met de conclusie waarin de belangrijkste resultaten worden samengevat, de beperkingen van dit onderzoek worden aangehaald en er suggesties worden gegeven voor toekomstig onderzoek.

2. LITERATUURSTUDIE

2.1. Formats

2.1.1. Definitie format

Om de gelokaliseerde elementen in een formatadaptatie te kunnen onderzoeken, is het eerst belangrijk om een beter begrip te krijgen over wat een format precies inhoudt. Op dit moment is er nog geen theoretische consensus over een gedetailleerde definitie van het concept (Schohaus, 2018). Ondanks de voortdurende groei is het begrip moeilijk af te bakenen (Esser, 2010). Er bestaan verschillende definities, die elk een nadruk leggen op bepaalde belangrijke aspecten. Zo worden televisieformats door Esser (2013) omschreven als “programs developed in one market and offered internationally for local adaptation” (p. 2). Van Keulen (2020) definieert een formatadaptatie dan weer als “een lokale productie gebaseerd op een buitenlands programma, waarbij een officiële licentie is aangekocht om het programma-idee te reproduceren” (p. 167). Een recent voorbeeld hiervan is het format *The Masked Singer* dat ontwikkeld is in Zuid-Korea en hierna internationaal aangeboden is om te kunnen adapteren. Verschillende landen en regio's, zoals Nederland en Vlaanderen, hebben een licentie gekocht om hun eigen versie van het programma te produceren (Choi, 2023).

Havens (2020) vergelijkt formats met geïmporteerde programma's: “Formats are essentially remakes of television series in different national markets with local talent, as opposed to imports, which are finished programs aired in a different country, often translated and edited for local language and cultural preferences” (p. 36). Een voorbeeld van een geïmporteerd programma is het Vlaamse spelprogramma *The Big Bang* dat in Nederland werd uitgezonden. Het werd geïmporteerd door Nederland en werd niet aangepast, waardoor het Vlaamse programma in Nederland werd uitgezonden (Vets, 2023). Formats zijn dus geen afgewerkte, geïmporteerde programma's en worden wel aangepast aan de markt door bijvoorbeeld lokale kandidaten te gebruiken, zoals in het format *De Verraders* waar bekende inwoners van het land de kandidaten zijn (Dumon, 2022).

Alhoewel er geen consensus is over een definitie, is er wel een overeenstemming over belangrijke delen in de definitie van een format. Als eerste is het de som van elementen die kenmerkend zijn voor een programma. Een tweede deel heeft betrekking op het aspect van verhandelbaarheid, namelijk dat formats vaak worden beschreven als een “recept” dat met de nodige ingrediënten komt (Esser, 2010). Wanneer die ingrediënten op eenzelfde manier gecombineerd worden, kan het programma door een ander televisieproductiebedrijf gemaakt worden (Bignell & Woods, 2022). Dit komt ook terug in de definitie van Moran (2008) die formats beschreef als: “a recipe or guide to

the remaking of a program adaptation in another territory” (p. 461), waarbij het origineel als ‘sjabloon’ wordt gebruikt om de gereproduceerde adaptatie te begeleiden (Larkey, 2018). Al is het niet zomaar een formule die overal gemakkelijk gekopieerd kan worden, de formule moet namelijk ook passen bij de behoeften van een nieuwe markt (Bourdon, 2012). Door deze twee elementen te combineren, omschreef Esser (2010) formats als volgt: “the concretization of an idea, sold in the form of a production bible, a compilation of production information, including technical requirements, lessons learned, a shooting schedule, crew list, budget sample, and anything else of value to the production team” (p. 274). Aangezien een formatprogramma steeds aangepast wordt aan de markt, heeft het de capaciteit om aan lokale smaken en stijlen te voldoen (Moran, 2008). Omdat deze definitie gebaseerd is op de onderdelen waarover een overeenstemming is, wordt deze gehanteerd tijdens het vervolg van dit onderzoek.

In deze definitie van Esser (2010) wordt aangehaald dat de licentie voor een format verkocht wordt in de vorm van een ‘productiebijbel’. Naast de reeds opgenoemde elementen bevat deze formatbijbel ook informatie over de oorspronkelijke pitch, beoordelingen, resultaten uit marktonderzoek en marketing tips (Esser, 2013). Daarnaast omvat het productieproces nog een overleg met wereldwijde producenten om aan de lokale producenten uit te leggen hoe het concept kan worden toegepast voor lokale gevoeligheden binnen de parameters van de productiebijbel (Ganguly, 2019). Deze bijbels omvatten dus ook een hoeveelheid lokale kennis, zodat ze aangepast kunnen worden in de gebieden waar de show wordt geproduceerd. Wanneer een bepaald idee in één markt wordt uitgetest, wordt er doorgegeven aan licentiehouders of dit al dan niet een succes was (Chalaby, 2023). Hierdoor is het produceren van een format een interactief proces tussen beide partijen. De licentiegever heeft een uitgebreide kennis over het programma en is zich bewust van zowel de valkuilen als de successen van het format. Daarnaast heeft de licentiehouder dan weer een beter begrip van de cultuur van het thuispubliek, waardoor ze weten wat geschikt zal zijn voor kijkers (Moran, 2009a).

2.1.2. Aspecten van formats

De tv-formatindustrie kent zijn oorsprong in de jaren vijftig en is eind jaren negentig een wereldwijde industrie geworden met een waarde van miljarden euro’s (Chalaby, 2011). De praktijk van het formatteren van programma’s kent zijn start in de begindagen van televisie. De net begonnen omroepen merkten op dat het publiek een voorkeur gaf aan lokale programma’s, maar hiervoor waren meer kennis en middelen nodig en deze waren schaars. Als oplossing gingen de beginnende omroepen concepten en scripts voor televisieseries lenen van omroepen uit andere landen

(Chalaby, 2023; Havens, 2020). Tv-programma's worden namelijk niet zomaar bedacht en geproduceerd voor lokale kopers met de hoop om ze elders in de wereld te kunnen verkopen, maar worden in plaats daarvan bewust gemaakt om internationale adaptaties te bereiken (Moran, 2005). Het uitgangspunt van de handel in tv-formats berust namelijk op enkele voordelen. Formats stellen omroepen in staat om de kosten voor de ontwikkeling van een nieuw programma te drukken. Het importeren van programma's is namelijk goedkoper dan het zelf produceren (Chalaby, 2016a; Havens, 2020). Daarnaast is risicobeheer een tweede voordeel, omdat omroepen de formats verwerven op basis van hun beoordelingen en kijkcijfers (Chalaby, 2016a; Chalaby, 2023). Lokale televisieproducenten zien het bewezen kijkcijfersucces in het land van herkomst als een garantie voor hoge kijkcijfers voor hun toekomstige producties (Ribke, 2016). Het is dan ook gemakkelijker om het succes van iemand anders te kopiëren dan om een risico te nemen met een nieuw, ongetest idee (Keane & Moran, 2008).

De populariteit van formats is meer dan zomaar een trend in een industrie die steeds op zoek is naar succesvolle shows. Het onthult twee ontwikkelingen in de hedendaagse televisie, namelijk de globalisatie van het bedrijfsmodel en de inspanningen van internationale en binnenlandse bedrijven om met de weerstand van nationale culturen om te gaan (Waisbord, 2004). Sinds omroepen de voordelen inzagen van het uitzenden van lokale versies van globale concepten, is de formathandel sterk gegroeid (Chalaby, 2012). Deze handel in televisieformats heeft bijgedragen aan het volume van grensoverschrijdende mediastromen die de afgelopen decennia voortdurend zijn toegenomen (Chalaby, 2016b; Chalaby & Esser, 2017; Chalaby, 2023). Doordat formats een belangrijke rol spelen in de grensoverschrijdende mediastromen, is het relevant om hier dieper op in te gaan in het volgende deel, om zo te begrijpen hoe de televisie- en formatflows zijn veranderd doorheen de recente geschiedenis.

2.1.3. Veranderde televisie- en formatflows

Sinds de jaren zestig werden analyses gemaakt van hoe televisiestromen grenzen overschreden. In de beginjaren van deze analyses, de jaren zestig en zeventig, was er sprake van een eenrichtingsverkeer dat wereldwijd gekenmerkt kon worden door een overheersing van Hollywood producties en opkomende industrieën (Waisbord, 2004). Verschillende industrieën gingen op zoek naar goedkope inhoud om hun zendschema's te vullen en de Amerikaanse televisie kende in die periode een grote populariteit (Havens, 2020). Het Verenigd Koninkrijk en de Verenigde Staten domineerden de opkomende formatsector (Chalaby & Esser, 2017). Er was bezorgdheid over deze ongelijke stromen van televisieprogramma's over grenzen heen, vooral omtrent de inspanningen

van de VS en andere Westerse landen om culturele veranderingen teweeg te brengen bij het publiek over de hele wereld. Dit werd later benoemd als de 'Cultural Imperialism Thesis' (Havens, 2020).

In de jaren tachtig en negentig brak een nieuwe fase aan met meerdere stromen die gekenmerkt werden door de opkomst en consolidatie van nieuwe producenten en exporteurs. Tientallen televisiemaatschappijen uit West-Europa, Australië en Nieuw-Zeeland kregen voet aan de grond op de wereldwijde televisiemarkt (Waisbord, 2004). De binnenlandse omroepen werden namelijk meer volwassen en werden ondersteund door lokale financieringsbronnen en importquota, die de hoeveelheid geïmporteerde televisie beperkten (Havens, 2020). Formats zijn een onbedoeld bijproduct van deze protectionistische wetten en quotabeleid. Geïmporteerde programma's werden dus beperkt, maar via achterdeurtjes werden buitenlandse ideeën wel toegelaten, zolang ze maar in eigen land werden geproduceerd (Waisbord, 2004). Formatprogrammering werd hierdoor een belangrijke strategie om de lokale programmeringsquota te omzeilen en werd daardoor een meer geformaliseerde praktijk in de televisie-industrie (Havens, 2020; Waisbord, 2004). Ondanks dat deze formatadaptaties de lokale productie stimuleren en meetellen in de quota voor lokale producties, kunnen ze wel nog steeds gezien worden als een indirecte vorm van import en onopvallende vorm van globalisering (Esser, 2010; Chalaby, 2011; van Keulen, 2020). Lokale productie verwijst hier naar het feit dat het programma is geproduceerd op de plaats van uitzending, niet naar het bedenken of het ontstaan ervan (Moran, 2016).

Door de formatrevolutie die eind jaren negentig plaatsvond, kan de eeuwenwisseling gemarkeerd worden als het moment waarop de televisie-industrie een globale wending nam. Omdat steeds meer landen exporteren in formats, is de wereldwijde handel in tv-formats de afgelopen twintig jaar snel uitgebreid. Dit komt doordat de mogelijkheden voor kleinere en opkomende markten om deel te nemen aan de handel toegenomen zijn (Chalaby, 2016b; Chalaby & Esser, 2017; Chalaby, 2023; Larkey, 2018). De stromen van formats zijn meer divers dan die van kant-en-klare content, waardoor formats op een fundamenteel andere manier reizen (Chalaby & Esser, 2017; van Keulen, 2020). Formats veranderen namelijk wanneer ze grenzen overschrijden, waarbij er steeds een wisselwerking is tussen het globale en het lokale (Chalaby, 2023). De Westerse televisieproducenten kunnen dus niet langer zomaar hun programma's dumpen om internationale markten te veroveren. Hollywoodstudio's moeten nieuwe manieren zoeken om zaken te doen. Ze moeten inzichten krijgen in elke markt, maar nog belangrijker, ze moeten samenwerken met lokale bedrijven om hun formats te ontwikkelen en te produceren (Chalaby & Esser, 2017; Waisbord,

2004). Alhoewel het klopt dat sommige Europese productiemaatschappijen konden profiteren van de veranderingen die globalisering heeft bevorderd, kent de handel in audiovisuele producten nog steeds grote ongelijkheden. De Verenigde Staten en het Verenigd Koninkrijk blijven de belangrijkste bron van formats (Kuipers, 2011; Moran, 2005; van Keulen, 2020; Waisbord, 2004).

De formathandel wordt momenteel geconfronteerd met twee veranderingen in het wereldwijde televisielandschap, namelijk digitalisering en consolidatie (Choi, 2022). Door de digitalisering van televisie, is er een opkomst en wijdverspreide beschikbaarheid van streamingdiensten, waardoor de audiovisuele cultuur opnieuw wereldwijd verandert. De technologische vernieuwingen hebben ervoor gezorgd dat streamingdiensten nationale grenzen overstijgen en geven mensen toegang tot programma's van over de hele wereld (Boisvert & Bélanger, 2019; Meimaridis, 2023). Al zijn de relaties tussen de globale VOD-diensten en nationale televisie-industrieën ingewikkeld en veranderlijk. Wanneer streamingdiensten in nieuwe gebieden worden geïntroduceerd, worden ze namelijk geconfronteerd met de bestaande nationale realiteiten. Dit leidt vaak tot weerstand, waardoor er aanpassingen moeten gebeuren en de streamingsdynamiek dus verschilt in elk land (Meimaridis, 2023; Wayne, 2020). Door deze streamingdiensten hebben er transformaties plaatsgevonden in de lokale industrieën en publiekspraktijken, maar ook in toegang en distributie van content, waardoor mediastromen meer gediversifieerd worden (Meimaridis, 2023). Met samen meer dan 250 miljoen abonnees zijn Netflix en Amazon nieuwe grote spelers in het wereldwijde medialandschap en deze digitale platformen willen niet dat hun shows elders worden geproduceerd (Choi, 2022; Wayne, 2020).

De tweede grote verandering, consolidatie, houdt in dat de concurrentie tussen producenten en distributeurs is versterkt, omdat het aantal kopers afneemt (Choi, 2022). De omroepen moeten namelijk niet alleen concurreren met nieuwe media om de aandacht van de kijker, maar moeten ook met elkaar concurreren voor hogere kijkcijfers in een omgeving met meerdere kanalen (Yang, 2016). Ondanks deze twee uitdagingen blijven formats een centraal onderdeel van de huidige televisiecultuur. Ze leveren namelijk stabiele winsten op voor omroepen over de hele wereld die zich aanpassen aan een mediaomgeving die gekenmerkt wordt door een slinkend en gefragmenteerd publiek en de concurrentie van nieuwe digitale platforms (Boisvert & Bélanger, 2019; Choi, 2022; Wagman, 2013).

Er kan dus geconcludeerd worden dat als het gevolg van het enorme aantal uitzendingen die gevuld moesten worden en de kosten die voortkomen uit programmaproductie, nationale omroepen programma's, formats en praktijken zijn gaan importeren en daarnaast ook de bijhorende

standaarden, genres, stijlen en smaken (Havens, 2020; Kuipers, 2011). Door deze import zijn nationale televisieomroepen geleidelijk geïntegreerd in een globale omgeving van consumptie, distributie en productie (Chalaby, 2023; Kuipers, 2011). Tv-formats voegen dus toe aan het volume van grensoverschrijdende mediastromen, maar doen dit op een unieke manier door een 'nexus' te vormen tussen het globale en het lokale (Chalaby & Esser, 2017). De unieke wisselwerking tussen het globale en lokale wordt verder toegelicht in het volgende deel.

2.2. Globaal versus lokaal

De koppeling van het 'globale' en het 'lokale' komt vaak voor, maar de termen zijn relatieve begrippen en ontbreken overeengekomen en nauwkeurige definities (Barker, 1999; Sparks, 2008). Zo kan de term 'globaal' geconceptualiseerd worden als een overschrijding van nationale grenzen, maar wordt het vooral gebruikt om schaal aan te duiden, bijvoorbeeld om een conglomeraat te duiden dat actief is in meer dan 100 gebieden (Chalaby, 2016b; Sosale en Munro, 2009). 'Lokaal' kan dan weer gezien worden als de verbindingen met de meer directe omgeving, rekening houdend met zowel geografie als burgerschap (Sosale en Munro, 2009). In volgende onderdelen worden deze begrippen nog verder uitgediept binnen de specifieke context van formats. Daarnaast zijn enkele andere belangrijke begrippen binnen dit thema 'nationaal', wat een overkoepelende politieke eenheid is die een land aanduidt en 'regionaal' waarmee een geografisch en eventueel cultureel bepaalde eenheid van grote omvang wordt bedoeld (Sosale en Munro, 2009; Sparks, 2008).

Formats helpen om populaire grensoverschrijdende shows een lokaal uiterlijk en geluid te geven, want ondanks dat de eigendomsstructuren en handel in formats globaal zijn, wordt er verondersteld dat de productieprocessen en routines gelokaliseerd blijven en moeten ze lokaal aanvoelen voor kijkers (Chalaby, 2016a; Moran, 2008; Moran, 2009a; van Keulen et al., 2020). Een publiek heeft namelijk de voorkeur voor mediaproducten uit de eigen cultuur of een sterk gelijkende cultuur (Straubhaar, 2003). Dit idee van culturele nabijheid is van belang bij de voorkeur voor lokale inhoud, waar in het volgend onderdeel dieper op wordt ingegaan (Larkey, 2018; Straubhaar, 1991). Formats worden vaak beschreven als een manier om het buitenlandse in het nationale te introduceren, maar tegelijk dwingt de formatadaptatie producenten om het globale aan te passen aan het nationale en zo hun eigen nationale cultuur opnieuw te conceptualiseren (Bourdon, 2012). De uitdaging is om het lokale globaal te maken door formats te identificeren die de mogelijkheid hebben om de wereld rond te gaan, maar tegelijk ook het globale lokaal te maken door de formats aan te passen aan de noden van de specifieke markt (Chalaby, 2012).

Televisie is historisch gezien gevangen tussen globaliserende krachten zoals internationale distributie en lokaliserende krachten zoals regelgeving en culturele referenties, maar deze twee tendensen zijn langzaam geharmoniseerd (Havens, 2020; van Keulen et al., 2020). Ook vervagen de globale streamers vandaag de dichotomie tussen lokaal en internationaal door wereldwijde rechten te verwerven wanneer ze inhoud in gebruik nemen (Chalaby, 2023). Tv-formats balanceren tussen lokale en globale dimensies en de interacties tussen beide dimensies zijn relevant om de huidige televisieformats te begrijpen (Chalaby & Esser, 2017; van Keulen & Krijnen, 2013; Villegas-Simón & Soto-Sanfiel, 2021). Aangezien er al veel onderzoek is gewijd aan het aantonen van de standvastigheid van het lokale in het globale, is het relevant om wat dieper in te gaan op deze concepten in termen van tv-formats (van Keulen et al., 2020).

2.2.1. De globaliteit van tv-formats

Globalisering is geen eenduidig concept dat binnen een bepaald tijdsbestek kan worden gedefinieerd, noch is het een proces dat duidelijk kan omschreven worden met een begin en een eind (Al-Rodhan & Stoudmann, 2006). Er bestaan veel verschillende definities van het concept, zo definieerde Giddens (1990) het als “the intensification of worldwide social relations which link distant localities in such a way that local happenings are shaped by events occurring many miles away and vice versa” (p. 64). Volgens Robertson (1992) verwijst het concept naar “both the compression of the world and the intensification of consciousness of the world as a whole” (p. 8). De studie van Al-Rodhan en Stoudmann (2006) onderzoekt verschillende definities van globalisering, die ze gebruikten om hun eigen definitie te ontwikkelen, namelijk: “globalization is a process that encompasses the causes, course, and consequences of transnational and transcultural integration of human and non-human activities” (p. 5). Door de combinatie van reeds bestaande definities, zal deze worden gehanteerd tijdens het vervolg van dit onderzoek.

Culturele globalisering impliceert de openstelling van nationale velden voor internationale markten en normen (Kuipers, 2011, p. 542). Dit fenomeen is ook terug te zien bij televisie waar als gevolg van de handel in televisieprogramma's, een transnationaal televisieveld ontstond. In zijn begindagen was televisie namelijk beperkt tot de grenzen van de natie, maar door globalisering bevindt ze zich nu in een transnationale omgeving (Chalaby, 2003; Kuipers, 2011). Culturele globalisering kan dus gezien worden als een opkomst van een transnationaal cultureel veld. Het proces gaat gepaard met de openstelling van nationale culturele velden en de vorming van een transnationaal veld, met eigen normen, praktijken en culturele geografie (Kuipers, 2011, p. 554).

Globale televisie wordt vaak beschreven als een 'markt' die zich vooral bezighoudt met de uitwisseling van goederen (Kuipers, 2011). Het onderzoek van Kuipers (2011) toont aan dat deze transnationale handel niet alleen economische waarde creëert, maar ook transnationale normen, professionele gewoonten en manieren van organisatie. Volgens Barker (1999) impliceert globale televisie op een institutioneel niveau: "all the various configurations of public and commercial television which are regulated, funded and viewed within the boundaries of nation-states and/or language communities" (p. 45).

Globalisering heeft grote veranderingen teweeggebracht in de structuur van televisiesystemen, waardoor er nieuwe wegen werden geopend voor mediabedrijven om uit te breiden naar internationale markten (Waisbord, 2004). Lokale mediabedrijven zijn door globalisering dan ook meer verweven in internationale productienetwerken. Het is namelijk niet langer winstgevend om enkel te produceren voor de eigen thuishmarkt, waardoor hun prestaties afhankelijk worden van de toegang tot de globale wereldmarkt. Daarnaast heeft de verschuiving van broadcasten naar streamen en van tv-netwerken naar platformen het zwaartepunt van nationaal naar globaal verlegd. Streaming versnelt namelijk globale integratie van de industrie, waarvan de structuur wordt ondersteund door transnationale productienetwerken. Hierbij zijn onafhankelijke bedrijven en leveranciers betrokken die samenwerken over industriesegmenten en nationale grenzen heen (Chalaby, 2023).

Tv-formats verdiepen de globalisering van media. Ondanks dat ze voor kijkers hetzelfde aanvoelen als alle andere lokale programma's, volgen ze wel transnationale productiepatronen (Chalaby, 2023). Hierdoor kan een format, of een deel ervan, globaal genoemd worden, omdat de structuur en merkkenmerken overal waar het heen gaat worden overgenomen, niet omdat het naar elk afzonderlijk land reist (Chalaby & Esser, 2017). De internationale televisie-industrie beweert dat tv-formats globaal zijn in hun circulatie, al is Moran (2009b) het hier niet mee eens. Hoewel het klopt dat ze vaak gelicentieerd worden in talrijke gebieden over de hele wereld, zijn er onvermijdelijk ook veel andere markten waar ze niet gelicentieerd of zelfs opgemerkt worden. Een belangrijke nuance is dat de 'globale' handel in formats minder dan de helft van de landen bereikt en dus veel minder van de wereldbevolking bereikt dan dat de industrie doet uitschijnen (Moran en Malbon, 2006; Moran, 2016).

Het delen van ideeën over het produceren van televisie zal leiden tot gemeenschappelijke productiepraktijken, waarden en normen. Er wordt verwacht dat dit tot uiting komt in de gebruikte technieken en algemene stijl van televisieprogramma's (van Keulen, 2016). Door de internationale

formalisering van de handel in tv-formats is er ook een soort globaal televisieprogramma ontstaan. Moran (2005) legt dit globale televisieprogramma uit aan de hand van het format *Big Brother*. Wereldwijd kunnen er hypothetisch twee miljard mensen naar *Big Brother* hebben gekeken. Dit cijfer bestaat uit een reeks kleinere doelgroepen die een opeenvolging van versies hebben gezien gebaseerd op het format. Er ontstaat dus een programma dat abstract en internationaal van aard is en tegelijkertijd zowel lokaal als concreet is in zijn specifieke verschijningsvormen (Moran, 2005). Formats zijn dus regionale, nationale of pan-nationale series, ook al is het programma zelf internationaal of globaal (Moran, 2005). Er kan geconcludeerd worden dat mediaglobalisering maar weinig echt globale genres en smaken heeft gecreëerd en dit komt door de grote impact van lokale identiteiten op de inhoud van programma's (Boisvert & Bélanger, 2019; Kuipers, 2011). In volgend onderdeel wordt hier verder op ingegaan, waarbij het lokale aspect van televisieformats wordt toegelicht.

2.2.2. De lokaliteit van tv-formats

Hoge kijkcijfers zijn essentieel voor een winstgeoriënteerde productie en daarom proberen globale televisieformats een breed en heterogeen publiek te bereiken en referenties te bieden voor verschillende kijkers (Suna, 2018). Hiervoor moet de tv-inhoud aansluiten bij de normen, waarden, overtuigingen en andere sociaal-culturele elementen van de kijkers. Het publiek heeft een voorkeur voor lokale content en formats kunnen hier een ideale strategie voor zijn, omdat ze kunnen aangepast worden om aan de lokale smaken en verwachtingen te voldoen (Moran, 2008; van Keulen & Krijnen, 2013).

Lokalisatie wordt gezien als een oplossing voor het feit dat televisieprogramma's minder aantrekkelijk worden wanneer ze grenzen overschrijven (van Keulen & Krijnen, 2013). Moran (2009c) definieert lokalisatie als de praktijk van "customizing the format to suit a local audience taste and outlook in a particular territory" (p. 115). Het houdt in dat verschillende aspecten van een product worden aangepast aan een bepaalde sociaal-culturele context, vaak met het doel om een herkenbare werkelijkheid en nationale identiteit te recreëren (Cuelenaere et al., 2019; van Keulen & Krijnen, 2013). Bij de lokalisatie van een televisieformat worden de oorspronkelijke ingrediënten en organisatie aangepast aan aspecten van de nieuwe televisiesetting, zoals de productiemiddelen, het imago van de zender en kijkersvoorkeuren (Moran, 2004; Ndlela, 2012). Een televisieformat biedt lokale producenten de mogelijkheid om audio- en visuele elementen en verhaalstructuren van originele programma's te reproduceren in een lokale context (Choi, 2022). Zo is een van de lokaliseringselementen die kan zorgen voor een snellere herkenbaarheid bij het

publiek, het in beeld brengen van merken uit de lokale context van het programma (Bossuyt & Joye, 2023; Cuelenaere, 2020a; Dhoest, 2004).

AI heeft volgens Moran (2009b) de term 'lokaliseren' weinig zin als middel om processen te begrijpen die plaatsvinden wanneer een tv-format wordt aangepast. De ambitie is namelijk om een zo groot mogelijk publiek te faciliteren, dus wanneer er specifieke beslissingen genomen moeten worden over bijvoorbeeld de taal, zullen er steeds verschillende groepen kijkers gediscrimineerd worden (Moran, 2009a; Moran, 2009c). Een adaptatie is daarom een iteratief proces wat onderhandelingen tussen verschillende televisieculturen omvat. Het vereist meer dan alleen het opvullen van een format met lokale content (Keinonen, 2016). Succesvolle formatadaptaties blijken adaptaties te zijn die niet simpelweg een kopie zijn van het origineel, maar zijn in staat om zich aan te passen aan de sociale, culturele en institutionele context van het nieuwe land (Beeden & De Bruin, 2009). Daarnaast is de lokalisatie van formats wellicht veel beperkter, restrictiever en minder bedoeld dan gewoonlijk wordt beweerd. Het lijkt meer te worden gestuurd door onvermijdelijke factoren dan door de bewuste besluitvorming van producenten (van Keulen & Krijnen, 2013).

Daarnaast is een belangrijke, en onderbelichte, keerzijde dat formats bedoeld zijn om hetzelfde te blijven, ongeacht voor welke culturele markt ze worden gereproduceerd. Afgezien van de manier waarop een format wordt aangepast aan lokale bijzonderheden, moeten de kernideeën en uitstraling hetzelfde blijven (Ganguly, 2019). Formatprogrammering impliceert dat de aantrekkingskracht verder reikt dan de lokale gemeenschappen, want het probeert een nationaal publiek aan te spreken (Moran, 2009c). Volgens Moran (2009a) is het daarom beter om formats als nationaal te zien dan als lokaal in hun culturele adaptatie en aantrekkingskracht. De wereldwijde populariteit van televisieformats berust dan ook op de inhoud met een universele aantrekkingskracht, waarmee kijkers uit verschillende culturele contexten zich kunnen identificeren (Stehling, 2013).

Dit kan gelinkt worden aan de keerzijde van het lokaliseringsproces, namelijk delokalisatie. Dit betekent dat producenten niet alleen voor hun eigen markten produceren, maar ook anticiperen op buitenlandse export. Het houdt in dat lokale elementen vermeden worden om programma's beter toegankelijk te maken voor globale markten (Cuelenaere et al., 2019; Moran, 2009b; Straubhaar, 2007). De culturele bijzonderheden worden geminimaliseerd om de kans op 'cultural discount' te vermijden. Dit verwijst naar een vermindering van de waarde van mediaproducten in de context van cultuur- en regio-overschrijdend gedrag (Chen et al., 2021; Lee, 2008; Walls & McKenzie, 2012). Het publiek in sommige landen of regio's kan zich niet identificeren met een internationaal

product of kan het niet begrijpen door verschillen in culturele achtergrond en structuur, waardoor de waarde op de exportmarkt afneemt (Chen et al., 2021; Hoskins & Mirus, 1988). Dit proces kan echter wel te ver gaan, wat dan resulteert in een te flauwe programmering dat voor geen enkel publiek aantrekkelijk is (Straubhaar, 2007).

Het onderzoek door van Keulen en Krijnen (2013) toont aan dat beslissingen van de producent over kenmerken op het filmisch en narratief niveau worden bepaald door elementen die niet gemakkelijk te veranderen zijn, zoals de geografische locatie en aard van de omroep. De duidelijkste lokaliseringaspecten zijn dus geen bewuste beslissingen van de producenten. Ook de meer latente aspecten van lokalisatie, de culturele normen en waarden, zijn niet het resultaat van bewuste aanpassingen aan de cultuur van het publiek. De lokale producent kan geen diepgewortelde culturele elementen opzettelijk veranderen, alleen omdat hij of zij deel uitmaakt van diezelfde cultuur.

In een andere studie door van Keulen (2016) kwam naar voren dat de elementen uit de filmische laag, zoals kleding en landschappen, het best het lokale uitdrukken in de transnationale industrie. Het zijn vooral kleine, meer oppervlakkige elementen die nationale specificiteit toevoegen om een programma een meer lokaal gevoel te geven (Dhoest en Mertens, 2013). Uit het onderzoek van Dhoest en Mertens (2013) bleek dat culturele specificiteit zich vooral situeert op het niveau van het dagelijkse leven, namelijk: gewone mensen en accenten, kleren en auto's, landschappen en interieurs, waarden en gezond verstand. Deze alledaagse details zijn fundamenteel om culturele geloofwaardigheid te creëren. Het is daarnaast belangrijk om stilistische elementen, zoals montage en geluid, mee te nemen in een analyse om te kijken naar de rol die ze spelen om een programma lokaal te laten lijken (van Keulen, 2016).

2.2.3. Belang van nabijheid

Zoals eerder vermeld, speelt culturele nabijheid een belangrijke rol in de voorkeur van het publiek voor lokale inhoud (Larkey, 2018; Straubhaar, 1991). Volgens de theorie zullen televisieprogramma's in de meeste genres overwegend lokaal geproduceerd worden in plaats van geïmporteerd (Straubhaar, 1991). De term 'cultural proximity' werd geïntroduceerd door Straubhaar en later samen met La Pastina verder ontwikkeld (Suna, 2018). Straubhaar (2003) omschreef het concept als volgt: "the tendency to prefer media products from one's own culture or the most similar possible culture" (p. 85). Het kernidee van cultural proximity werd later nog eens door Straubhaar samen met La Pastina (2005) als volgt beschreven: "audiences will tend to choose to watch television programmes that are closest, most proximate or most directly relevant to them

in cultural and linguistic terms” (p. 273). Het creëren van culturele nabijheid tussen het programma en nationale publiek is een vitaal element in het succes van elke formatadaptatie (Beeden & De Bruin, 2009).

Er zijn enkele belangrijke nuances bij het concept van culturele nabijheid. Als eerste is het niet noodzakelijk een nationaal verschijnsel, aangezien het publiek zich ook aangetrokken kan voelen met de lokale of regionale culturen binnen hun natie, nationale cultuur en transnationale culturele regio's. Op het vlak van televisie is de lokale cultuur zelfs eerder de bron van nabijheid voor de kijkers dan de nationale cultuur (Straubhaar, 2007). Een tweede nuance is dat het niet voor alle markten mogelijk is om nationale producties te maken, omdat ze gewoonweg te duur zijn. Een tweede voorkeur van het publiek gaat dan uit naar televisieprogramma's die geproduceerd zijn binnen vergelijkbare culturen, gewoonlijk binnen een cultuur-linguïstische markt die wordt bepaald door historische, etnische, religieuze, taalkundige, geografische en andere overeenkomsten (La Pastina & Straubhaar, 2005). Een laatste nuance heeft betrekking op het feit dat ondanks de gedeelde culturele kenmerken kunnen helpen met het samenbrengen van het publiek over grenzen heen, het daarom niet altijd winstgevend is. Diezelfde kenmerken kunnen het publiek namelijk ook uit elkaar drijven wanneer ze niet gedeeld worden (Havens, 2020). Daarom richten producenten zich steeds meer op een internationale distributie, waar het belangrijker wordt om een transnationaal publiek te bereiken. De producenten proberen de meer cultureel specifieke verhalen en stijlen universeel te maken. Hierdoor rijzen er vragen over het feit dat ondanks de lokale aanpassing van de programma's, ze toch minder lokaal worden door deze transnationale uitwisseling (van Keulen, 2016).

Hoewel formats opnieuw geproduceerd en aangepast worden aan lokale verwachtingen, worden formatflows minder sterk gestuurd door culturele nabijheid tussen landen, omdat ze in theorie overal naartoe kunnen reizen (Moran, 2008; van Keulen, 2020). Van Keulen (2020) onderzocht hoe formatflows dan wel verklaard konden worden. Naast de organisatie, structuur en geschiedenis van televisie-industrieën, bleken overeenkomsten in productieculturen, mediasystemen en productiebudgetten ofwel 'productienabijheid', te bepalen welke route de formats afleggen. Daarnaast kunnen verschillen tussen diverse formatadaptaties teruggekoppeld worden naar mediasysteefactoren. Zo voorspelt bijvoorbeeld de eigendom, financiering en omvang van de zender de mate van inclusiviteit versus exclusiviteit. Hoe meer publiek een zender heeft en grootschaliger een kanaal is, hoe exclusiever de aanpassing. Formats worden namelijk vaak

gekocht om in prime time uit te zenden en om de juiste kijkers aan te trekken moeten ze passen in het profiel van het kanaal (Jensen, 2012).

Straubhaar (2007) besprak naast culturele nabijheid, ook nog andere vormen van nabijheid. De eerste vorm was 'genre proximity', wat inhoudt dat bepaalde narratieve structuren of manieren van vertellen op zich gemakkelijker zijn om te delen over verschillende culturen (Straubhaar, 2007; van Keulen & Krijnen, 2013). Daarnaast kunnen ook bepaalde thema's en kwesties kijkers aanspreken over culturen heen, wat hij 'thematic proximity' noemde. Een laatste vorm is 'value proximity', waarbij bepaalde gedeelde waarden ervoor kunnen zorgen dat er een aantrekkingskracht is over culturen heen (Straubhaar 2007).

Bovendien speelt esthetische nabijheid een belangrijke rol bij formatlokalisatie. Volgens van Keulen (2016) is esthetiek een belangrijk, maar onderbelicht, aspect dat bijdraagt aan de culturele specificiteit van tv-programma's en gevoelens van nabijheid. Wanneer formats grenzen overschrijden en een nieuw publiek proberen te bereiken, moet hun stijl ook gelokaliseerd zijn. De stijl wordt tijdens de productie beïnvloed door cultureel bepaalde smaken en professionele normen. Sommige factoren die van invloed zijn op de stijl liggen vast en zijn onvermijdelijk, bijvoorbeeld door de formatbijbel of door de geografie. Andere stijlverschillen kunnen verklaard worden door contextuele productiefactoren, zoals de identiteit van de omroep, het doelpubliek en het productiebudget.

Het lokale-globale denken blijft hardnekkig in onderzoek, ongeacht het feit dat het lokalisatie-globalisatie debat al vaak bekritiseerd is voor de impasse die het creëert (Havens, 2020; Keulen & Krijnen, 2013; van Keulen et al., 2020). Ondanks de interacties tussen de lokale en globale dimensies, is het onderscheid tussen globaal en lokaal ontoereikend. Doordat de termen onduidelijk zijn, vragen ze om voortdurende reflectie en ondervraging (Moran, 2008; Straubhaar, 2007). De lokalisatie-globalisatie dichotomie moet daarom proberen overstegen te worden door gebruik te maken van andere begrippen die beide aspecten bevatten.

2.2.4. Pogingen om de lokaal-globaal dichotomie te overstijgen

Het debat over de globalisering van televisie is verschoven naar een debat over de transnationalisering van televisieproductie (van Keulen et al., 2020). Het gebruik van het concept 'transnationalisering' is een poging om de dichotomie tussen globaal en lokaal te doorbreken (Kuipers 2011; van Keulen et al., 2020). Transnationale televisie kan gedefinieerd worden als "television which in its technology, ownership, programme distribution and audiences operates

across the boundaries of nation-states and language communities” (Barker, 1999, p. 45). Het begrip ‘transnationaal’ wordt dus gebruikt om te suggereren dat een goed, dienst of bedrijf zich aanpast als het grenzen overschrijdt en zowel lokale als globale elementen bevat. Het impliceert dus meer complexe relaties tussen het globale en het lokale, die uitvoerig worden aangetoond door onderzoek naar televisieformats, want een tv-format bevat zowel regels die globaal zijn in hun reikwijdte als wijzigingen die eerder lokaal van aard zijn (Chalaby, 2016b; van Keulen et al., 2020). De term markeert ook de intensivering van de banden tussen nationale industrieën en multinationale conglomeraten. In het transnationale systeem steken verschillende elementen de grenzen over op diverse manieren, waaronder kennis, praktijken, creatieve ideeën, financiële middelen en personeel (van Keulen, 2016). Het is dus beter om tv-formats te zien als transnationaal of grensoverschrijdend, dan als globaal in hun commerciële verspreiding (Moran, 2009c). Ondanks het gebruik van de term blijft de dichotomie tussen globaal en lokaal ons begrip bepalen (Havens, 2020).

Ook Stehling (2013) wil zowel de dichotomie als de veronderstelde tegenstelling tussen het globale en het lokale overwinnen, juist omdat hun gelijktijdige en overkoepelende dynamiek belangrijk is. Daarom wordt voorgesteld om lokalisatie op te vatten als ‘translokalisatie’, want dit legt de nadruk op de onderhandelingspraktijken tussen het lokale en het globale zonder een conflictueuze relatie tussen beide te reproduceren. Het geeft aan dat globalisering net als lokalisering geïntegreerde processen zijn waardoor het ‘lokale’ verandert (Keinonen, 2016; Stehling, 2013). Stehling (2013) gebruikt de term ‘translokaal’ om televisieformats te beschrijven als hybride producten die tegelijkertijd als conceptidee door landen en culturele contexten reizen en lokaal aangepast zijn aan een specifieke context. Er is namelijk een erkenning nodig dat alle hedendaagse culturen tot op zekere hoogte hybride zijn om de lokale-globale interacties te begrijpen (Kraidy, 1999). De ‘hybriditeitstheorie’ stelt dat de geïmporteerde culturen worden geïntegreerd in de inheemse cultuur. De oorspronkelijke cultuur wordt dus niet volledig vervangen, zoals de ‘Cultural Imperialism Thesis’ beweerde (Havens, 2020). Kraidy (1999) stelt een conceptualisering van hybriditeit als ‘glokalisatie’ voor, op het kruispunt van globalisering en lokalisering, want zaken die voorheen geconceptualiseerd werden als ‘lokaal’ en ‘globaal’, zijn al lang gehybridiseerd.

In de hedendaagse globale televisie-industrie is dus te zien dat globaliserende en lokaliserende tendensen van televisie langzaamaan geharmoniseerd zijn (Havens, 2020). Nationale en transnationale velden doorkruisen elkaar steeds meer. Nationale velden behouden hun eigen dynamiek en relatieve autonomie, zelfs wanneer ze zich in een transnationale omgeving bevinden

(Kuipers, 2011). Nu de dynamiek tussen globaal en lokaal besproken is, moet er nog een laatste deel van de onderzoeksvraag besproken worden, namelijk de specifieke context die onderzocht wordt. Er wordt gefocust op formatadaptaties binnen de Vlaamse en Nederlandse context, omdat er in deze regio's een opmerkelijke dynamiek is.

2.3. Context Vlaanderen – Nederland

Nederland en Vlaanderen tellen samen slechts 23 miljoen inwoners, waarbij ook de televisiemarkten als klein gezien worden en de Vlaamse markt een nog kleinere doelgroep aanspreekt. Deze context is interessant om te onderzoeken, niet alleen omdat de regio's naburig zijn, maar ook omdat ze eenzelfde taal spreken, al spreken ze die elk iets anders uit. Daarnaast delen ze een groot deel van hun geschiedenis, wat de regio's nog meer cultureel nabij maakt (Cuelenaere et al., 2016; Cuelenaere, 2020b; Cuelenaere, 2020c; Dhoest, 2013; van Keulen, 2020). Beide regio's hebben een goed ontwikkelde lokale productiesector en hebben beide ook een sterke publieke omroepgeschiedenis. Vandaag hebben zowel Nederland als Vlaanderen een dual of gedemonopoliseerd omroepbestel (Servaes & Heinsman, 1992; van Keulen, 2020). Het is relevant om wat dieper in te gaan op de omroepgeschiedenis om zo beter de huidige toestand en dynamiek te kunnen begrijpen.

2.3.1. Omroepgeschiedenis

In Nederland waren de eerste televisie-uitzendingen te zien in 1951 (Biltereyst, 1997; Hooghe, 2009). De publieke omroep in Nederland heeft een vrij complex systeem. Het omvat namelijk drie kanalen, Nederland 1, 2 en 3, en deze zijn allemaal onderdeel van NOS (Iosifidis et al., 2005). De NOS ontstond door de Nederlandse Omroepwet van 1967 waarin omroepen werden verplicht om samen te werken. Het publieke omroep monopolie kwam in 1989 onder druk met de eerste uitzending van een commerciële zender, namelijk RTL-Véronique. Na een paar maanden werd een akkoord gesloten met Joop van den Ende, omdat de zender te weinig materiaal had om uit te zenden. Vanaf dan ging de zender verder onder de naam RTL4 (Iosifidis et al., 2005; Nagel, 2006; Servaes & Heinsman, 1992). Deze commerciële zender kon zich al snel marktleider noemen door het grote publiek dat ze aantrok (Servaes & Heinsman, 1992).

In België werd televisie in een vrij gelijkaardige periode geïntroduceerd, namelijk in 1953 (Biltereyst, 1997; Hooghe, 2009). Net zoals in Nederland, werd de Belgische televisiemarkt tot de tweede helft van de jaren tachtig gedomineerd door een monopolie van de publieke omroep. Het ontstaan van deze publieke omroep ging door verschillende fasen. Het begin kan gesitueerd worden in 1930

waar de bestaande commerciële radio-omroepen werden vervangen door een enkele nationale publieke omroeporganisatie, namelijk de NIR/INR (Biltereyst, 1997). Dertig jaar na de goedkeuring van de eerste omroepwet, in 1960, werd een nieuwe definitieve omroepwet aangenomen. Door de grote drang naar cultuurautonomie werd de nationale NIR/INR opgesplitst in twee autonome uitzendinstituten, namelijk de Vlaamse BRT en de Waalse RTB (Biltereyst, 1997; Goossens, 1998). Gedurende de jaren zeventig en tachtig kende het marktaandeel van de BRT een grote daling. Dit komt doordat de Vlamingen massaal naar de Nederlandse zenders keken. Dit heeft een aantal redenen zoals het feit dat dit technisch makkelijker werd en dat Nederland al eerder in kleur uitzond, maar de voornaamste reden was dat het Vlaamse publiek werd aangetrokken door de meer commerciële programmeringsstijl van de Nederlandse omroepen (Biltereyst, 1997; Hooghe, 2009).

Sinds de komst van de commerciële omroep zijn Vlamingen minder aangetrokken door de Nederlandse zenders en kijken ze meer naar de Vlaamse zenders (Biltereyst, 1997; Goossens, 1998; Hooghe, 2009). In oktober 1987 werd de Vlaamse Televisie Maatschappij (VTM) opgericht en op 1 februari 1989 begon de commerciële zender met uitzenden. Voor deze introductie van binnenlandse commerciële concurrentie spendeerde ongeveer 25 procent van de kijktijd van de Vlamingen aan Nederlandse omroepen. Na de intrede van VTM, die al snel marktleider werd, kwam het marktaandeel van de Nederlandse omroepen nauwelijks boven de 5 procent uit (Goossens, 1998).

2.3.2. Opmerkelijke dynamiek tussen Nederland en Vlaanderen

In beide regio's werd dus in 1989 het publieke omroepmonopolie doorbroken door de komst van de zenders VTM en RTL4. Deze commerciële zenders hebben beide grote aantallen kijkcijfers en maken grote winsten (Servaes & Heinsman, 1992). Het format dat in dit onderzoek geanalyseerd wordt, wordt ook op deze zenders uitgezonden. Het Vlaamse *Blind Getrouwd* wordt uitgezonden op VTM en geproduceerd door PIT, het interne productiehuis van de zender ("Blind getrouwd", 2023). In Nederland wordt *Married at First Sight* uitgezonden op RTL 4 en geproduceerd door ITV Studios ("Married at first sight", 2023). De Nederlandse productiesector wordt gedomineerd door internationale groepen, terwijl er in Vlaanderen meer lokale bedrijven actief zijn (van Keulen, 2020). Deze tendens zien we dus ook terugkomen in deze specifieke case, waar de Nederlandse versie geproduceerd wordt door een internationaal bedrijf en de Vlaamse door een lokaal.

Dit is een eerste verschil tussen beide markten, een ander verschil is dat Nederland na het Verenigd Koninkrijk en de Verenigde Staten de grootste ontwikkelaar en exporteur van formats is (Chalaby, 2017; van Keulen, 2020). In Nederland zijn een paar van de meest geadapteerde formats

ontstaan, zoals *Big Brother* en *The Voice*. Vlaanderen heeft ook een aantal programma-ideeën die internationaal geadapteerd zijn, zoals *De Mol*, maar toch kan Vlaanderen eerder gezien worden als een importeur van formats (van Keulen, 2020). Daarnaast zijn er de afgelopen jaren ook een paar succesvolle televisieprogramma's samen geproduceerd, zoals *Love Island Nederland & België*. Ondanks het succes van coproducties, adapteren Vlaanderen en Nederland vaak elkaars televisieformats. Beide regio's vormen belangrijke bronnen voor elkaar in het leveren van formats. Voor Nederland is België de tweede belangrijkste leverancier na het Verenigd Koninkrijk. Voor Vlaamse zenders is Nederland zelfs de grootste bron voor formats (van Keulen, 2020).

Door de gelijkenissen tussen Vlaanderen en Nederland, zoals de taal, wordt er verwacht dat de culturele nabijheid groot is en dat er dus naar elkaar programma's wordt gekeken, maar zoals eerder aangehaald is dit niet langer het geval. Sinds de jaren negentig zijn beide markten grotendeels gescheiden en reizen tv-programma's niet goed of vaak (Cuelenaere, 2020c; Dhoest, 2013; Dhoest & Mertens, 2013; van Keulen, 2020). Deze tendens is te verklaren door meerdere oorzaken. Enerzijds komt dit door de intrede van commerciële zenders, anderzijds kan dit gelinkt worden aan een bredere culturele evolutie die sinds de jaren negentig plaatsvindt, waarbij de interregionale contacten tussen Nederland en Vlaanderen aanzienlijk verminderd zijn (Cuelenaere, 2020b; Cuelenaere, 2020c; Hooghe, 2009). Er is dus een culturele afstand tussen Vlaanderen en Nederland, die ook toegeschreven kan worden aan religieuze en historische verschillen (Dhoest, 2013; Droste, 1993; Hofstede, 1991). Deze wederzijdse desinteresse of onverschilligheid heeft als gevolg dat er steeds minder culturele artefacten uitgewisseld worden, waaronder dus ook televisie (Cajot, 2012; Cuelenaere, 2020b; Cuelenaere, 2020c). Door deze opmerkelijke dynamiek tussen Vlaanderen en Nederland, is de context interessant om de formathandel te onderzoeken (van Keulen, 2020). Daarom focust dit onderzoek zich op hoe een Vlaamse adaptatie van een format verschilt van een Nederlandse adaptatie in termen van gelokaliseerde elementen.

3. METHODOLOGIE

Verskillende academici beweren dat een vergelijkende analyse van verschillende versies van hetzelfde format de beste manier is om tv-formats en hun adaptaties te begrijpen (Boisvert & Bélanger, 2019; Moran, 2009b). Door twee versies van eenzelfde televisieformat tekstueel te vergelijken in termen van hun gelokaliseerde elementen, kan de mate van lokalisatie in de formatadaptatie onderzocht worden (van Keulen & Krijnen, 2013). Zo ging ook Moran (2009b) ervan uit dat als je de overeenkomsten en verschillen in het lokaliseringsproces wil begrijpen, het essentieel is om de tekstuele elementen in televisieformats te onderzoeken (Cuelenaere, 2021). Deze lokaliseringspraktijken zitten namelijk ook vervat in impliciete patronen, waardoor het een geschikte methode is (Bossuyt & Joye, 2023; Cuelenaere et al., 2019).

Er wordt niet alleen een tekstuele analyse uitgevoerd, want enkele onderzoekers (Bignell, 2013; Straubhaar, 2007) benadrukken het belang van 'mix method' en multidisciplinair onderzoek binnen de discipline van televisiestudies (Azpeitia Iruretagoiena, 2020). Om het fenomeen van lokalisatie in formatadaptaties te onderzoeken is er volgens Van Keulen en Krijnen (2013) een nood aan onderzoek van lokale productieteams, om zo meer inzicht te krijgen in hun intenties en gedachten over de lokalisatie van het format. Daarom wordt de vergelijkende tekstuele analyse gecombineerd met expertinterviews. De productie van formats is een vrij gesloten gebied, waardoor expertinterviews helpen in het genereren van kennis vanuit de verklaringen van mensen die betrokken zijn bij de productie van het programma (Suna, 2018).

In dit onderzoek zullen twee versies van het format *Married at First Sight* vergeleken worden, met als onderzoeksvraag: Hoe verschilt de Vlaamse adaptatie *Blind Getrouwd* van het Nederlandse *Married at First Sight* in termen van gelokaliseerde elementen van het format? Het Vlaamse *Blind Getrouwd* en het Nederlandse *Married at First Sight* zijn beide adaptaties van het Deense format *Gift Ved Første Blik* dat voor het eerst werd uitgezonden in 2013. De televisierechten voor dit format zijn verkocht aan een aantal, voornamelijk westerse regio's, waaronder Groot-Brittannië, maar ook Nederland en Vlaanderen. Het uitgangspunt van dit format is dat vrijgezellen de kans krijgen om met een partner te trouwen zonder elkaar eerst te ontmoeten. Experts maken deze matches op basis van persoonlijkheidstests en interviews. Op de eigenlijke huwelijksdag ontmoeten de bruid en bruidegom elkaar voor het eerst voor het altaar en trouwen ze meteen. Na het vieren van de bruiloft met alle bijhorende rituelen, vertrekken de koppels op huwelijksreis. Bij thuiskomst gaat elk koppel zes weken samenwonen en leren ze elkaar steeds beter kennen. Op het einde van het programma volgt het beslissingsmoment waarin de deelnemende koppels geconfronteerd worden

met de keuze of ze al dan niet getrouwd willen blijven (McKenzie & Dales, 2017; O'Brien & Nicholls, 2021).

Er is gekozen voor dit format omdat het één van de populaire formats is dat vandaag op televisie te zien is. Beide versies haalden hoge kijkcijfers in hun recentste seizoen. In België keken er maar liefst 788 853 mensen naar de eerste aflevering van *Blind Getrouwd* en in Nederland waren er zelfs 1 974 000 kijkers voor de eerste aflevering. Deze kijkcijfers zijn inclusief het uitgesteld kijken tot een week na uitzending (CIM TV, 2023; Stichting KijkOnderzoek, 2023). Het format betreft daarnaast een sociaal experiment waarin vreemden aan elkaar gekoppeld worden om blind te trouwen. Academics beschrijven het huwelijk in westerse contexten als een cultureel ideaal, waardoor dit format diepgewortelde culturele normen en verwachtingen raakt met betrekking tot romantiek en relaties (McKenzie & Dales, 2017; Quinn, 1996). Door de lokaliseringsaspecten van dit format te analyseren, kan er ook een dieper inzicht verkregen worden in hoe culturele ideeën zich aanpassen aan verschillende contexten.

Om de onderzoeksvraag te kunnen beantwoorden, wordt er gebruikgemaakt van twee verschillende methodes om zo inzichten uit beide te kunnen combineren en zo een diepgaander en vollediger resultaat te verkrijgen. Deze methodes worden in volgend deel uitgebreid toegelicht, waarna de concrete manier van dataverzameling en -analyse wordt besproken. Dit onderdeel eindigt met de specifieke parameters die onderzocht zullen worden.

3.1. Methodes

3.1.1. Kwalitatieve tekstuele analyse

De eerste methode die gebruikt zal worden om het format te analyseren, is een kwalitatieve tekstuele analyse. Deze methode helpt onderzoekers met het verzamelen van informatie over hoe individuen in bepaalde contexten de wereld om zich heen interpreteren (McKee, 2003; Smith, 2017). Hiervoor probeert de methode greep te krijgen op de verschillende structurele en formele lagen van een tekst en hun rol te begrijpen in het proces van betekenisgeving en representatie (Dhaenens & Van Bauwel, 2023). Zoals elke analyse, onderzoekt een tekstuele analyse een gegeven object, één of meerdere teksten, om zo nauwkeurig en systematisch mogelijk specifieke onderzoeksvragen te beantwoorden (Larsen, 2012). De methode is daarom ook geschikt voor het opmaken van een analyse van televisieprogramma's, want een 'tekst' omvat namelijk meer dan enkel documenten of geschreven woorden (Dhaenens & Van Bauwel, 2023; McKee, 2003).

De analyse richt zich naast de manifeste inhoud, ook op de onderliggende ideologische en culturele veronderstellingen van de tekst (Fürsich, 2009). Tekstuele analyses zijn meestal interpretatief, met als doel de latente betekenissen te begrijpen. Daarnaast stelt het onderzoekers in staat om impliciete patronen, aannames en weglatingen of stiltes van een tekst te onderscheiden (Baxter, 2020; Fürsich, 2009; Larsen, 2002; Van Damme, 2010). Eerder onderzoek naar lokaliseringspraktijken heeft namelijk al aangetoond dat lokalisering ook vervat zit in meer impliciete aanpassingen (Bossuyt & Joye, 2023; Cuelenaere et al., 2019). Door deze 'onzichtbaarheid' van de aangepaste elementen, is een tekstuele analyse een geschikte methode voor dit onderzoek (Bossuyt & Joye, 2023).

De benadering erkent de verschillende manieren waarop een tekst kan worden geïnterpreteerd (McKee, 2003; Smith, 2017). Teksten bevatten niet één objectieve waarheid, maar zijn eerder ambigu en open. De tekst kan verschillend geïnterpreteerd worden, afhankelijk van hoe, wanneer, waar en door wie deze gelezen wordt. Daarom moeten de mogelijke interpretaties en tendensen van een tekst ontrafeld worden (Baxter, 2020; Dhaenens & Van Bauwel, 2023; Van Damme & Van Bauwel, 2013). Deze analyse is maar één mogelijke interpretatie, al is het wel van belang om te zoeken naar de meest waarschijnlijke interpretatie (Creeber, 2006; Dhaenens & Van Bauwel, 2023; McKee, 2003).

De meest voorkomende kritiek op de kwalitatieve tekstuele analyse is dat het objectiviteit mist (Baxter, 2020; Smith, 2017). Deze kritiek hoeft echter geen probleem te vormen, aangezien het doel van de analyse niet is om hypotheses te bevestigen of ontkrachten, maar om een breder inzicht te krijgen in het onderwerp in de specifieke context (McKee, 2003). Daarnaast zijn er in de analyse zelf vaak beschuldigingen van vooringenomenheid van de onderzoeker. Deze beperking kan worden vermeden door een onderzoeksvraag als leidraad te gebruiken in de analyse. Deze is namelijk gegrond in relevante literatuur en wordt in dialoog geplaatst met voorafgaand onderzoek. Hierdoor kan de argumentatie goed onderbouwd worden en wordt nauwkeurigheid behouden (Smith, 2017).

De methode kent een grote flexibiliteit, wat een nadeel kan zijn (Dhaenens & Van Bauwel, 2023). Doordat de methodologie slecht gedefinieerd is en er geen strikte onderzoeksprincipes worden gevolgd, wordt er geen vast analytisch kader geboden (Dhaenens & Van Bauwel, 2023; Macnamara, 2005). Er bestaan dus verschillende manieren om programma's te analyseren. Het doel is niet om de bevindingen te generaliseren, waardoor dit geen probleem vormt. Echter, er is

een beperking doordat de analyse slechts door één persoon wordt uitgevoerd, wat betekent dat er geen herhaling is van de gevonden resultaten (Macnamara, 2005).

Zolang onderzoekers zich bewust zijn van deze beperkingen, levert de tekstuele analyse een specifieke en unieke bijdrage aan mediaonderzoek (Fürsich, 2009). Door het accepteren van deze beperkingen, zijn zelfreflexiviteit en transparantie geïntroduceerd, wat elke methodologie nodig heeft om kritisch respect te krijgen (Creeber, 2006).

3.1.2. Expertinterviews

Televisiestudies worden gedomineerd door tekstuele analyses. Meer specifiek maken studies over formats hier vaak gebruik van om een adaptatie van een format te onderzoeken (Bignell & Woods, 2022; Keinonen, 2016). Er zijn al een aantal studies uitgevoerd, die vergelijkbare mediaproducten uit verschillende contexten met elkaar vergelijken, maar dit type onderzoek naar aanpassingen kijkt slechts naar één deel van het proces. Zo'n analyse houdt geen rekening met andere belangrijke elementen zoals productieroutines en -waarden, maar ook niet met de structuren en mensen die een invloed hebben op het adaptatieproces (Keinonen, 2016; Perrotta, 2010). Daarom is het aangeraden om verschillende methodes te gebruiken, bijvoorbeeld interviews met mensen uit de industrie (Keinonen, 2016). Om deze beperking tegen te gaan, wordt er nog een tweede methode gebruikt, namelijk expertinterviews met makers van de programma's.

Een expertinterview is een methode voor kwalitatief empirisch onderzoek dat gericht is op het verkennen of verzamelen van expertkennis in een specifiek interessegebied (Döringer, 2021; Meuser & Nagel, 2009). De methode is aanzienlijk ontwikkeld sinds de vroege jaren negentig en is een legitieme methode voor onderzoek (Bogner et al., 2009; Meuser & Nagel, 2009). Een interview met een expert is een kwalitatief semigestructureerd of open interview dat gebaseerd is op een topicguide met als focus de kennis van de expert. Deze bijzonder exclusieve, gedetailleerde of uitgebreide kennis kan breed gekarakteriseerd worden als specifieke kennis in een bepaald werkterrein (Döringer, 2021; Meuser & Nagel, 2009; Pfadenhauer, 2009; Van Audenhove & Donders, 2019). De expert kan deze specifieke kennis verkrijgen vanuit verschillende processen. Het kan het resultaat zijn van ervaring, onderwijs of wetenschap, maar het kan ook verkregen worden door de verantwoordelijkheid of macht die de persoon heeft, of door een speciale positie in bepaalde processen of in een groep (Van Audenhove & Donders, 2019).

Een expertinterview is een data genererend instrument en moet, zoals andere methoden voor gegevensverzameling, een zorgvuldige validatie en solide theoretische basis hebben (Bogner et

al., 2009; Pfadenhauer, 2009). Het proces wordt begeleid door theorie om zo data van een expert te verzamelen. Daarnaast gaat literatuur over interviews ervan uit dat deze exclusieve kennis op een min of meer neutrale manier verkregen kan worden. Ook is er een aanname dat de expert zeker is van zijn of haar kennis en meningen (Van Audenhove & Donders, 2019).

Er bestaat niet zoiets als 'het' expertinterview, want er zijn verschillende varianten, namelijk het verkennend, systematische en theorie-genererende expertinterview (Bogner et al., 2009; Bogner & Menz, 2009). Dit onderzoek zal gebruikmaken van het systematische expertinterview, want het is gericht op het verkrijgen van toegang tot exclusieve informatie waarover de expert beschikt waarbij de focus ligt op actie- en ervaringskennis dat is afgeleid vanuit de praktijk. De expert licht in dit soort interview de onderzoeker in over objectieve zaken, waarbij hij of zij een soort gids wordt over de gespecialiseerde kennis die niet beschikbaar is voor de onderzoeker. Door een vrij uitgebreide topiclijst te gebruiken kan de onderzoeker toegang krijgen tot deze informatie (Bogner & Menz, 2009).

Een goede selectie van respondenten is hierbij cruciaal om valide en betrouwbare interviewgegevens te verkrijgen, maar degene die al dan niet als expert geïdentificeerd wordt, hangt af van het oordeel van de onderzoeker (Beyers et al., 2014; Meuser & Nagel, 2009). Bogner en Menz (2009) omschreven een expert als "a person who disposes of, or is believed to dispose of, particular competences, and who consequently has a social status, or exercises a function, which places him/her in a position where she or he may be able to gain general acceptance for his or her action orientations and situation definitions" (p. 72). In wetenschappelijk onderzoek wordt een individu gezien als een expert, wanneer de onderzoeker aanneemt dat hij of zij over kennis beschikt die voor niemand toegankelijk is op het bestudeerde gebied (Meuser & Nagel, 2009). Niet alleen de exclusieve kennis is kenmerkend voor een expert, maar ook de verantwoordelijkheid voor het leveren van mogelijke probleemoplossingen maakt van iemand een expert (Pfadenhauer, 2009). Deze experts zijn echter niet het object van dit onderzoek, maar fungeren als informanten die informatie verschaffen over het werkelijke onderwerp dat onderzocht wordt (Bogner & Menz, 2009).

Het expertinterview is dus een goed instrument om ongecodeerde deskundige kennis te genereren, aangezien het onderzoekers in staat stelt om meer controle te hebben over dimensies die centraal staan in een vergelijkend onderzoek (Dorussen et al., 2005; Van Audenhove & Donders, 2019). Daarnaast biedt het onderzoekers ook een effectieve manier om snel goede resultaten te verkrijgen (Bogner et al., 2009). Al is het tijdsverloop tussen het interview en het onderwerp van de bevraging

wel één van de zaken die overwogen moet worden, want het geheugen van de ondervraagde kan de betrouwbaarheid en nauwkeurigheid van de antwoorden verstoren (Beyers et al., 2014). Om deze tijdsperiode zo klein mogelijk te houden, wordt er gekozen voor de recentste seizoenen van het format. Het is daarnaast een methode die veel voorwaarden stelt voor het genereren van gegevens en is daarom zeer tijdsintensief. Hierdoor is het gebruik ervan enkel zinvol bij het genereren van kennis die anders moeilijk te bereiken is (Pfadenhauer, 2009; Van Audenhove & Donders, 2019). Wanneer ze enkel voor die gevallen gebruikt wordt en dan goed voorbereid en uitgevoerd wordt, kunnen de interviews met experts resulteren in valide en betrouwbare metingen (Beyers et al., 2014). In dit onderzoek worden de expertinterviews enkel gebruikt om de inzichten uit de tekstuele analyse aan te vullen en zo diepere inzichten te verkrijgen, waardoor dit geen probleem vormt.

3.2. Dataverzameling en -analyse

Het onderzoeksmateriaal bestaat uit de Vlaamse versie *Blind Getrouwd* (hierna BG genoemd) en de Nederlandse versie *Married at First Sight* (hierna MAFS genoemd). Er is gekozen voor deze specifieke context door zijn paradoxale situatie, waarbij beide regio's beide vrij cultureel nabij zijn, maar toch elk hun eigen versies van het format maken (van Keulen, 2020; Cuelenaere, 2020c). Televisiestudies worden gedomineerd door onderzoeken over Engelstalige programma's, waardoor de Vlaams-Nederlandse context nog niet vaak uitvoerig besproken werd (Bignell & Woods, 2022; Cuelenaere et al., 2019). Onderzoek over formats in de context van de Lage Landen is dus beperkt, waardoor dit onderzoek hier een bijdrage aan levert (Bossuyt & Joye, 2023).

Concreet worden de seizoenen die in 2023 werden uitgezonden geanalyseerd. Dit is zowel in Nederland als in Vlaanderen het achtste seizoen. Het Nederlandse seizoen telt 21 afleveringen, die elk ongeveer een uur duren en het Vlaamse seizoen telt 12 afleveringen, die variëren tussen 50 en 75 minuten. Er is bewust gekozen voor de recentste seizoenen, aangezien het geheugen van de geïnterviewde experts een rol speelt in de betrouwbaarheid en nauwkeurigheid van het onderzoek (Beyers et al., 2014). Door deze seizoenen te analyseren, kunnen de experts zich hierover meer herinneren en is er ook minder verwarring met oudere seizoenen.

De opzet van dit onderzoek bestaat erin om sleutelafleveringen van de seizoenen van BG en MAFS te onderzoeken naar de gelocaliseerde elementen. Doordat niet alle afleveringen in detail geanalyseerd kunnen worden, worden er afleveringen gekozen aan de hand van sleutelmomenten, wat in dit format de introductie van de kandidaten, de bruiloft, de huwelijksreis, het samenwonen,

het koppelsweekend en het finale oordeel zijn. Doordat bij MAFS de verhaallijnen van alle deelnemers niet gelijktijdig verlopen, worden de sleutelmomenten bepaald aan de hand van het eerste koppel dat het volledige experiment doorloopt. Voor BG worden de afleveringen gekozen aan de hand van het koppel 'Jolien en Brecht' en worden specifiek afleveringen 1, 3, 4, 7, 9 en 12 geanalyseerd. Bij MAFS worden de sleutelmomenten van 'Wilfred en François' gevolgd en worden concreet afleveringen 1, 2, 3, 4, 5, 10, 19 en 20 geanalyseerd.

3.2.1. Tekstuele analyse

Het eigenlijke onderzoek start met het uitvoeren van de tekstuele analyse van beide versies. Hierbij is de eerste stap om de series voor een eerste keer te bekijken en de belangrijkste kenmerken te beschrijven, zoals de verhaallijnen, om zo een greep te krijgen op het studieobject (Dhaenens & Van Bauwel, 2023). Hierna worden de sleutelafleveringen opgedeeld in verschillende sequenties. Dit zijn betekenisvolle onderdelen waarin een "afgeronde gebeurtenis plaatsvindt en dat je voor analysedoeleinden duidelijk kunt afbakenen" (Cuelenaere et al., 2018; Van Kempen, 1995, p. 131). Door een sequentieoverzicht te maken, kan de structuur van de afleveringen ontrafeld worden. Hierna kan het onderzoek voortgezet worden met een diepgaande analyse van bepaalde sequenties (Dhaenens & Van Bauwel, 2023).

Er werden in totaal 56 sequenties geselecteerd waarin de gelocaliseerde elementen in de formatadaptaties naar voor komen. Deze sequenties worden verder onderzocht op basis van de geselecteerde parameters (zie 3.3 Parameters). Dit gebeurt aan de hand van tabellen waarin de parameters per sequentie worden beschreven. Daarnaast wordt er ook ruimte gelaten om de ideologische betekenissen van de sequenties te interpreteren (Dhaenens & Van Bauwel, 2023). Er wordt een open coderingssysteem toegepast, waardoor er tijdens de analyse nieuwe codes kunnen ontstaan (Van Damme & Van Bauwel, 2012). Als laatste stap worden de resultaten gerapporteerd om de onderzoeksvraag te beantwoorden. De analyses produceren vaak meer data dan nodig, dus is het belangrijk om alleen de relevante resultaten te bespreken (Dhaenens & Van Bauwel, 2023).

3.2.2. Expertinterviews

Na het uitvoeren van de tekstuele analyse, volgt de tweede methode, namelijk het afnemen van expertinterviews. De personen die in dit onderzoek geïnterviewd worden, kunnen als experts gezien worden door hun specifieke rol in de productie van het format. Meer specifiek wordt een producer van het Vlaamse BG en een eindredacteur van het Nederlandse MAFS geïnterviewd over

het adapteren van het format naar hun lokale context. Er zijn nog andere producers en redacteurs gecontacteerd met de vraag voor een interview, maar hier kwam steeds geen reactie op.

Er zijn verschillende stappen in het voorbereiden en uitvoeren van expertinterviews (Van Audenhove & Donders, 2019). De eerste stap is om deze interviews voor te bereiden met het uitvoeren van een literatuurstudie om zo een theoretische basis te verkrijgen (zie 2. Literatuurstudie). Hierna kan een topiclijst opgesteld worden en kunnen er eventueel enkele vragen voorbereid worden (zie 7.5. Vragenlijst). Het is belangrijk om tijdens het interview deze topiclijst niet af te dwingen op de expert, want het interview moet meer aanvoelen als een gesprek waarbij experts vrij kunnen spreken. De volgende stap is om de nodige experts te identificeren, waarbij de 'snowballing' techniek gebruikt wordt (Van Audenhove & Donders, 2019). Dit houdt in dat wanneer je één expert kent en geïnterviewd hebt, die persoon je de namen kan geven van andere mogelijke experts in het vakgebied (Suna, 2018; Van Audenhove & Donders, 2019). Hierna kunnen de andere geïdentificeerde experts gecontacteerd worden, waarbij het belangrijk is om 'informed consent' te verkrijgen. Dit betekent dat de respondent geïnformeerd is over en toestemt aan alle aspecten van het interview en hoe de gegevens verwerkt zullen worden (Van Audenhove & Donders, 2019). Het is hierbij dus belangrijk om transparant te zijn en de respondenten informatie te geven over de aard van het onderzoek, hoelang het interview zal duren, hoe gegevens worden gebruikt, waar de resultaten worden verspreid en of de informatie al dan niet anoniem verwerkt zal worden (Harvey, 2011) (zie 7.6. Informed Consent).

Wanneer deze geïnformeerde toestemming verkregen is, kan het eigenlijke interview afgenomen worden waarbij het belangrijk is om goed voorbereid te zijn. Het interview start met meer algemene en neutrale vragen om dan langzaam naar de meer kritische vragen (Van Audenhove & Donders, 2019). De interviews worden opgenomen, zodat er niet geconcentreerd moet worden op het noteren van de inzichten, maar alle aandacht kan gaan naar het afnemen van de interviews (Harvey, 2011). Ook is het opnemen belangrijk om het interview te kunnen transcriberen wanneer ze afgenomen zijn. Doordat er gebruikgemaakt wordt van systematische expertinterviews, is het belangrijk hoe zaken gezegd en geformuleerd werden, waardoor een volledige en gedetailleerde transcriptie nodig is. Hierna kan de data geanalyseerd worden met behulp van een thematische analyse, om tot slot de gevonden inzichten aan te vullen bij de resultaten uit de tekstuele analyse (Van Audenhove & Donders, 2019).

Een thematische analyse is een methode om patronen te identificeren, analyseren en rapporteren in data (Braun & Clarke, 2006). Het is een beschrijvende methode die gegevens op een flexibele

manier reduceert en kan gebruikt worden bij verschillende theoretische kaders (Braun & Clarke, 2006; Castleberry & Nolen, 2018; Herzog et al., 2019). Aan de basis ligt het coderen, wat een geleidelijke ontwikkeling is van labels en hun toepassing op de segmenten van potentieel relevante gegevens (Herzog et al., 2019). Het houdt in dat overeenkomsten en verschillen in gegevens geïdentificeerd worden (Castleberry & Nolen, 2018). In dit onderzoek worden gegevens op een deductieve, theoretische manier geanalyseerd, aangezien er vertrokken wordt vanuit de onderzoeksvraag en resultaten die gevonden werden in de tekstuele analyse (Braun & Clarke, 2006).

Braun en Clarke (2006) beschreven zes fasen om een thematische analyse uit te voeren. De eerste stap is om jezelf vertrouwd te maken met de gegevens. De hele dataset moet gelezen en actief geanalyseerd worden door te zoeken naar betekenispatronen. Dit gebeurt tijdens het transcriberen van de interviewgegevens, want hier verdiept de onderzoeker zich in de inhoud. Wanneer er ook een initiële lijst is opgesteld met ideeën over interessante data, begint de tweede fase, namelijk het genereren van initiële codes. Dit zijn labels die toepast kunnen worden op segmenten van gegevens die relevant zijn in de context van de onderzoeksvraag. Wanneer de dataset gecodeerd is, resulteert dit in een lange lijst met diverse codes. Hierna start fase drie waarin de verschillende codes gesorteerd worden in potentiële thema's. Er wordt gekeken hoe verschillende codes gecombineerd kunnen worden in een overkoepeld thema (Braun en Clarke, 2006; Herzog et al., 2019). Een thema legt iets belangrijks vast over de gegevens in relatie tot de onderzoeksvraag en vertegenwoordigt een niveau van patroon binnen de gegevensverzameling (Braun & Clarke, 2006). Het zijn patronen die talrijke stukken van de verwante code nemen om zo een groter beeld te tonen. Het legt de essentie van het onderzochte fenomeen vast in relatie tot de onderzoeksvraag (Castleberry & Nolen, 2018).

Hierna volgt de vierde fase waarin de thema's verfijnd en beoordeeld worden. Hierbij is het belangrijk dat de gegevens in de thema's samenhangen, maar dat er tegelijkertijd tussen de thema's duidelijke verschillen zijn. De vijfde fase is het geven van namen aan deze thema's. Ook moet de essentie van elk thema gespecificeerd worden en wordt er bepaald welk aspect van de gegevens elk thema vastlegt. Wanneer deze volledig uitgewerkt zijn, kan er overgaan worden naar de laatste fase, namelijk het uitschrijven van het rapport. Het proces van schrijven begint eigenlijk al in de eerste fase en gaat door tot de laatste. Het is belangrijk dat het een beknopt, coherent, logisch en niet-repeterend verslag is van de gegevens waarin ook interviewcitaten verwerkt worden die het best een bepaald thema weergeven. (Braun en Clarke, 2006; Herzog et al., 2019).

3.3. Parameters

Film- en televisiestudies hebben een onderscheid gemaakt tussen de verschillende parameters waaruit teksten bestaan en hebben deze beschreven. Om een persoonlijk analyse-instrument te construeren, moet er opzoek gegaan worden naar parameters die waardevol zijn om te bestuderen in relatie tot de onderzoeksvraag en kenmerken van het medium (Dhaenens & Van Bauwel, 2023). Volgens Fiske (1987) zijn de basisparameters (beschreven als codes) van televisie: camerawerk, belichting, montage, geluid en muziek, beeldmateriaal, mise-en-scène, casting, decor en kostuum, make-up, actie, dialoog en ideologische codes (Dhaenens & Van Bauwel, 2023).

Om te bepalen hoe lokaliseringfactoren tot uiting komen in verschillende versies van een format, moet er ook gekeken worden naar parameters zoals taal, etniciteit, historische gebeurtenissen, religie, geografie, genderrelaties en gedrag (Moran, 2009b, p. 50). Deze parameters tonen namelijk de meeste aspecten van lokalisatie en aanpassing (Boisvert & Bélanger, 2019). Zoals eerder aangehaald, moeten in representaties van het gewone alledaagse leven in een land, de culturele specificiteit gesitueerd worden in de alledaagse details. In die formats worden universele conventies aangevuld met lokale elementen zoals sterren, settingen en iconografie, maar ook accenten, locaties, landschappen en levensstijlen, talen en culturele aannames en culturele waarden (Dhoest & Mertens, 2013). Naast al deze parameters, worden ook de codes die gebruikt werden in het onderzoek door van Keulen en Krijnen (2013) meegenomen in de analyse, omdat zij ook formatlokalisatie hebben onderzocht.

De structuur van Moran (2009b) zal worden gebruikt om de verschillende parameters te onderzoeken. Het proces van een formatadaptatie kan onderverdeeld worden in drie categorieën, namelijk de linguïstische, intertekstuele en culturele codes. De linguïstische codes hebben betrekking op de vorm en stijl van programma's. In dit onderzoek worden volgende codes onderzocht: de mise-en-scène, kledij, omgeving, accommodatie, kleuren, decor, natuur, cameraposities, montage, muziek en geluid. De intertekstuele codes richten zich op kenmerken van genres en de rol die de omroep kan spelen (Moran, 2009b; van Keulen & Krijnen, 2013). Ook wordt de rol van de formatbedenker en de producenten in de analyse meegenomen, alsook het doelpubliek, want eerder onderzoek toonde aan dat deze ook een invloed hebben op de stijl (van Keulen, 2016). De laatste categorie zijn de culturele codes en de volgende worden meegenomen in dit onderzoek: culturele identiteit (met als focus etniciteit, religie, gender, leeftijd en sociale klasse), geschiedenis, tradities, genderrollen, gedrag, levensstijl, doelstellingen, normen en waarden, overtuigingen en veronderstellingen (Moran, 2009b; van Keulen & Krijnen, 2013). De

tekstuele analyse zal zich focussen op de linguïstische en culturele codes. De expertinterviews focussen zich meer op de intertekstuele codes om zo de rol van onder andere de omroep en makers te onderzoeken.

4. RESULTATEN

De structuur van Moran (2009b) werd gebruikt om de verschillende parameters te onderzoeken en is ook de leidraad bij het uiteenzetten van de resultaten. Binnen de verschillende codes, namelijk de linguïstische, culturele en intertekstuele, worden de onderzochte parameters beschreven. De inzichten uit de tekstuele analyse worden daarbij aangevuld met de inzichten uit de expertinterviews. Naast meer algemene vragen, werden deze resultaten namelijk ook voorgelegd aan de geïnterviewde personen.

4.1. Linguïstische code

4.1.1. Setting

De eerste parameter waarnaar gekeken werd in het tekstuele onderzoek is de setting, waarbij rekening gehouden werd met de locatie, omgeving, decor, accommodatie en natuur in de sequenties. Culturele specificiteit situeert zich namelijk vooral in alledaagse details, zoals landschappen en interieurs, en zo wordt er in deze adaptaties culturele geloofwaardigheid gecreëerd (Dhoest en Mertens, 2013). Door de programma's heen worden veel verschillende locaties getoond in Vlaanderen en Nederland. Tijdens verschillende activiteiten die de deelnemers doen, worden er verschillende steden en dorpen, maar ook natuur uit beide regio's getoond. In BG is bijvoorbeeld in aflevering 7 de stad Mechelen uitgebreid te zien wanneer een koppel daar rondwandelt en picknickt in een park. Ook in MAFS worden verschillende locaties getoond, waarbij duidelijk gemaakt wordt dat deze in Nederland zijn. Zo vertrekt een koppel in aflevering 4 op huwelijksreis en start de scène met een ruim beeld van de luchthaven. Hier wordt duidelijk gemaakt dat ze vanaf Schiphol vertrekken doordat er ingezoomd wordt op de grote letters 'I Amsterdam' die buiten de vertrekhal staan.

Veel scènes starten eerst met zo'n overzichtsshot van de setting waarbij de ruimere omgeving wordt geschetst. Zo wordt in BG vaak de stad of dorp eerst in een overzichtsbeeld getoond, voordat wordt overgegaan naar het koppel. Dit is bijvoorbeeld te zien in aflevering 12 wanneer er een scène plaatsvindt in het gemeentehuis van Jabbeke en hier worden eerst droneshots van het dorp getoond. Ook in MAFS wordt dit gedaan, bijvoorbeeld in de afleveringen met bruiloften wordt er steeds gestart met een ruim beeld van de trouwlocaties, waardoor deze locaties steeds in een bredere omgeving geplaatst worden. In de interviews werd naar de beweegredenen hiervan gevraagd. In beide versies blijkt dit een puur visueel element te zijn. Het tonen van de ruimere setting heeft als doel om overgangen te maken tussen verschillende scènes.

Daarnaast worden deelnemers vaak in hun huiselijke sfeer getoond. Bij de introducties van kandidaten worden ze bij hun eigen huis gefilmd en tonen ze al kort een paar beelden van hun woonplaatsen. Ook tijdens het samenwonen zijn er in beide versies veel scènes in de huiselijke setting, al is er wel een verschil waar de koppels samenwonen. In BG krijgen ze een nieuw appartement waar ze in samenwonen, terwijl in MAFS de koppels gewoon bij elkaar thuis intrekken, waardoor er meer persoonlijke elementen van elke kandidaat te zien zijn. In BG zijn dit dus appartementen die ze niet zelf hebben ingericht naar hun persoonlijke stijl en smaak, maar de koppels gaan wel doorheen het programma langs bij elkaar thuis, zodat de partners en de kijkers ook te zien krijgen waar ze wonen.

Het tonen van de woonplaats is een belangrijk element volgens de makers. In het interview met MAFS bleek dat ze het belangrijk vonden om bij het portret van de kandidaten ook altijd de huissituatie te laten zien. Ze kozen daarnaast ook bewust niet voor nieuwe appartementen voor de koppels, omdat ze het leuker vonden als er persoonlijke elementen van de deelnemers in de huizen aanwezig waren, zoals kleding of foto's aan de muur. Dit maakt het persoonlijker en had ook de voorkeur van de zender.

Eindredacteur MAFS: *“Wij maken het altijd juist vrij gewoon, dus ik vond het juist wel leuk om iemand gewoon een kopje thee te zien zetten in zijn eigen keuken om het juist heel menselijk te houden.”*

Er is ook een verschil in de settings waar de koppels trouwen. In de Vlaamse versie trouwen alle koppels in het gemeentehuis waar iemand van het koppel woont en zijn er dus vier verschillende trouwlocaties. In de Nederlandse versie trouwen de acht koppels slechts op drie verschillende locaties en dit zijn geen gemeentehuizen, maar Slot Zeist, Buitenplaats Sparrendaal en Huis Scherpenzeel. De hele trouwdag vindt in Nederland plaats op deze locaties, ook het nemen van de trouwfoto's en het trouwfeest. In BG is dit anders, alle koppels gaan naar verschillende locaties om trouwfoto's te nemen, zoals een oud station of een plantentuin. Daarna gaan ze allemaal naar T'Rest in Pepingen om gezamenlijk hun trouwfeest te vieren. In BG zijn er dus meer verschillende locaties die getoond worden dan in MAFS waar de hele trouwdag zich op één locatie afspeelt.

Dit verschil in de trouwlocaties werd bevestigd in de interviews. In België moet het huwelijk plaatsvinden in een gemeente waar een van de partners gedomicilieerd is om het wettelijk te maken. De Vlaamse producer vertelde: *“We zijn gebonden aan hun domicilie, dus daar speelt misschien dan onbewust die lokalisering, maar dat is puur iets wettelijk.”* In Nederland hoeft dit niet

en mag je overal trouwen. Niet elke Nederlandse gemeente wil meewerken aan het programma, waardoor ze loyaal zijn aan een aantal vaste gemeentes waar alle koppels trouwen. Daarnaast benadrukte de Nederlandse eindredacteur van MAFS dat de bruiloften moeten aanvoelen als een gewone, echte Nederlandse bruiloft. Alle elementen die normaal op zo'n trouw worden gedaan, zoals een feest met dj en eten met familie, zijn aanwezig zodat het echt voelt voor deze mensen alsof het een hele normale bruiloft is.

Ook voor de finale beslissingsmomenten zijn er meer verschillende locaties in BG dan in MAFS. In BG keren alle koppels terug naar de gemeentehuizen waar ze getrouwd zijn om te beslissen of ze nog getrouwd willen blijven. Bij MAFS keren alle deelnemers slechts naar één locatie terug, namelijk slot Zeist, wat de trouwlocatie van slechts enkelen was. Het keuzemoment in MAFS is dus voor alle koppels in dezelfde zaal, terwijl het in BG voor iedereen in hun oorspronkelijke trouwzaal is.

Daarnaast is er in beide adaptaties een koppelsweekend, al verschilt de invulling en setting wel per versie. In BG gaan ze kamperen in de natuur met vintage Volkswagenbusjes. Tijdens dit weekend wordt de omgeving en de omliggende natuur uitgebreid in beeld gebracht. De setting van dit koppelsweekend situeert zich dus echt in de natuur, met steeds veel groen op de achtergrond van alle scènes. In MAFS gaan alle koppels naar een grote villa in de duinen in Noordwijk. Tijdens dit weekend zijn er scènes in deze villa, maar ook in de omliggende natuur. Tijdens een wandeling met de experts lopen ze in het bos, op het strand en in de duinen. Ze maken ook een puzzelrit met felgekleurde vintage auto's waarbij ze rondrijden door Noordwijk. Ze gaan langs bij locaties die iets te maken hebben met vorige seizoenen, wat zorgt voor herkenbaarheid bij de kijker.

4.1.2. Taalgebruik

De tweede parameter die onderzocht werd, is de taal in de programma's. Hierbij werd gefocust op het taalgebruik en de accenten. Hoewel Vlaanderen en Nederland dezelfde taal delen, wordt deze in beide regio's op een andere manier uitgesproken (Dhoest, 2013). Lokalisering komt tot uiting in beide versies door de accenten en het taalgebruik van deelnemers, experts en presentators. De kandidaten komen uit verschillende delen van de landen, waardoor er een verscheidenheid aan dialecten te horen is, maar ook verschillen in het taalgebruik. Zo worden in zowel BG als in MAFS woorden gebruikt die in de andere regio niet gekend zijn. Bijvoorbeeld in aflevering 2 van MAFS wordt het woord 'zwager' gebruikt, waar men in de Vlaamse versie het woord schoonbroer hanteert.

Er is niet alleen een verschil in taalgebruik tussen Nederland en Vlaanderen, maar ook binnen de verschillende regio's in beide landen. Deze verschillen in taal komen ook terug doorheen het programma. Zo vindt er in aflevering 4 van BG een gesprek plaats tussen het koppel Emma en Emile, waarbij Emile zijn vrouw wat West-Vlaams gaat aanleren. Ook in MAFS wordt het verschillende taalgebruik van de regio's vanwaar de deelnemers komen, aangehaald. In aflevering 20 worden Maarten en Richelle wakker en hebben ze een kort gesprek in bed. Hier zegt Maarten: "We gaan ons zo in de kleren hijsen." Richelle kijkt hem vreemd aan nadat hij deze uitspraak heeft gedaan, waarop Maarten zegt: "Is dat Twents?" Het blijkt een uitspraak die enkel in het Twentse dialect wordt gebruikt en niet in de regio waar Richelle uit afkomstig is.

Een andere gelijkenis tussen beide versies van het format, is dat er gevloekt wordt door de deelnemers. Deze vloekwoorden worden niet gecensureerd en zijn zowel te horen als te lezen in de ondertiteling. Er kwamen in de onderzochte scènes een aantal vloekwoorden terug zoals 'I fucked up', 'oh my fucking god' en 'godnondeju'.

Daarnaast is er in beide versies een voice-over die vaak in het begin van een scène de locatie benoemd. Dit is volgens de makers in beide versies aanwezig, omdat de kijker zich zou kunnen situeren. Ze springen doorheen de afleveringen van de ene stad naar de andere en ook van scène naar scène. Om de verschillende verhaallijnen door elkaar te verwerken in montage, wordt er steeds benoemd waar ze zich bevinden, zodat de kijker weet waar de scène zich afspeelt. Hier heeft het dus meer te maken met de begrijpbaarheid voor de kijker dan met bewuste lokalisering.

4.1.3. Mise-en-scène

Beide versies worden op een commerciële omroep uitgezonden, waardoor het bijgevolg ook commerciële programma's zijn en er samenwerkingen met bedrijven kunnen zijn. In beide versies van het format komen er een aantal merken duidelijk in beeld, wat een element van lokalisering is. Door merken in beeld te brengen die uit de lokale context van het programma komen, is er namelijk een snellere herkenbaarheid bij het publiek (Bossuyt & Joye, 2023; Cuelenaere, 2020a; Dhoest, 2004). In de Vlaamse versie hangt er in aflevering 7 een groot bord van het Belgische biermerk 'Stella Artois' in de woonkamer van Brecht. Hier wordt op ingezoomd en ook over gepraat door het koppel. Ook in aflevering 12 komt een Belgisch biermerk in beeld, namelijk 'Jupiler'. Brecht en zijn vriend eten frieten en drinken een flesje bier waarbij duidelijk het logo van 'Jupiler' in beeld komt. Ook in de Nederlandse versie worden merken getoond, bijvoorbeeld in aflevering 19 op een feestje tijdens het koppelsweekend met alle deelnemers. Hier drinken een aantal mensen een biertje van het Nederlandse biermerk 'Heineken'. Het logo van dit merk is een aantal keren in beeld te zien.

Eindredacteur MAFS: *“Een alcoholmerk zal nooit als sponsor aan dit programma worden gehangen, dus nee, dat is echt toeval. Ze hadden waarschijnlijk gewoon een feestje en toen hebben we waarschijnlijk gewoon Heinekenbier gekocht.”*

Producer BG: *“Er kunnen merken in beeld gebracht worden, afhankelijk of dat partners zijn van ons. Dus als dat merken zijn waar dat we mee samenwerken, kan dat zeker wel het geval zijn. Maar drankmerken zijn normaal gezien geen sponsors, dus dan zal dat wel heel toevallig zijn geweest op dat vlak.”*

Uit de interviews blijkt dat deze alcoholmerken in beide versies niet bewust in beeld werden gebracht en dat ze hier geen samenwerking mee hadden. De programma's gingen wel samenwerkingen aan met lokale bedrijven uit de regio. In BG was het bedrijf 'Foodbag' een sponsor en bij MAFS waren het juweliersmerk 'Siebel' en een bruidswinkel de sponsors. Deze samenwerkingen waren volgens de Nederlandse eindredacteur vrij naturel, doordat deze elementen toch sowieso in het programma aanwezig zijn.

4.1.4. Geluid en muziek

Eerder onderzoek wees op het belang om stilistische elementen mee te nemen in onderzoek over lokalisering, dus de volgende parameter die onderzocht werd, is het geluid (van Keulen, 2016). In bijna alle scènes van BG en MAFS was achtergrondmuziek te horen. Daarnaast werd in beide versies gebruikgemaakt van een voice-over die steeds de situatie schetst voor de kijker. Wat wel verschilt tussen beide versies is dat in Nederland de presentator Carlo ook de voice-overs inspreekt, terwijl de Vlaamse versie niet ingesproken wordt door presentatrice Ingeborg, maar door Sean Dhondt.

Naast achtergrondmuziek is er in sommige scènes ook muziek te horen die tijdens het moment van de opname speelde. Tijdens het trouwfeest in aflevering 3 van BG is er op het einde een dansfeest met dj. Hier worden een aantal nummers van internationale artiesten gedraaid, maar is er ook een Vlaamse zangeres te horen, namelijk Camille met het lied 'Vuurwerk'. Ook in MAFS is Nederlandse muziek te horen. Tijdens het koppelsweekend in aflevering 19 is er een feestje met alle koppels, waar er een karaoke is met Nederlandstalige schlagermuziek. In aflevering 20 is opnieuw schlagermuziek te horen. Stephan en Patricia vierden carnaval en hier wordt Nederlandstalige carnavalsmuziek gedraaid.

Wat wel verschilt tussen de adaptaties is dat MAFS gebruikmaakt van geluidseffecten en BG niet. Onder bepaalde beelden worden geluidseffecten van de getoonde handeling gezet, zodat deze extra te horen zijn voor de kijker. Zo is in aflevering 3 een geluidseffect van het openen van een deur te horen wanneer François de deur opent en de trouwzaal binnenwandelt. Deze geluidseffecten worden ook gebruikt om bepaalde zaken te dramatiseren, bijvoorbeeld in aflevering 20 bij het finale beslissingsmoment van een koppel. Wanneer de mannen vertellen dat ze willen scheiden, doen ze hun trouwringen af en leggen ze deze op een glazen plateau. Bij het neerleggen van de ring, is een geluidseffect gezet waardoor dit extra goed te horen is en wordt het uittrekken van deze trouwring gedramatiseerd.

4.1.5. Cinematografie en montage

Ook de stilistische elementen montage en cinematografie werden meegenomen in de analyse om te kijken hoe ze een rol spelen in het lokaliseren (van Keulen, 2016). Op het vlak van cinematografie wordt er op eenzelfde manier afgewisseld tussen camerapositionen bij BG en MAFS. Er is in alle sequenties steeds een afwisseling tussen close-ups en long shots, waarbij de scènes vaak beginnen met extreme long shots van de locatie. Ook worden er soms drones gebruikt om top shots van bepaalde settings te maken. Deze shots worden afgewisseld met beelden van meer dichtbij, bijvoorbeeld op gezichten van deelnemers, maar ook op elementen van de locatie, zoals elementen in hun interieur.

Daarnaast wordt in beide versies soms zelf gefilmd door de deelnemers met hun smartphone. In aflevering 4 van BG filmt Jolien zelf wanneer ze samen met haar man wakker wordt in de hotelkamer van de huwelijksreis. Ook in MAFS filmt François zichzelf in aflevering 2 wanneer hij wakker wordt in zijn hotelkamer en in aflevering 5 tijdens zijn huwelijksreis. Er is wel een verschil tussen beide in de manier waarop deze beelden in de aflevering worden gemonteerd. In de Vlaamse versie worden deze beelden horizontaal gefilmd en wordt hier niets aan toegevoegd in montage. In de Nederlandse versie zijn de beelden daarentegen verticaal gefilmd en wordt er een soort kader toegevoegd, waardoor je als kijker allemaal instellingen van een camera ziet staan, alsof je meekijkt op het schermje van een camera.

Een ander element dat MAFS toevoegt in montage en BG niet, is een intromontage bij het begin van elke sequentie die de kijker laat zien over welk koppel de sequentie zal gaan. Dit zijn twee close-ups van de deelnemers die elk voor hun huis staan op een witte achtergrond met hun namen erbij. In BG zijn zo'n intromontages niet aanwezig, maar iets wat BG toevoegt aan het beeld zijn de plaatsnamen van de locatie waar de scène zich afspeelt. Zo wordt bijvoorbeeld bij het huwelijk

van Jolien en Brecht in aflevering 1 de plaatsnaam 'Paddenbroek, Gooik' in beeld gebracht. De bedoeling is hier opnieuw zodat de kijker zich zou kunnen situeren, doordat ze vaak van de ene locatie naar de andere overgaan.

Naast deze verschillen op het vlak van montage, zijn er ook gelijkenissen. Beide versies worden uitgezonden op een commerciële zender, waardoor er ook reclame is tijdens het programma. In beide adaptaties wordt er voor elke onderbreking een vooruitblik getoond met een aantal korte beelden uit scènes die na de reclame volgen. Wat wel verschilt, is de tekst die ze hierbij in beeld zetten. In de Vlaamse versie verschijnen de woorden 'zo meteen' in beeld, terwijl in Nederland 'straks' in beeld wordt geplaatst. Een andere gelijkenis is bij de finale beslissingsmomenten van alle koppels. Hier wordt in beide versies een korte montage getoond met een aantal van de leukste momenten van elk koppel.

Een volgende gelijkenis is dat er bij de introductie van elke kandidaat steeds een montage is van verschillende stukjes interview, terwijl ook ander beeldmateriaal zoals foto's worden getoond. Er is wel een verschil hoe deze foto's in het programma verwerkt worden. In BG worden de foto's over het volledige beeld getoond en wordt hier voor de rest niets bij bewerkt. In MAFS worden deze foto's gemonteerd alsof er in een soort fotoalbum gebladerd wordt. Er worden meerdere foto's naast elkaar getoond met ook witruimte rond. Ook worden er een aantal foto's bewerkt op een oude filmrol. Over een aantal van deze foto's is een filter gezet om een meer vintage gevoel te creëren.

In beide versies worden de namen van mensen grotendeels op een gelijke manier in beeld gebracht. Zo wordt er tijdens interviews met vrienden en familie van de koppels telkens de naam alsook de relatie tot het koppel vermeld. Toch zijn er enkele verschillen op te merken. Hoewel in MAFS en BG de naam en leeftijd via tekst in beeld wordt gebracht, voegt de Vlaamse versie hier in de eerste afleveringen ook nog het beroep van de kandidaten aan toe. MAFS zet dan weer de namen en beroepen van de experts in beeld, terwijl BG dit niet doet.

4.2. Culturele code

4.2.1. Culturele identiteit

De eerste culturele code waarop gefocust werd, was de culturele identiteit van de deelnemers. In BG is de culturele identiteit van de kandidaten vrij gelijkaardig. De deelnemers komen allemaal uit dezelfde leeftijdscategorie, ze zijn namelijk allemaal jongvolwassenen. Daarnaast zijn alle koppels heteroseksueel. Op het vlak van etniciteit is er wel meer variatie, want kandidate Emma is niet van

Vlaamse oorsprong en dit wordt besproken tijdens het programma. Tijdens een gesprek tussen Emma en haar man Emile op de huwelijksreis (aflevering 4) wordt haar afkomst besproken en wordt benadrukt dat ze een unieke mix van nationaliteiten heeft, namelijk Vlaams en Spaans. Emma zegt: “Ik hou van al mijn kanten, persoonlijk,” waarop Emile antwoordt: “Maar je bent ook Vlaams. Allee, je hebt een ‘vree’ Vlaams kantje, je bent hier praktisch geboren en opgegroeid. Dus je bent ook enorm Vlaams, maar dat maakt ’t grappiger, die vurige, Spaanse kant en dan eet je graag witlof met hespenrolletjes en kaassaus.” Het feit dat Emma graag ‘hespenrolletjes met kaassaus’ eet, maakt van haar een Vlaamse volgens Emile.

In MAFS is er meer variatie in de culturele identiteit van de koppels. De deelnemers variëren meer in leeftijd, er zijn niet enkel jongere koppels, maar ook deelnemers met een wat oudere leeftijd. Ook op het gebied van seksualiteit is er meer diversiteit. Er zijn twee queer koppels die deelnemen, namelijk Wilfred en François, en Laura en Cathalijne. Daarnaast is er ook diversiteit in de etniciteit van de kandidaten. Wichian is niet van Nederlandse afkomst en bespreekt dit in aflevering 4 in zijn introductiefilmpje. Hij vertelt dat hij geadopteerd is uit Thailand, maar dat hij zich ook Nederlands voelt. Hij zegt: “Ik ben hier opgegroeid. Ik ben eigenlijk, in die zin, een kaaskop.”

In beide adaptaties doen er dus mensen mee met een andere afkomst, maar wordt er wel benadrukt dat ze ook Vlaams of Nederlands zijn. Daarnaast worden in beide versies bewust ‘gewone’ mensen gecast. Het is namelijk belangrijk dat deze mensen herkenbaar zijn voor de kijker en dat ze zich ermee kunnen identificeren. Door ‘gewone’ mensen in de programma’s te tonen, wordt culturele geloofwaardigheid gecreëerd en zo een meer lokaal gevoel aan het programma gegeven (Dhoest en Mertens, 2013).

Eindredacteur MAFS: *“Wij kiezen niet voor hele knappe mensen of hele sexy types, dat is niet de bedoeling, het moet juist heel puur zijn.”*

4.2.2. Tradities

Een volgende culturele code die onderzocht werd, is het tonen van bepaalde tradities in de programma’s. Een huwelijk wordt door wetenschappers in Westerse contexten beschreven als een cultureel ideaal (McKenzie & Dales, 2017; Quinn, 1996). Over culturen heen zijn er verschillen en zijn er bepaalde tradities aanwezig. De bruiloften zijn in Vlaanderen en Nederland vrij gelijkaardig, zo zijn er een aantal tradities die in beide versies terugkomen, zoals de openingsdans en het aansnijden van de bruidstaart.

Ondanks de gelijkenissen, zijn er toch ook een aantal verschillen wanneer de programma's met elkaar worden vergeleken. Zo wordt in BG het huwelijk voltrokken door de burgemeester van het dorp of stad waar de trouw plaatsvindt. In Nederland zijn er geen burgemeesters aanwezig, maar zijn het trouwambtenaren die de huwelijken volbrengen. In BG trouwen alle koppels in gemeentehuizen, terwijl in MAFS de huwelijken op andere locaties plaatsvonden, waardoor er dus trouwambtenaren aanwezig zijn. Zoals eerder aangehaald heeft dit te maken met dat het in België verplicht is om in het gemeentehuis te trouwen, terwijl dit in Nederland niet per se nodig is voor een wettelijk huwelijk.

Er is daarnaast nog een andere traditie die in MAFS uitgebreid getoond wordt en deze komt niet aan bod in BG. Het vieren van carnaval is een traditie die wordt meermaals aangehaald en getoond. Het komt een eerste keer ter sprake in aflevering 19 tijdens het koppelsweekend. Een aantal vrouwen hebben een gesprek met een experte, hier vraagt de experte: "Wat denken jullie dat dit groepje verbindt?" Hierop antwoordt Loes eerst: "Brabant." Ze zien hun woonplaats dus als een deel van hun identiteit. Hierna vult ze nog aan met "Gaan we carnavallen?" Het vieren van carnaval wordt hier al een eerste keer aangehaald als een typisch gebruik uit Brabant. In aflevering 20 komt het nog uitgebreider aan bod doordat Stephan en Patricia zich in meerdere sequenties voorbereiden om carnaval te vieren en uiteindelijk ook naar de aftrap gaan. De scène begint met de voice-over die vertelt: "Zeg je Brabant, dan zeg je carnaval." In de scènes noemt de voice-over hem steeds de "Noord-Hollandse Stephan", hierbij wordt benadrukt dat hij deze traditie niet op dezelfde manier viert als Patricia. Bij het 'carnavallen' in Brabant hoort een speciale outfit, iedereen draagt een bepaalde jas met een sjaal en Stephan moet deze ook dragen. Een aantal scènes later gaan ze effectief naar de aftrap van carnaval in de stad en vieren ze carnaval samen met de vrienden en familie van Patricia.

Wanneer deze specifieke traditie voorgelegd werd aan de Nederlandse maakster, kwam hieruit dat dit niet iets is wat door de productie gestuurd werd. Volgens haar was Patricia 'op-en-top Brabant' en is het vieren van carnaval belangrijk voor haar, waardoor haar partner dus ook moet meedoen hieraan. Omdat dit zo'n groot deel van het leven van de deelnemster is, maakten de producenten de keuze om dit uitgebreid te tonen. Dates en andere activiteiten worden in beide landen niet gestuurd door de makers. Ze luisteren naar de kandidaten wat ze graag doen, wat er op hun planning staat en hier volgen ze dan de leukste momenten van mee, waardoor er wel bepaalde tradities worden getoond. Al is het tonen van deze tradities dus geen keuze om zo het programma te lokaliseren aan de specifieke context.

4.2.3. Genderrollen

Een volgende culturele code die onderzocht werd in de geselecteerde sequenties, zijn de genderrollen die gepresenteerd werden. In beide versies komen een aantal stereotiepe genderrollen voor. In BG is een voorbeeld te zien in aflevering 9 tijdens het koppelsweekend. In een scène zijn de mannen aan het barbecueën, terwijl de vrouwen aan tafel zitten en een aperitief drinken. Ook in MAFS komt zo'n genderstereotype voor. In de eerste aflevering zegt kandidate Paula dat ze op zoek is naar "een man die helpt met klussen". Vervolgens vult ze aan: "Ik heb toevallig een nieuwe lamp gekocht, maar die moet wel opgehangen worden." Hierbij wordt dus de man in de stereotiepe rol geplaatst als handig en plaatst ze zichzelf in de rol van de vrouw die niet kan klussen.

Daarentegen worden traditionele genderrollen ook verbroken door de kandidaten in de Vlaamse versie. In de laatste aflevering van BG is er een scène waarbij Jolien en Brecht langsgaan bij haar oma. Hier vraagt de oma of Jolien nu al eens gekookt heeft. Hierop komt als reactie dat ze nooit kookt en dat Brecht steeds het koken op zich neemt, waarop de oma reageert met: "Dat is nu de mode, hè. De mannen koken." Hierbij wordt dus aangehaald dat er een omkering plaatsvindt van de traditionele genderrol waarbij de vrouw vroeger altijd kookte.

4.2.4. Normen en waarden

Hoewel veel normen en waarden door beide regio's gedeeld worden, is er tijdens een vergelijking van de programma's wel een significant verschil tussen beide, namelijk de manier waarop er over seksualiteit wordt gepraat. In de Vlaamse versie wordt er niet openlijk over seksualiteit gesproken en worden woorden zoals 'seks' nooit letterlijk uitgesproken. Zo vindt kandidate Jolien in aflevering 7 een condoom in het appartement van haar man en in een interview hierna legt ze uit wat er in die situatie precies gebeurde. Ze vermijdt het woord zo lang mogelijk en pas na een tijdje spreekt ze met moeite het woord 'condoom' uit. Het zijn niet alleen de kandidaten die het niet uitspreken, ook de experts proberen te verbloemen. In diezelfde aflevering heeft een ander koppel een follow-up gesprek met experte Sarah. Na wat te spreken over hun relatie, vraagt de experte: "Een stoute vraag, hoe is het eigenlijk op het vlak van intimiteit?" Ook in dit gesprek worden opnieuw woorden zoals 'seks' vermeden.

In het Nederlandse MAFS wordt hier makkelijker over gesproken. In de eerste aflevering wordt het al direct benoemd door de experts. De presentator Carlo en de experts bespreken een match, Carlo zegt: "Er staat iets op mijn papiertje, ik durf het eigenlijk niet uitspreken ... seksscore." De

presentator is in eerste instantie dus ook wat terughoudend om het uit te spreken, maar de experten doorbreken dit taboe al snel. Zo vertelt een experte dat ze een gesprek heeft gehad over seksualiteit met de deelnemers en zegt ze: “Seks vinden ze leuk.” In diezelfde aflevering is er nog een gesprek over een andere match en hier is het taboe voor Carlo ook doorbroken. Hij zegt: “Het is ook heel belangrijk, de seksuele klik,” waarop de experte antwoordt: “Voor beiden is seksualiteit echt heel belangrijk. Ze hebben allebei een seksuele voorkeur die ook heel mooi matcht.” In de Nederlandse versie hebben de presentator en de experten dus geen moeite om de woorden te benoemen.

Tijdens de expertinterviews werden deze normen en waarden bevraagd en hieruit blijkt dat de producties niet sturen in of ze al dan niet openlijk over seksualiteit mogen spreken. Er worden geen woorden in de mond van deelnemers gelegd en gesprekken worden nooit gestuurd. Het feit dat er in Nederland openlijk over gesproken wordt en in Vlaanderen niet, reflecteert de culturele normen die de deelnemers en experten zelf hebben geïnternaliseerd en is dus geen bewuste beslissing van de makers.

Producer BG: “Ik denk dat daar de directheid van de Nederlanders gewoon zeer automatisch mee gegeven is. Het hangt ervan af welke soort mensen je voor je hebt, maar ik denk dat wij gewoon als Vlaming dat een veel mooiere verwoording vinden. Dan denken wij dat het ietsje platter of dergelijke overkomt, terwijl dat misschien voor de Nederlanders niet het geval is. Dus daar is die directheid en die gewoon ‘to the pointheid’ van die Nederlanders wel iets opvallender aanwezig.”

Eindredacteur MAFS: “In Nederland is het echt de cultuur dat je het beestje bij de naam noemt. De kijker zou het heel raar vinden als je daar heel ingewikkeld over doet. Dus dat zijn eigenlijk de experts vanuit hun vakgebied ook gewend om te doen, maar dat is de kijker ook echt gewend. Ja dus, ik denk dat ze daar in België wat anders mee omgaan dan hier.”

4.3. Intertekstuele code

4.3.1. Makers van de formatadaptatie

De makers van de programma's spelen de grootste rol in het adapteren van het format naar hun land. Ze werken voor ITV Studios en PIT, maar deze productiehuisen hebben daarentegen niet echt een grote invloed op dit proces. Ze zijn wel in dienst van deze bedrijven, maar namen zelf alle beslissingen zonder dat er van bovenaf veel gestuurd werd. De productiehuisen hebben vertrouwen in de teams door het reeds bewezen succes van eerdere seizoenen.

Er werd aan de geïnterviewden gevraagd of ze tijdens het adaptatieproces bewust rekening hielden met het lokaliseren van het format naar hun land. Hierop kwam bij beide meteen het antwoord dat dit iets is waar ze zich niet bewust mee bezig houden. Het zijn de makers zelf die kijken wat ze leuk vinden en deze makers komen uit de regio waar het programma voor gemaakt wordt, waardoor lokalisering onbewust tot uiting komt. Dit sluit aan bij resultaten uit ander onderzoek dat concludeert dat lokalisatie van formats veel beperkter en onbewuster is dan er soms wordt beweerd (van Keulen & Krijnen, 2013). Ook uit dit onderzoek blijkt dat de lokalisatie-elementen meer worden gestuurd door onvermijdelijke factoren dan door bewuste beslissingen van de producenten.

Eindredacteur MAFS: *“Je doet dat niet heel bewust of zo, je maakt dat programma voor de Nederlandse markt en je wil heel graag dat het in Nederland goed opgepikt wordt en dat mensen het leuk vinden, maar dat doe je eigenlijk vanzelf. Ik ben ook een maker van Nederland, dus dat doe je vanzelf.”*

Producer BG: *“Ik denk dat dat ook iets onbewust is of moet zijn. Het is heel belangrijk dat je je blijft identificeren ook met de doelgroep van uw programma, en ja, lokalisering, het is niet dat we daar bewust mee bezig zijn. Onbewust kan dat misschien wel zijn, omdat je natuurlijk als maker kijkt van wat zou ik leuk vinden?”*

Lokalisering betekent volgens de producer van BG dat er in programma's een soort herkenbaarheid is, maar ook sympathie voor wie er in het programma zit. De kijker moet zich kunnen identificeren met wie er meedoet en qua leefwereld moeten ze ongeveer in dezelfde situatie als de kijker zitten. Dit komt overeen met definities van lokalisering waarin benadrukt wordt dat een format wordt aangepast aan het lokale publiek, om zo een herkenbare werkelijkheid en identiteit te recreëren (Cuelenaere et al., 2019; Moran, 2009c; van Keulen & Krijnen, 2013). Het doel is dat het programma een mogelijke afspiegeling van de maatschappij is, zodat een zo breed mogelijk publiek aangesproken wordt. Daarnaast was het vertalen naar de eigen cultuur iets wat ze vooral in het eerste seizoen deden, daarbij was het voor MAFS ook belangrijk de omroep die het uitzendt mee in acht te nemen.

4.3.2. Licentiegever

Een format is de concretisering van een idee dat wordt verkocht in de vorm van een productiebijbel (Esser, 2010). Het format ontstond in Denemarken en de distributeur van het merk, Red Arrow, voorziet ook een productiebijbel voor de makers. Hierin staat onder andere de ruggengraat van het programma met elementen die zeker aan bod moeten komen, zoals de bruiloft, huwelijksreis en

samenwonen. Zoals eerder onderzoek van Bourdon (2012) al aantoonde, kan het niet overal zomaar gekopieerd worden, maar moet het nog aangepast worden aan de behoeften van de markt. Vanuit deze formatbijbel vertrokken de makers van de landen en vulden ze zelf de nodige elementen in. Daarnaast werden ook producenten uit verschillende landen uitgenodigd in Londen door de licentiegever om ervaringen en ideeën met elkaar uit te wisselen.

Bij vragen kunnen de teams altijd bij de distributeur terecht en hun antwoorden gebruiken ze dan adviserend. De eindredacteur van MAFS vertelde: *“Je bedenkt zelf hoe je het wil doen, maar je kan je natuurlijk altijd laten adviseren en dan denk je dat is misschien wel een goed idee of nee dat doen we niet, want dat past niet zo bij Nederlanders.”* Beide teams benadrukten dat ze eigenlijk de totale vrijheid hadden om het format helemaal eigen te maken. Grote aanpassingen moeten wel altijd even voorgelegd worden aan Red Arrow, maar zolang er niets aan de ruggengraat van het format verandert, krijgen ze meestal een akkoord. De producer van BG vertelde: *“Er rust altijd ruimte voor heel veel creatieve insteken en vrijheden om het zo land of regio specifiek te maken.”*

In deze formatbijbel staan geen specifieke tips hoe het format gelokaliseerd kan worden. De geïnterviewden zouden dit onlogisch vinden en het lijkt hen ook moeilijk dat de distributeur zou kunnen weten wat zou werken bij andere landen. Red Arrow legt het vertrouwen bij de producenten van de adaptaties en gaan ervan uit dat zij zelf het beste weten wat bij de cultuur past. Dit is dus in tegenstelling met eerder onderzoek zoals dat van Chalaby (2023) en Ganguly (2019) die aantoonde dat productiebijbels ook lokale kennis bevatten en richtlijnen voor hoe het concept kan worden toegepast voor lokale gevoeligheden binnen de parameters van de bijbel. Dit is hier dus niet het geval. Het sluit wel aan bij Moran (2009a) dat het een interactief proces is tussen alle partijen die hun kennis met elkaar uitwisselen, zowel met de licentiegever, als de verschillende landen onderling.

4.3.3. Omroepen

Ook de invloed van de omroepen werd bevraagd, want formats worden vaak gekocht om in prime time uit te zenden en worden aangepast aan het profiel van de zender om zo de juiste kijkers aan te trekken (Jensen, 2012). Uit de interviews bleek dat er wel een verschil is in de rol van de omroep tussen beide landen, waarbij de Nederlandse RTL een grotere invloed heeft dan VTM in Vlaanderen.

Zo was het de wens van RTL dat het programma een presentator zou hebben, want ze merkten op dat programma's sneller opgepikt worden als ze een vast gezicht hebben. Daarom was de

Nederlandse versie de eerste die een presentator introduceerde. Daarnaast zijn er los van de cultuur ook trends in eigen land, waardoor de programma's verschillen. De Nederlandse versie is 'drukker', terwijl de Vlaamse wat rustiger en meer naturel is. Het 'drukkere' was opnieuw een wens vanuit de zender, omdat ze een jongere doelgroep aanspreken, waardoor ze iets heftigere muziek en snellere stijl van monteren hanteren. Al is het niet zo dat RTL dit oplegt aan hen, maar zijn het de producenten die deze keuzes maken met het doelpubliek van de zender in gedachten.

Eindredacteur MAFS: *"Kijk die snellere montage, daarvan weet ik gewoon dat is ook de doelgroep van RTL. Dat is een wat jongere doelgroep en die willen dat, maar we nemen ze wel in elke beslissing die we nemen mee, want ik vind wel dat ze daarachter moeten staan als zender."*

Op die manier maken ze het programma op de manier dat ze zelf willen, maar wel steeds in overleg met de zender, aangezien zij het uiteindelijk moeten uitzenden. VTM speelt daarentegen een minder grote rol. Dit komt volgens de producer omdat ze het format al lang met hetzelfde kernteam maken, waardoor er een groot vertrouwen is in hoe ze het maken. Het is niet zo dat de zender helemaal geen invloed heeft en ze vragen soms ook om bepaalde zaken te herbekijken. Het team kijkt dan of ze zich daar ook in vinden en of ze daar dan al dan niet in willen meegaan. Zij nemen dus wel steeds de finale beslissingen.

4.3.4. Doelpubliek

Eerder onderzoek door van Keulen (2016) toonde aan dat het doelpubliek bepaalde stijlverschillen tussen formats kon verklaren. Ook uit deze studie blijkt dat de kijker een invloed heeft op de invulling van het programma. De Vlaamse zender maakt gebruik van kijkersonderzoeken om hun opinie erin te betrekken. Hierin wordt bijvoorbeeld gepolst of er te veel of te weinig expertise aanbod komt in de afleveringen. De makers bekijken de resultaten van deze onderzoeken, maar ze blijven wel de finale beoordelaars. Als zij vinden dat bepaalde zaken wel nodig zijn, blijven ze daar ook achter staan. Iets wat ook hoog scoort in deze onderzoeken is herkenbaarheid, bijvoorbeeld de ruzies en discussies tussen de partners vinden kijkers vaak herkenbaar.

Producer BG: *"Het begint al met de mensen die zich inschrijven. Het zijn de mensen die een weerspiegeling zijn van de maatschappij, dus we maken voor hen dat programma. Het programma wordt gemaakt met een breed doelpubliek voor ogen."*

De Nederlandse markt vraagt volgens de eindredactrice ook om veel reality-tv. Ze zijn fan van het rauwe televisiewerk, 'kneuterigheid'. Ze zoeken het meer in het alledaagse en gewone dan in het luxueuze of het glamoureuze. Daarmee zitten ze ook op één lijn met België, die ook meer van het 'rauwe' en 'normale' zijn. De kandidaten zijn daarom 'gewone' mensen in beide versies, die heel puur overkomen zodat ze opnieuw de maatschappij kunnen weerspiegelen. Dit is ook belangrijk in representaties van het gewone, alledaagse leven in een land, want de culturele specificiteit van zo'n programma is terug te vinden in de alledaagse details (Dhoest & Mertens, 2013).

Daarnaast zijn er een aantal keuzes die de crew maakt met het doelpubliek in hun achterhoofd. Zo is de originele Deense versie meer documentaire-achtig met veel uitleg over de rituelen van een bruiloft. Volgens de eindredacteur zitten Nederlandse kijkers hier niet op te wachten en maakten zij de keuze om dit niet te doen. Ook in Vlaanderen houden ze rekening met hun beoogde kijkerspubliek. Zo is BG minder geneigd om de 'dramakaart' te trekken zoals de Britse of Australische versie. Deze versies zijn veel sensationeler en zijn meer gericht op conflict en drama, wat volgens de producenten niet zou werken bij hun Vlaamse doelpubliek.

De Nederlandse versie is dan wel weer iets sensationeler en bevat meer drama tussen de koppels. Dit komt volgens de producenten van BG door de verschillen in het kijkerspubliek in Nederland en Vlaanderen. Zo zijn Nederlanders veel meer rechte-doorzee en zeggen ze waarop het staat, terwijl Vlamingen dit veel minder in zich hebben. Doordat Nederlanders zich sneller durven uitspreken en botsen met elkaar, kan dit wel zorgen voor ruzies. Vlamingen zijn meer teruggetrokken om te zeggen waar het op staat, waardoor er van nature al minder drama aanwezig is en deze drama ook minder herkenbaar is voor de kijker.

5. CONCLUSIE

Er werd een combinatie van een tekstuele analyse en expertinterviews gebruikt om een antwoord te vinden op de onderzoeksvraag: hoe verschilt de Vlaamse adaptatie *Blind Getrouwd* van het Nederlandse *Married at First Sight* in termen van gelokaliseerde elementen van het format? De structuur van Moran (2009b) werd gebruikt om de resultaten uiteen te zetten en werden aangevuld met inzichten uit de literatuur. Hierbij werd onderzocht hoe de adaptaties verschillend werden gelokaliseerd aan de regio en werden de makers bevraagd of de aanpassingen bewust gemaakt werden om het format te lokaliseren.

Het format werd bedacht in Denemarken met het bedrijf Red Arrow als licentiegever. Zoals ook vermeld in definitie van onder andere Esser (2010) over wat een format is, voorziet de distributeur hier een productiebijbel met de noodzakelijke elementen voor landen die het adapteren. Zoals eerder onderzoek van Moran (2009a) al aantoonde, is het adapteren een interactief proces en wisselen beide partijen onderling informatie uit. Tussen de licentiegever en de makers van de adaptaties wordt veel afgetoetst, maar de producenten krijgen de vrijheid om het zelf zo regio specifiek mogelijk te maken. Uit eerder onderzoek bleek dat deze productiebijbels ook lokale kennis bevatten. Er zouden tips in staan hoe het concept kan worden aangepast aan lokale gevoeligheden (Chalaby, 2023; Ganguly, 2019). Daarentegen staat er in de bijbel van dit format specifiek geen informatie over hoe het format gelokaliseerd kan worden en spreekt het dit dus tegen. Volgens de makers uit beide landen kan de distributeur ook niet weten wat het beste bij andere culturen past, dus zij vinden het logisch dat de makers uit desbetreffende landen het vertrouwen hiervoor krijgen.

Het Vlaamse BG werd op een gelijkaardige manier gelokaliseerd als het Nederlandse MAFS. Zoals het onderzoek van Dhoest en Mertens (2013) aantoonde, zitten deze lokaliseringselementen vooral in alledaagse details. In beide versies komen de deelnemers uit het land van uitzending, wat zorgt voor herkenbaarheid bij het publiek. De kijker kan zich identificeren met de deelnemers door het zien van 'gewone' mensen die spreken in hun eigen, herkenbare accenten, maar ook via hun woonplaats of activiteiten die ze doen. Door het tonen van hun interieurs, maar ook landschappen uit de desbetreffende regio's wordt er culturele geloofwaardigheid gecreëerd. Ook in de manier waarop experts en deelnemers praten over bepaalde onderwerpen, worden bepaalde normen en waarden, genderrollen en levensstijlen weerspiegeld. Zo spreekt men in Nederland meer openlijk over seksualiteit, terwijl dit in Vlaanderen wat meer verbloemd wordt. Deze open versus gesloten houding hierrond is terug te zien in de afleveringen, al wordt dit niet gestuurd door de productie.

Deze houding komt namelijk vanuit de deelnemers zelf en weerspiegelt daarbij de waarden uit de desbetreffende regio. Dit kan bijgevolg gezien worden als onbewuste lokalisering, waarbij de productie geen regels legt op zaken waarover wel of niet gesproken mag worden.

Daarnaast komen in activiteiten en dates van de koppels bepaalde gebruiken en tradities terug uit de regio's, bijvoorbeeld het vieren van carnaval in Brabant, Nederland. Dit is iets wat uitgebreid in beeld wordt gebracht en volgens de deelnemers een groot onderdeel is van de Brabantse cultuur. Ook in de Vlaamse versie worden bepaalde plekken uit het land tijdens dates in beeld gebracht, bijvoorbeeld de stad Mechelen. Daarbij bleek uit de afgenomen interviews dat ideeën voor dates niet gestuurd worden door de productie, maar dat de kandidaten zelf deze activiteiten en locaties voorstellen. De crew kiest hier dan de meest interessante uit en beslist welke ze doorheen het programma willen verwerken. Onbewust speelt lokalisering hier een rol, maar het is geen bewuste beslissing om het zo meer lokaal te maken.

Hoewel de bruiloften er in Vlaanderen en Nederland vrij gelijkaardig aan toe gaan, waren er toch ook enkele verschillen tussen beide die specifieke culturele tradities van het land weerspiegelen. Zo trouwen ze in Vlaanderen allemaal in het gemeentehuis van de stad of dorp waar iemand van het koppel woont en wordt dit huwelijk geleid door de burgemeester. In België is dit nodig om een wettelijk huwelijk te hebben, terwijl dit in Nederland niet noodzakelijk is. Omdat niet elke gemeente achter het concept van blind trouwen staat, zijn de trouwlocaties beperkt tot slechts drie verschillende plekken en wordt het huwelijk daar voltrokken door een trouwambtenaar.

Een ander lokaliseringselement dat kan zorgen voor herkenbaarheid bij het publiek is het tonen van merken uit de lokale context (Bossuyt & Joye, 2023; Cuelenaere, 2020a; Dhoest, 2004). Beide adaptaties worden namelijk op commerciële zenders uitgezonden, waardoor merken in beeld komen. Door het programma heen zijn er zo een aantal samenwerkingen met Nederlandse en Belgische bedrijven zoals 'Siebel Juweliers' en 'Foodbag'. Er komen daarnaast nog andere merken toevallig in beeld die geen bewuste product placements waren, waardoor er opnieuw onbewust gelokaliseerd wordt.

Het onderzoek door van Keulen (2016) wees erop dat stilistische elementen, zoals montage en geluid, meegenomen moeten worden in een analyse om te kijken hoe zij het programma mee lokaal laten lijken. Uit dit onderzoek blijkt dat er een verschil is in de manier hoe de afleveringen gemonteerd zijn. De Nederlandse versie maakt gebruik van een iets drukkere montage, terwijl de Vlaamse versie meer rustig en naturel is. Daarnaast worden in MAFS meer elementen aan de

beelden toegevoegd dan in BG. Zo zijn er in de Nederlandse versie steeds korte tussenmontages van het desbetreffende koppel waarover de scène gaat en worden er filters en kaders toegevoegd aan foto's en video's. Ook wordt er gebruikgemaakt van geluidseffecten in bepaalde scènes, om zo zaken te verduidelijken of te dramatiseren.

Dit komt doordat de Nederlandse zender RTL mikt op een jonge doelgroep, waardoor de makers weten dat ze bijvoorbeeld een iets snellere montage en heftigere muziek moeten hanteren. Daarnaast was het een wens van de zender om een presentator te hebben. Er is in Nederland steeds overleg met de omroep, aangezien zij het programma uiteindelijk moeten uitzenden. Het format wordt dus aangepast aan het profiel van de zender (Jensen, 2012). Ook in Vlaanderen worden bepaalde zaken afgetoetst met VTM, maar heeft de zender hier een minder grote invloed. Dit komt volgens de Vlaamse producer omdat het format al een tijd door hetzelfde kernteam gemaakt wordt en er hierdoor een groot wederzijds vertrouwen is.

Naast de identiteit van de omroep, speelt ook het gewenste publiek een rol in hoe de programma's geadapteerd worden en zorgt het voor verschillen in stijl (van Keulen, 2016). Zo worden bepaalde keuzes gemaakt aan de hand van het beoogde doelpubliek en maakt de Vlaamse zender gebruik van kijkersonderzoeken om te polsen naar bepaalde elementen. Het Vlaamse BG is minder gericht op drama en conflict en probeert sensatie te vermijden. Dit is iets wat in MAFS wel meer aanwezig is, wat volgens de makers komt omdat het kijkerspubliek anders is. Vlamingen durven zich in het algemeen minder direct uit te spreken, waardoor deze drama ook van nature minder aanwezig is en bijgevolg ook minder herkenbaar is voor de kijkers.

Een televisieformat kan dus niet simpelweg geclassificeerd worden als een 'globaal' of 'lokaal' programma. In lijn met het onderzoek van Stehling (2013) beschouwt deze studie formats eerder 'translokaal'. Het concept van het programma reist door landen en culturele contexten, waarbij het lokaal wordt aangepast aan de specifieke omgeving. Er zijn hier ook verschillende elementen aanwezig die het programma meer herkenbaar maken voor de kijker, maar deze elementen zijn niet speciaal toegevoegd door de producenten zodat het programma meer gelokaliseerd kon worden. Zoals van Keulen en Krijnen (2013) in hun onderzoek al aanhaalden, is lokalisering hier ook beperkter en minder bedoeld dan er gewoonlijk wordt beweerd. De makers zijn er niet bewust mee bezig en deze lokaliseringselementen komen spontaan of worden beïnvloed door onvermijdelijke factoren en andere elementen, zoals de zender. Omdat zij makers uit de desbetreffende regio's zijn, zorgen zij ervoor dat het format wordt aangepast aan de specifieke context. Hierdoor speelt lokalisering dus onbewust wel een rol, maar ze veranderen geen

diepgewortelde culturele elementen, alleen maar omdat ze deel uitmaken van die cultuur (van Keulen & Krijnen, 2013). De duidelijkste lokaliseringaspecten zijn dus geen bewuste beslissingen, maar ook de meer latente aspecten van lokalisatie zijn hier opnieuw geen voorbedachte keuzes van de makers. Deze lokaliseringselementen zijn ook het gevolg van andere invloeden zoals de omroep, doelpubliek of de deelnemers zelf.

Doordat beide regio's een goed ontwikkelde lokale productiesector en een duaal omroepbestel hebben, kan er gesproken worden van productienabijheid tussen Vlaanderen en Nederland (Servaes & Heinsman, 1992; Van Keulen, 2020). Op het eerste zicht wordt het Nederlandse MAFS op een gelijkaardige manier gelokaliseerd als het Vlaamse BG, maar wanneer op een dieper niveau gekeken wordt, zijn er wel enkele verschillen tussen beide op te merken. Door de productienabijheid en andere gelijkenissen tussen Vlaanderen en Nederland, wordt er verwacht dat de culturele nabijheid tussen beide groot is, maar is er weldegelijk een culturele afstand, wat deze formatadaptaties ook aantonen (Dhoest, 2013; Dhoest & Mertens, 2013). De verschillen tussen deze programma's daarentegen zijn niet per se bewuste lokaliseringselementen die toegevoegd werden door de makers om het meer herkenbaar te maken, maar zijn eerder onvermijdelijke elementen of worden beïnvloed door onder andere het gewenste doelpubliek en de zender.

Dit leidt tot slot naar de beperkingen van dit onderzoek, die ook al aangehaald werden in het onderdeel methodologie. Dit onderzoek erkent de beperking dat het slechts door één persoon werd uitgevoerd en er dus enige subjectiviteit aanwezig zou kunnen zijn (Macnamara, 2005). Dit werd echter wel zoveel als mogelijk geminimaliseerd door het onderzoek te baseren op de literatuurstudie en het tekstuele onderzoek aan te vullen met de expertinterviews. Daarnaast zou deze studie idealiter nog aangevuld kunnen worden met receptieonderzoek, waardoor de ervaringen van de kijker ook meegenomen worden. Ook het verdere onderzoek naar formats in de context van Vlaanderen en Nederland is nog beperkt, dus hier is nog ruimte om in verder te gaan (Bossuyt & Joye, 2023). Zo kunnen andere seizoenen van het format nog geanalyseerd worden, maar zou volgend onderzoek zich ook nog kunnen uitbreiden naar andere landen met meer uiteenliggende culturen om zo te bestuderen hoe deze adaptaties gelokaliseerd zijn. Daarnaast kunnen ook andere formats uit deze context nog worden onderzocht, mogelijk een programma wat in één van deze regio's is ontstaan om zo verder te bestuderen hoe de andere regio het format al dan niet bewust lokaliseert.

6. BIBLIOGRAFIE

- Al-Rodhan, N. R., & Stoudmann, G. (2006). Definitions of globalization: A comprehensive overview and a proposed definition. *Program On The Geopolitical Implications Of Globalization And Transnational Security*, 6, 1–21.
- Azpeitia Iruretagoiena, I. (2020). Research on Television: a Proposal for a Multidisciplinary Method. *Comunicación & MéTodos*, 2(1), 141–161. <https://doi.org/10.35951/v2i1.72>
- Barker, C. (1999). *Television, Globalization and Cultural Identities*. Buckingham: Open university press.
- Baxter, J. (2020). Text and Textual Analysis. *International Encyclopedia Of Human Geography (Second Edition)*, 13, 239–243. <https://doi.org/10.1016/b978-0-08-102295-5.10872-8>
- Beeden, A., & De Bruin, J. (2009). The Office: Articulations of National Identity in Television Format Adaptation. *Television & New Media*, 11(1), 3–19. <https://doi.org/10.1177/1527476409338197>
- Beyers, J., Braun, C., Marshall, D., & De Bruycker, I. (2014). Let's talk! On the practice and method of interviewing policy experts. *Interest Groups & Advocacy*, 3(2), 174–187. <https://doi.org/10.1057/iga.2014.11>
- Bignell, J., & Woods, F. (2022). *An Introduction to Television Studies* (4de editie). Londen: Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315619675>
- Biltreyst, D. (1997). Television in Belgium. In B. Rollet & J. A. Coleman (Eds.), *Television In Europe* (pp. 87–99). Exeter: Intellect.
- Blind getrouwd. (2023). In *Wikipedia*. Geraadpleegd op 23 december 2023, van https://nl.wikipedia.org/wiki/Blind_Getrouwd
- Blind Getrouwd: Seizoen 8*. (2023). PIT.
- Bogner, A., Littig, B., & Menz, W. (2009). Expert Interviews - An Introduction to a New

- Methodological Debate. In A. Bogner, B. Littig, & W. Menz (Eds.), *Interviewing Experts. Research Methods Series* (pp. 1–13). Londen: Palgrave Macmillan.
https://doi.org/10.1057/9780230244276_1
- Bogner, A., & Menz, W. (2009). The Theory-Generating Expert Interview: Epistemological Interest, Forms of Knowledge, Interaction. In A. Bogner, B. Littig, & W. Menz (Eds.), *Interviewing Experts. Research Methods Series* (pp. 43–80). Londen: Palgrave Macmillan.
https://doi.org/10.1057/9780230244276_3
- Boisvert, S., & Bélanger, A. (2019). Canadian Popular Culture and the Many “Faces” of TV Formats. In V. Kannen & N. Shyminsky (Eds.), *The Spaces and Places of Canadian Popular Culture* (pp. 141–148). Canadian Scholars’ Press Inc.
- Bossuyt, L., & Joye, S. (2023). Tekenen van banaal nationalisme in de Vlaamse en Nederlandse adaptaties van het televisieformat SKAM. *Tijdschrift voor Communicatiewetenschap*, 51(1), 4–24. <https://doi.org/10.5117/tcw2023.1.002.boss>
- Bourdon, J. (2012). From discrete adaptations to hard copies: The rise of formats in European television. In T. Oren & S. Shahaf (Eds.), *Global television formats: Understanding television across borders* (pp. 111–127). New York: Routledge.
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77–101. <https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>
- Cajot, J. (2012). Waarom het Verkavelingsvlaams onvermijdelijk was: de ontwikkeling van een informele omgangstaal in Vlaanderen. In K. Absillis, J. Jaspers, & S. Van Hoof (Eds.), *De manke usurpator: over Verkavelingsvlaams* (pp. 39–66). Gent: Academia Press.
- Castleberry, A. N., & Nolen, A. (2018). Thematic analysis of qualitative research data: Is it as easy as it sounds? *Currents in Pharmacy Teaching And Learning*, 10(6), 807–815.
<https://doi.org/10.1016/j.cptl.2018.03.019>
- Chalaby, J. K. (2003). Television for a New Global Order: Transnational Television Networks and

- the Formation of Global Systems. *Gazette*, 65(6), 457–472.
<https://doi.org/10.1177/0016549203065006003>
- Chalaby, J. K. (2011). The making of an entertainment revolution: How the TV format trade became a global industry. *European Journal Of Communication*, 26(4), 293–309.
<https://doi.org/10.1177/0267323111423414>
- Chalaby, J. K. (2012). Producing TV content in a globalized Intellectual property market: The emergence of the International Production model. *Journal Of Media Business Studies*, 9(3), 19–39. <https://doi.org/10.1080/16522354.2012.11073550>
- Chalaby, J. K. (2016a). Drama without drama: The late rise of scripted TV formats. *Television & New Media*, 17(1), 3–20. <https://doi.org/10.1177/1527476414561089>
- Chalaby, J. K. (2016b). Television and Globalization: The TV Content Global Value Chain. *Journal Of Communication*, 66(1), 35–59. <https://doi.org/10.1111/jcom.12203>
- Chalaby, J. K. (2017). Can a GVC-oriented policy mitigate the inequalities of the world media System? Strategies for Economic Upgrading in the TV Format Global Value Chain. *International Journal Of Digital Television*, 8(1), 9–28. https://doi.org/10.1386/jdtv.8.1.9_1
- Chalaby, J. K. (2023). *Television in the Streaming Era: The Global Shift*. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/9781009199285>
- Chalaby, J. K., & Esser, A. (2017). The TV format trade and the world media system: Change and continuity. *International Journal Of Digital Television*, 8(1), 3–7.
https://doi.org/10.1386/jdtv.8.1.3_2
- Chen, R., Chen, Z., & Yang, Y. (2021). The Creation and Operation Strategy of Disney's Mulan: Cultural Appropriation and Cultural Discount. *Sustainability*, 13(5), 2751.
<https://doi.org/10.3390/su13052751>
- Choi, J. (2022). The materialization of television formats. *Media Industries*, 9(2), 21–39.
<https://doi.org/10.3998/mij.417>

- Choi, J. (2023). Historiography of Interpretations of Television Format Copyright: A Political Economic perspective. *SAGE Open*, 13(1), 215824402311583. <https://doi.org/10.1177/21582440231158329>
- CIM. (2022). *Jaarverslag 2022*. Geraadpleegd op 14 oktober 2023, van https://www.cim.be/sites/default/files/inline-files/CIM_Rapport_annuel_2022_nl_v5.pdf
- CIM TV. (2023). *CIM TV Daily TOP 20* [Dataset]. <https://www.cim.be/nl/televisie?type=daily&date=2023-9-4®ion=north>
- Creeber, G. (2006). The Joy of Text?: Television and Textual Analysis. *Critical Studies in Television*, 1(1), 81–88. <https://doi.org/10.7227/cst.1.1.11>
- Cuelenaere, E. (2020a). *On differences that make the difference : a multi-methodological research project on monolingual film remakes in small film industries : the case of Flanders and the Netherlands*. Universiteit Gent: Faculteit Politieke en Sociale Wetenschappen.
- Cuelenaere, E. (2020b). The Remake industry: the practice of remaking films from the perspective of industrial actors. *Adaptation*, 14(1), 43–63. <https://doi.org/10.1093/adaptation/apaa016>
- Cuelenaere, E. (2020c). Originality versus Proximity: An explorative study of audience reactions to monolingual film remakes. *International Journal Of Cultural Studies*, 24(2), 233–249. <https://doi.org/10.1177/1367877920938798>
- Cuelenaere, E. (2021). The film remake as a prism : towards a model of systematic textual analysis. In E. Cuelenaere, G. Willems, & S. Joye (Eds.), *European Film Remakes* (pp. 19–32). Edinburgh: Edinburgh University Press.
- Cuelenaere, E., Joye, S., & Willems, G. (2016). Reframing the Remake : Dutch-Flemish Monolingual Remakes and Their Theoretical and Conceptual Implications. *Frames Cinema Journal*, 10.

- Cuelenaere, E., Joye, S., & Willems, G. (2019). Local flavors and regional markers: The Low Countries and their commercially driven and proximity-focused film remake practice. *Communications*, 44(3), 262–281. <https://doi.org/10.1515/commun-2019-2057>
- Cuelenaere, E., Willems, G., & Joye, S. (2018). Same same same, but different : a comparative film analysis of the Belgian, Dutch and American loft. *Tijdschrift voor Communicatiewetenschap*, 46(4), 263–279.
- Dhaenens, F., & Van Bauwel, S. (2023). Textual analysis : a practical introduction to studying texts in media and cultural studies. In P. Stevens (Ed.), *Qualitative data analysis : key approaches* (pp. 271–292). Londen: SAGE.
- Dhoest, A. (2013). The persistence of national TV. Language and cultural proximity in Flemish fiction. In J. Teurlings & M. De Valck (Eds.), *After the Break: Television Theory Today* (pp. 51–64). Amsterdam: Amsterdam University Press.
<https://doi.org/10.1515/9789048518678-004>
- Dhoest, A., & Mertens, M. (2013). Ugly Betty, Flemish Sara: Telenovela Adaptation and Generic Expectations. In J. McCabe & K. Akass (Eds.), *Tv's Betty Goes Global: From Telenovela to International Brand* (pp. 99–113). Londen: I.B. Tauris.
- Döringer, S. (2021). 'The Problem-centred Expert Interview'. Combining qualitative interviewing approaches for investigating implicit expert knowledge. *International Journal Of Social Research Methodology*, 24(3), 265–278. <https://doi.org/10.1080/13645579.2020.1766777>
- Dorussen, H., Lenz, H., & Blavoukos, S. (2005). Assessing the reliability and validity of expert interviews. *European Union Politics*, 6(3), 315–337.
<https://doi.org/10.1177/1465116505054835>
- Droste, F. G. (1993). *Nederland en Vlaanderen: Een pamflet over grenzen*. Amsterdam: De Arbeiderspers.
- Dumon, P. (2022, 7 februari). 'De verraders', of hoe de show die jarenlang niemand hebben wou

- een absolute tv-hit werd. *De Morgen*. Geraadpleegd op 23 december 2023, van <https://www.demorgen.be/tv-cultuur/de-verraders-of-hoe-de-show-die-jarenlang-niemand-hebben-wou-een-absolute-tv-hit-werd~b3d7ce95/>
- Esser, A. (2010). Television Formats: Primetime Staple, Global Market. *Popular Communication*, 8(4), 273–292. <https://doi.org/10.1080/15405702.2010.514176>
- Esser, A. (2013). Format is King: Television Formats and Commercialisation. In K. Donders, C. Pauwels, & J. Loisen (Eds.), *Private Television in Western Europe* (pp. 151–168). Palgrave Macmillan, London. https://doi.org/10.1057/9781137017550_11
- Fiske, J. (1987). *Television Culture*. Londen: Routledge.
- Fürsich, E. (2009). In Defense of Textual Analysis: Restoring a Challenged Method for Journalism and Media Studies. *Journalism Studies*, 10(2), 238–252. <https://doi.org/10.1080/14616700802374050>
- Ganguly, L. (2019). Global Television Formats and Their Impact on Production Cultures: The Remaking of Music Entertainment Television in India. *Television & New Media*, 20(1), 20–35. <https://doi.org/10.1177/1527476418759215>
- Giddens, A. (1990). *The Consequences of Modernity*. Polity Press.
- Goossens, C. (1998). *Radio En Televisie In Vlaanderen : Een Geschiedenis*. Leuven: Davidsfonds.
- Harvey, W. S. (2011). Strategies for conducting elite Interviews. *Qualitative Research*, 11(4), 431–441. <https://doi.org/10.1177/1468794111404329>
- Havens, T. (2020). What Was Television? The Global and the Local. In S. Shimpach (Ed.), *The Routledge Companion to Global Television* (pp. 30–38). New York: Routledge.
- Herzog, C., Handke, C., & Hitters, E. (2019). Analyzing Talk and Text II: Thematic analysis. In H.

- Van Den Bulck, M. Puppis, K. Donders, & L. Van Audenhove (Eds.), *The Palgrave Handbook of Methods for Media Policy Research* (pp. 385–401). Cham: Palgrave Macmillan. https://doi.org/10.1007/978-3-030-16065-4_22
- Hofstede, G. (1991). *Allemaal andersdenkenden: Omgaan met cultuurverschillen*. Amsterdam: Contact.
- Hooghe, M. (2009). Toen Vlaanderen naar Nederland keek: Televisie. In J. Tollebeek & H. Te Velde (Eds.), *Het geheugen van de Lage Landen* (pp. 236–243). Rekkem: Stichting Ons Erfdeel.
- Hoskins, C., & Mirus, R. (1988). Reasons for the US dominance of the international trade in television programmes. *Media, Culture & Society*, 10(4), 499–515. <https://doi.org/10.1177/016344388010004006>
- Iosifidis, P., Steemers, J., & Wheeler, M. (2005). *European Television Industries*. Londen: British film institute.
- Jensen, P. M. (2012). How Media System Rather Than Culture Determines National Variation: Danish Idols and Australian Idol Compared. In K. Zwan & J. De Bruin (Eds.), *Adapting Idols: Authenticity, Identity and Performance in a Global Television Format* (pp. 27–39). Ashgate.
- Keane, M., & Moran, A. J. (2008). Television's New Engines. *Television & New Media*, 9(2), 155–169. <https://doi.org/10.1177/1527476407313815>
- Keinonen, H. (2016). Television Format as Cultural Negotiation: Studying Format Appropriation through a Synthesizing Approach. *VIEW Journal Of European Television History And Culture*, 5(9), 60–71. <https://doi.org/10.18146/2213-0969.2016.jethc103>
- Kraidy, M. M. (1999). The global, the local, and the hybrid: A native ethnography of glocalization. *Critical Studies in Mass Communication*, 16(4), 456–476. <https://doi.org/10.1080/15295039909367111>

- Kuipers, G. (2011). Cultural Globalization as the Emergence of a Transnational Cultural Field: Transnational Television and National Media Landscapes in Four European Countries. *American Behavioral Scientist*, 55(5), 541–557.
<https://doi.org/10.1177/0002764211398078>
- La Pastina, A. C., & Straubhaar, J. D. (2005). Multiple Proximities between Television Genres and Audiences. *Gazette (Leiden, Netherlands)*, 67(3), 271–288.
<https://doi.org/10.1177/0016549205052231>
- Larkey, E. (2018). Narratological Approaches to Multimodal Cross-Cultural Comparisons of Global TV Formats. *VIEW Journal Of European Television History And Culture*, 7(14), 38–58. <https://doi.org/10.18146/2213-0969.2018.jethc152>
- Larsen, P. (2002). Mediated Fictions. In K. B. Jensen (Ed.), *A Handbook of Media and Communication Research* (2de editie, pp. 131–152). Routledge.
- Lee, F. L. F. (2008). Hollywood movies in East Asia: examining cultural discount and performance predictability at the box office. *Asian Journal Of Communication*, 18(2), 117–136.
<https://doi.org/10.1080/01292980802021855>
- Macnamara, J. (2005). Media content analysis: Its uses, benefits and Best Practice Methodology. *Asia Pacific Public Relations Journal*, 6(1), 1–34.
- Married at first sight. (2023). In *Wikipedia*. Geraadpleegd op 23 december 2023, van https://nl.wikipedia.org/wiki/Married_at_First_Sight
- Married at First Sight: Seizoen 8*. (2023). ITV Studios.
- McKee, A. (2003). *Textual Analysis: A Beginner's Guide*. SAGE Publications.
- McKenzie, L., & Dales, L. (2017). Choosing Love? Tensions and transformations of modern marriage in Married At First Sight. *Continuum: Journal Of Media & Cultural Studies*, 31(6), 857–867. <https://doi.org/10.1080/10304312.2017.1334873>
- Meimaridis, M. (2023). Disrupting Brazilian television: streaming and the decline of Globo's

- hegemony in video cultures. *International Journal Of Cultural Studies*, 27(1), 1–19.
<https://doi.org/10.1177/13678779231197699>
- Meuser, M., & Nagel, U. (2009). The Expert Interview and Changes in Knowledge Production. In A. Bogner, B. Littig, & W. Menz (Eds.), *Interviewing Experts. Research Methods Series* (pp. 17–42). Londen: Palgrave Macmillan. https://doi.org/10.1057/9780230244276_2
- Moran, A. (2004). The Pie and the Crust: Television Program Formats. In R. C. Allen & A. Hill (Eds.), *The Television Studies Reader* (pp. 258–266). Londen: Routledge.
- Moran, A. (2005). Configurations of the New Television Landscape. In J. Wasko (Ed.), *A Companion to Television* (pp. 291–307). Blackwell Publishing Ltd.
- Moran, A. (2008). Makeover on the move: Global television and programme formats. *Continuum*, 22(4), 459–469. <https://doi.org/10.1080/10304310802189956>
- Moran, A. (2009a). Reasserting the national? Programme formats, international television and domestic culture. In G. Turner & J. Tay (Eds.), *Television Studies After TV: Understanding Television in the Post-Broadcast Era* (pp. 149–158). Londen: Routledge.
- Moran, A. (2009b). When TV formats are translated. In A. Moran (Ed.), *TV Formats Worldwide: Localizing Global Programmes* (pp. 39–54). Bristol: Intellect.
- Moran, A. (2009c). Global franchising, local customizing: The cultural economy of TV program formats. *Continuum*, 23(2), 115–125. <https://doi.org/10.1080/10304310802706932>
- Moran, A. (2016). Program Format Franchising in the Age of Reality Television. In L. Ouellette (Ed.), *A Companion to Reality Television* (pp. 74–93). Wiley-Blackwell.
- Moran, A., & Malbon, J. (2006). *Understanding the Global TV Format*. Bristol: Intellect.
- Nagel, U. (2006). Serieuus of curieus? Duitsland, Nederland en de commerciële televisie. In M. Vogel (Ed.), *Van quatsch en kwaliteit: Nederlandse en Duitse media en hun cultuurverschillen* (pp. 43–60). Groningen: Barkhuis Publishing.
- Ndlela, M. N. (2012). Global Television Formats in Africa: Localizing Idol. In T. Oren & S. Shahaf

- (Eds.), *Global television formats : understanding television across borders* (pp. 242–259). New York: Routledge.
- O'Brien, R., & Nicholls, J. F. (2021). Married at First Sight: A TV Literature Experiment. In R. Winckler & V. Huertas-Martín (Eds.), *Television Series as Literature* (pp. 335–344). Singapore: Palgrave Macmillan. https://doi.org/10.1007/978-981-15-4720-1_19
- Perrotta, M. (2010). A Peninsula in the Sea of TV Formats: Exploring Italian Adaptations of Survivor. In M. Ardizzoni & C. Ferrari (Eds.), *Beyond Monopoly: Globalization and Contemporary Italian Media* (pp. 129–148). Lexington Books.
- Pfadenhauer, M. (2009). At eye level: the Expert Interview — a Talk between Expert and Quasi-expert. In A. Bogner, B. Littig, & W. Menz (Eds.), *Interviewing Experts. Research Methods Series* (pp. 81–97). Londen: Palgrave Macmillan. https://doi.org/10.1057/9780230244276_4
- Quinn, N. (1996). Culture and Contradiction: The Case of Americans Reasoning about Marriage. *Ethos*, 24(3), 391–425. <https://doi.org/10.1525/eth.1996.24.3.02a00010>
- Ribke, N. (2016). Global Maladies, Local In Treatment: “Quality” TV Fiction Formats, Glocal Forms of Prestige, and Cumulative Cross-Cultural Dialogues. *International Journal Of Communication*, 10, 2056–2073.
- Robertson, R. (1992). *Globalization: Social Theory and Global Culture*. SAGE.
- Schohaus, B. (2018). Dezelfde bouwstenen, andere show: Journalistieke televisieprogramma's analyseren met behulp van het concept 'format'. *Tijdschrift Voor Communicatiewetenschap*, 46(1), 58–73.
- Servaes, J., & Heinsman, L. (1992). Omroeporganisatie, overheidsbeleid en de introductie van commerciële zenders in België en Nederland. *Sociologische Gids*, 39(5–6), 365–383.
- Smith, J. A. (2017). Textual Analysis. In J. Matthes (Ed.), *The International Encyclopedia of*

Communication Research Methods (pp. 1–7). John Wiley & Sons, Inc.

<https://doi.org/10.1002/9781118901731.iecrm0248>

Sosale, S., & Munro, C. (2009). Defining the Local: A Comparative Study of News in Northern Ireland. In A. Moran (Ed.), *TV Formats Worldwide: Localizing Global Programs* (pp. 223–239). Bristol: Intellect.

Sparks, C. (2008). The global, the local and the public sphere. In R. C. Allen & A. Hill (Eds.), *The Television Studies Reader* (pp. 139–150). Londen: Routledge.

Stehling, M. (2013). From Localisation to Translocalisation: Audience Readings of the Television Format Top Model. *Critical Studies in Television: The International Journal Of Television Studies*, 8(2), 36–53. <https://doi.org/10.7227/cst.8.2.4>

Stichting KijkOnderzoek. (2023, 7 februari). *Persbericht kijkcijfers TV zendertotaal (januari 2023)* [Persbericht].

https://www.kijkonderzoek.nl/images/Persberichten/2023/Maandoverzichten/Persbericht_SKO_2023_januari.pdf

Straubhaar, J. D. (1991). Beyond media imperialism: Assymetrical interdependence and cultural proximity. *Critical Studies in Mass Communication*, 8(1), 39–59.

<https://doi.org/10.1080/15295039109366779>

Straubhaar, J. D. (2003). Choosing national TV: Cultural capital, language, and cultural proximity in Brazil. In M. G. Elasmr (Ed.), *The impact of international television: A paradigm shift* (pp. 77–110). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.

<https://doi.org/10.4324/9781410607041-6>

Straubhaar, J. D. (2007). *World Television: From Global to Local* (First). SAGE Publications, Inc.

Suna, L. (2018). Negotiating Belonging as Cultural Proximity in the Process of Adapting Global Reality TV Formats. *Media And Communication*, 6(3), 30–39.

<https://doi.org/10.17645/mac.v6i3.1502>

- Van Audenhove, L., & Donders, K. (2019). Talking to People III: Expert Interviews and Elite Interviews. In H. Van Den Bulck, M. Puppis, K. Donders, & L. Van Audenhove (Eds.), *The Palgrave Handbook of Methods for Media Policy Research* (pp. 179–197). Cham: Palgrave Macmillan. https://doi.org/10.1007/978-3-030-16065-4_10
- Van Damme, E. (2010). Gender and sexual scripts in popular US teen series: A study on the gendered discourses in *One Tree Hill* and *Gossip Girl*. *Catalan Journal Of Communication & Cultural Studies*, 2(1), 77–92. https://doi.org/10.1386/cjcs.2.1.77_1
- Van Damme, E., & Van Bauwel, S. (2012). 'I don't wanna be anything other than me': A case study on gender representations of teenagers in American teen drama series *One Tree Hill*. *Interactions: Studies in Communication & Culture*, 2(1), 17–33. https://doi.org/10.1386/iscc.2.1.17_1
- Van Damme, E., & Van Bauwel, S. (2013). Sex as Spectacle. *Journal Of Children And Media*, 7(2), 170–185. <https://doi.org/10.1080/17482798.2012.673499>
- Van Kempen, J. (1995). *Geschreven op het scherm: een methode voor filmanalyse*. Utrecht: LOKV.
- Van Keulen, J. (2016). Aesthetic Proximity: the Role of Stylistic Programme Elements in Format Localisation. *VIEW Journal Of European Television History And Culture*, 5(9), 93–104. <https://doi.org/10.18146/2213-0969.2016.jethc105>
- Van Keulen, J. (2020). Transnationalisering van televisie en de handel in formats: Een analyse van Nederlandse en Vlaamse tv-programmering en -productie. *Tijdschrift Voor Communicatiewetenschap*, 48(3), 167–185.
- Van Keulen, J., & Krijnen, T. (2013). The limitations of localization: A cross-cultural comparative study of *Farmer Wants a Wife*. *International Journal Of Cultural Studies*, 17(3), 277–292. <https://doi.org/10.1177/1367877913496201>
- Van Keulen, J., Krijnen, T., & Bauwens, J. (2020). The Logic of Formatting: A Case Study on

- Transnational TV Production. *The Journal Of Popular Television*, 9(3), 391–408.
https://doi.org/10.1386/JPTV_00064_1
- Vets, T. (2023, 5 september). Nieuw programma van Staf en Mathias Coppens eerder op Nederlandse tv dan hier, en dat was niet de bedoeling. *Nieuwsblad*. Geraadpleegd op 23 december 2023, van https://www.nieuwsblad.be/cnt/dmf20230904_97163933
- Villegas-Simón, I., & Soto-Sanfiel, M. T. (2021). Similarities in adaptations of scripted television formats: The global and the local in transnational television culture. *Poetics*, 86, 101524.
<https://doi.org/10.1016/j.poetic.2020.101524>
- Wagman, I. (2013). Global formats and Canadian television: the case of deal or no deal. *Canadian Journal Of Communication*, 38(4), 611–628.
<https://doi.org/10.22230/cjc.2013v38n4a2692>
- Waisbord, S. (2004). McTV: Understanding the Global Popularity of Television Formats. *Television & New Media*, 5(4), 359–383. <https://doi.org/10.1177/1527476404268922>
- Walls, W. D., & McKenzie, J. (2012). The Changing Role of Hollywood in the Global Movie Market. *Journal Of Media Economics*, 25(4), 198–219.
<https://doi.org/10.1080/08997764.2012.729544>
- Wayne, M. L. (2020). Global streaming platforms and national pay-television markets: a case study of Netflix and multi-channel providers in Israel. *The Communication Review*, 23(1), 29–45. <https://doi.org/10.1080/10714421.2019.1696615>
- Yang, L. (2016). Reality Talent Shows in China: Transnational Format, Affective Engagement, and the Chinese Dream. In L. Ouellette (Ed.), *A Companion to Reality Television* (pp. 516–540). Wiley-Blackwell.

7. BIJLAGEN

7.1. Schets verhaallijnen BG en MAFS

Blind Getrouwd	Kort overzicht van de aflevering	Married at First Sight	Kort overzicht van de aflevering
Aflevering 1	Introductie van alle deelnemers waarin ze erachter komen dat ze gaan trouwen. Trouw Jolien & Brecht Trouw Emma & Emile	Aflevering 1	Alle deelnemers komen erachter dat ze gaan trouwen op een neppe 'testdag'. Nicole & Martijn: introductie + voorbereiding trouw Wilfred & François: introductie
Aflevering 2	Eerste momenten en fotoshoot Jolien & Brecht, Emma & Emile Trouw Isabelle & Matthieu Trouw Fleur & Alexander	Aflevering 2	Nicole & Martijn: trouw en feest Wilfred & François: voorbereiding trouw Maarten & Richelle: introductie
Aflevering 3	Gezamenlijk trouwfeest van alle koppels Huwelijksnacht + eerste ochtend van alle koppels	Aflevering 3	Nicole & Martijn: huwelijksnacht + eerste ochtend Wilfred & François: trouw en feest Maarten & Richelle: voorbereiding trouw
Aflevering 4	Gezamenlijke huwelijksreis van alle koppels naar Rhodos	Aflevering 4	Nicole & Martijn: huwelijksreis Wilfred & François: einde trouw, huwelijksnacht + vertrek huwelijksreis Maarten & Richelle: trouw en feest Wichian & Loes: introductie en voorbereiding trouw
Aflevering 5	Huwelijksreis Rhodos Groepsdate met alle koppels	Aflevering 5	Nicole & Martijn: huwelijksreis Wilfred & François: huwelijksreis Maarten & Richelle: einde trouw, huwelijksnacht Wichian & Loes: voorbereiding + begin trouw
Aflevering 6	Laatste dagen huwelijksreis Reflectie met experts over de huwelijksreis Thuiskomen in hun nieuwe appartementen waar ze zullen samenwonen	Aflevering 6	Nicole en Martijn: huwelijksreis + gesprek expert Wilfred & François: huwelijksreis Maarten & Richelle: vertrek huwelijksreis Wichian & Loes: trouw en feest Remco & Paula: introductie + voorbereiding trouw

Aflevering 7	Alle koppels gaan samenwonen in hun nieuwe appartementen. Ze gaan ook langs bij de experten voor een follow-upgesprek.	Aflevering 7	Nicole & Martijn: huwelijksreis + gesprek expert Wilfred & François: huwelijksreis + gesprek expert Maarten & Richelle: huwelijksreis Wichian & Loes: huwelijksnacht + ochtend Remco & Paula: voorbereiding en begin trouw
Aflevering 8	De koppels wonen samen en leren elkaar beter kennen en ook elkaars vrienden en familie.	Aflevering 8	Nicole & Martijn: huwelijksreis Wilfred & François: huwelijksreis Maarten & Richelle: huwelijksreis Wichian & Loes: vertrek huwelijksreis Remco & Paula: trouw en feest Laura & Cathalijne: Introductie en voorbereiding trouw
Aflevering 9	Alle deelnemers gaan samen op koppelsweekend. Ze doen een aantal activiteiten, hebben een gesprek met de experten en kijken ook naar de beelden van hun trouw.	Aflevering 9	Nicole & Martijn: huwelijksreis + thuiskomst Wilfred & François: huwelijksreis Maarten & Richelle: huwelijksreis + gesprek expert Wichian & Loes: huwelijksreis Remco & Paula: feest en vertrek naar hotel Laura & Cathalijne: voorbereiding en begin trouw
Aflevering 10	De laatste weken van het experiment en samenwonen Aanloop naar het keuzemoment van Emma & Emile	Aflevering 10	Nicole & Martijn: keuzemoment (nee) Wilfred & François: samenwonen (bij Wilfred) Maarten & Richelle: huwelijksreis Wichian & Loes: huwelijksreis Remco & Paula: huwelijksnacht, ochtend + vertrekken op huwelijksreis Laura & Cathalijne: trouw en feest
Aflevering 11	Keuzemoment Emma & Emile (ja) Keuzemoment Isabelle & Matthieu (nee)	Aflevering 11	Wilfred & François: samenwonen Maarten & Richelle: gesprek expert + einde huwelijksreis Wichian & Loes: huwelijksreis

	Aanloop naar het keuzemoment van Fleur & Alexander, Jolien & Brecht		Remco & Paula: huwelijksreis + gesprek expert Laura & Cathalijne: feest + huwelijksnacht Patricia & Stephan (bonuskoppel): introductie & voorbereiding trouw
Aflevering 12	Keuzemoment Fleur & Alexander (nee) Keuzemoment Jolien & Brecht (ja) Reünie met alle koppels	Aflevering 12	Wilfred & François: samenwonen, vrienden ontmoeten Wichian & Loes: huwelijksreis Remco & Paula: huwelijksreis Laura & Cathalijne: ochtend na trouw, vertrek huwelijksreis Patricia & Stephan: voorbereiding + trouw
		Aflevering 13	Nicole en Martijn: afspreken vrienden en praten over ervaring Wilfred & François: samenwonen, vrienden ontmoeten Maarten & Richelle: vrienden ontmoeten Wichian & Loes: huwelijksreis Remco & Paula: huwelijksreis + gesprek expert Laura & Cathalijne: huwelijksreis Patricia & Stephan: trouw en feest + vertrek huwelijksreis
		Aflevering 14	Wilfred & François: samenwonen Maarten en Richelle: spreken apart af met vrienden om te praten Wichian & Loes: huwelijksreis (laatste dag) Remco & Paula: huwelijksreis (laatste dag) Laura & Cathalijne: huwelijksreis (laatste dag) + gesprek expert Patricia & Stephan: huwelijksreis
		Aflevering 15	Wilfred & François: op restaurant Maarten & Richelle: Richelle komt bij Maarten thuis

			<p>Wichian & Loes: samenwonen (bij Loes) Remco & Paula: koffiedrinken bij Paula thuis Laura & Cathalijne: Chatalijne komt bij Laura thuis Patricia en Stephan: huwelijksreis + gesprek expert</p> <p>Groepsdiner met alle deelnemers. Ze krijgen een video te zien waarom Nicole en Martijn al uit elkaar zijn. Alle koppels vertellen over hun ervaringen.</p>
		Aflevering 16	<p>Wilfred & François: tentoonstelling + uit eten Maarten & Richelle: samenwonen, bij familie op bezoek Wichian & Loes: samenwonen Remco & Paula: op bezoek bij elkaar Laura & Cathalijne: samenwonen Patricia & Stephan: huwelijksreis</p>
		Aflevering 17	<p>Wilfred & François: ruzie, uit elkaar, gesprek expert Maarten & Richelle: samenwonen Wichian & Loes: Loes bij Wichian thuis, familie op bezoek Remco & Paula: gesprek expert Laura & Cathalijne: Cathalijne komt bij Laura, familie op bezoek Patricia & Stephan: huwelijksreis</p>
		Aflevering 18	<p>Wilfred & François: komen samen op koppelsweekend (zijn uit elkaar) Maarten & Richelle: Maarten bij Richelle thuis Wichian & Loes: praten met vrienden over relatie Laura & Cathalijne: samenwonen</p>

			<p>Patricia & Stephan: einde huwelijksreis + samenwonen (bij Stephan)</p> <p>Koppelsweekend met Carlo: iedereen komt toe op het weekend en vertellen aan elkaar hoe het is met iedereen</p>
		Aflevering 19	<p>Koppelsweekend met alle deelnemers: ze krijgen o.a. dansles, en ook gesprekken met de experts. Er is ook een feestje. Martijn en Nicole komen als verrassing langs op dit feestje.</p>
		Aflevering 20	<p>Einde koppelsweekend met alle deelnemers: laatste diner samen</p> <p>Wilfred & François: keuzemoment (nee) Maarten & Richelle: samenwonen, gesprek gevoelens Wichian & Loes: Loes gesprek expert + keuzemoment (ja) Patricia & Stephan: Stephan komt bij Patricia thuis</p>
		Aflevering 21	<p>Maarten & Richelle: gesprek expert + keuzemoment (ja) Remco & Paula: Paula praat met medium + keuzemoment (nee) Laura & Cathalijne: familie op bezoek, potten bakken + keuzemoment (ja) Patricia & Stephan: bij familie op bezoek + keuzemoment (ja) + nog eens trouw vieren</p>

*Gemarkeerde afleveringen zijn degene waarvan een sequentieanalyse gemaakt werd en werden meer detail geanalyseerd.

7.2. Sequentie-analyse

7.2.1. Blind Getrouwd (Vlaanderen)

Aflevering 1

Scène	Van-tot	Wie	Waar	Beschrijving	Opmerking
1	0:00 – 4:25	Alle deelnemers & familie	Verschillende locaties: bij deelnemers thuis, op het werk...	De deelnemers komen erachter dat ze geselecteerd zijn om deel te nemen aan blind getrouwd.	
2	4:26 – 5:23	Voice-over + alle deelnemers in beeld	Beelden van op de bruiloft	Uitleg van het concept van het programma met een voice-over. Verschillende beelden uit de bruiloften.	Voice-over
3	5:24 – 6:39	De bruiden, bruidegoms familie/ vrienden	Hotelkamers van de kandidaten	Alle deelnemers maken zich klaar voor de trouw samen met hun familie en vrienden.	
4	6:40 – 7:55	De experts Ingeborg	In een soort keuken	Gesprek tussen Ingeborg en experts, ze praten over de kandidaten.	
5	7:56 – 12:06	Alle kandidaten (- Alexander) + experts	Bruidswinkel	De vrouwen ontmoeten elkaar voor het eerst en de mannen ook. De experts komen ook toe om te praten met de deelnemers en nog de laatste tips te geven	
6	12:07-12:34	Jolien en aanhang	Hotelkamer	Ochtend voor de trouw	
7	12:35-16:06	Jolien Experts Ingeborg De oma van Jolien	Verschillende locaties: bij mémé thuis, schaatsbaan ...	Introductie van Jolien: ze stelt zichzelf voor en de experts praten over haar. Jolien vertelt aan haar mémé dat ze gaat trouwen.	Miss Gent
8	16:07-18:56	Jolien + aanhang	Auto, bruidswinkel	Samen met vriendinnen en familie gaat ze haar trouwjurk uitzoeken.	
9	18:57-20:38	Jolien en aanhang	hotelkamer	Jolien krijgt brief en cadeau van haar verloofde	
10	20:39-24:30	Experts Ingeborg Brecht Ouders Brecht	Verschillende locaties: school, brandweerka zerne...	Introductie van de man van Jolien, Brecht. Hij stelt zichzelf voor en de experts praten over hem en de match tussen het koppel. Brecht vertelt aan zijn ouders dat hij gaat trouwen.	
11	24:31-27:15	Brecht en aanhang Jolien en aanhang	Van hotel naar de trouwlocatie	Ochtend van de trouw: vertrekt naar de trouwlocatie met zijn vrienden. Jolien trekt haar trouwkleed aan en vertrekt ook naar de trouwlocatie.	
12	27:16-35:23	Brecht Jolien & gasten	Trouwlocatie: Paddenbroek (Gooik)	Aankomst op trouwlocatie. Brecht komt eerst toe, neemt afscheid van zijn vrienden en wacht buiten de trouwzaal. Hij komt de zaal binnen en praat met alle gasten.	

				Jolien komt ook toe op de locatie, neemt afscheid van de haar vrienden en wacht buiten de trouwzaal tot ze binnen mag.	
13	35:24-41:43	Brecht Jolien & gasten	Trouwlocatie: Paddenbroek (Gooik)	Jolien en Brecht zien elkaar voor het eerst. Hierna volgt de trouwceremonie waarin ze zichzelf ook voorstellen.	Burgemeester = trouwambtenaar Lint met Belgische vlag Plaatsnaam : Gooik
14	41:44-42:23	Brecht Jolien	Trouwlocatie: Paddenbroek (Gooik)	Eerste gesprek met elkaar als getrouwd koppel zonder alle gasten.	
15	42:24-43:25	Emma en zussen	Appartement Emma	Emma maakt zich klaar voor de bruiloft.	
16	43:26-48:05	Emma en familie Experts Ingeborg	Verschillende locaties: koffiebar, haar appartement, haar werk...	Introductie van Emma: Emma stelt zichzelf voor en de experts praten over haar. Emma vertelt aan haar mama en zussen dat ze gaat trouwen.	'Gentse tongval' Koffiebar in Gent 'Vlaams kantje'
17	48:06-52:24	Emile en familie/vriend Experts Ingeborg	Verschillende locaties: zijn appartement, dieren-voedselbank	Introductie van Emile: hij stelt zichzelf voor en de experts praten over hem en de mogelijke match. Hij vertelt aan zijn vrienden en ouders dat hij gaat trouwen.	
18	52:25-54:14	Emma en aanhang Emile en aanhang	Bruidswinkel Kostuumwinkel	Emma kiest haar trouwjurk en Emile zoekt zijn kostuum uit.	
19	54:15-57:10	Emile en aanhang Emma en aanhang	Hotelkamer Auto	Ochtend van de trouw: Emile maakt zich klaar voor de trouw en vertrekt naar de trouwlocatie. Ook Emma maakt zich klaar voor de trouw en vertrekt naar de trouwlocatie.	
20	57:11-1:05:32	Emile Emma Gasten	Trouwlocatie: tuin Sint-Pietersabdij (Gent)	Alle gasten komen toe op de trouwlocatie. Emile komt ook toe op de locatie en krijgt al een brief van Emma. Hij moet nog even alleen wachten tot hij naar het altaar mag. Hij komt toe aan het altaar en praat met alle gasten tot zijn echtgenote komt. Ook Emma komt toe op de locatie en neemt afscheid van haar familie. Ze moet nog even alleen wachten.	
21	1:05:33 - 1:13:55	Emile Emma Gasten	Trouwlocatie: tuin Sint-Pietersabdij (Gent)	Emma wandelt naar het altaar. Emma en Emile zien elkaar voor het eerst. Hierna volgt de trouwceremonie waarin ze zichzelf ook voorstellen.	Burgemeester of schepen?
22	1:13:56 -	Emile Emma	Trouwlocatie: tuin Sint-	Eerste gesprek met elkaar als getrouwd koppel zonder alle gasten.	

	1:14:26		Pietersabdij (Gent)		
23	1:14:27 - 1:15:08			Teaser van volgende aflevering	

Aflevering 3

Scène	Van-tot	Wie	Waar	Beschrijving	Opmerking
1	0:00- 0:57			Intro van blind getrouwd	
2	0:58- 2:10			Overzicht van vorige aflevering	
3	2:11- 3:30	Fleur Alexander Familie	Trouwlocatie Auto	Fleur en Alexander verlaten de trouwlocatie. De gasten geven hun mening over het kersverse koppel. Het koppel vertrekt met de auto naar de fotoshoot en heeft hun eerste gesprek.	
4	3:31- 5:24	Jolien & Brecht Emma & Emilie Isabelle & Matthieu	Auto	Na hun fotoshoot zijn de Jolien en Brecht, Emma en Emile onderweg naar het kasteeldomein. Isabelle en Mathieu zijn onderweg naar de fotoshoot	
5	5:25- 9:54	Isabelle & Matthieu Fleur & Alexander	Fotoshoot: plantentuin en oud station	Er worden trouwfoto's genomen.	
6	9:55- 16:34	Alle koppels Ingeborg	Feestlocatie: kasteeldomein T'Rest (Pepingen)	Alle koppels komen toe op de feestlocatie waar Ingeborg hen verwelkomt. Ze ontmoeten de andere pasgetrouwde koppels. Ze praten met elkaar over de trouw en hun ervaringen.	
7	16:35- 17:39	Alle koppels Gasten	Feestlocatie: kasteeldomein T'Rest (Pepingen)	De gasten komen toe op de receptie. De bruidjes worden opnieuw opgemaakt voor het feest. De mannen praten met elkaar.	
8	17:40- 25:22	Alle koppels Ingeborg Gasten	Feestlocatie: kasteeldomein T'Rest	Alle koppels komen toe op de receptie. Ze ontmoeten de vrienden en familie van hun nieuwe partners.	
9	25:23- 34:24	Alle koppels Gasten Ingeborg	Feestlocatie: kasteeldomein T'Rest - tenten	Diner in iets intiemere kring. Elk koppel heeft zijn eigen tent met vrienden en familie om te eten. Ze geven speeches aan hun gasten en krijgen ook speeches te horen van gasten. Ingeborg praat ook met een aantal gasten.	
10	34:25- 36:49	Alle koppels Ingeborg Gasten	Feestlocatie: kasteeldomein T'Rest - tenten	Alle koppels steken het vuurwerk van hun bruidstaart aan en gaan weer terug naar eigen tent. Ze eten de taart.	

11	36:50-47:16	Alle koppels Gasten	Feestlocatie: kasteeldomein T'Rest - tenten	Openingsdans van elk koppel in hun tent. We zien ook een aantal reacties van gasten.	
12	47:17-52:02	Alle koppels Gasten	Feestlocatie: kasteeldomein T'Rest - binnenplein	Groot feest met alle koppels en gasten waar er gedanst wordt. Op het einde van het feestje nemen ze afscheid van iedereen.	Muziek: Vuurwerk
13	52:03-57:29	Alle koppels	Hotelkamers	Alle koppels komen op hun hotelkamers waar de huwelijksnacht zal plaatsvinden. Ze maken zich allemaal klaar om te gaan slapen en gaan slapen.	
14	57:30-1:04:30	Alle koppels	Hotelkamers en buiten	Alle koppels worden wakker en krijgen ontbijt op bed. Isabelle en Matthieu maken een wandeling en ontbijten buiten.	
15	1:04:31 - 1:10:26	Alle koppels Experts	Tuin: lounge	De koppels komen samen en praten over hun huwelijksnacht en ochtend. De experts komen er ook bij om te praten over iedereen's ervaring en de huwelijksreis die eraan komt. Elk koppel heeft ook nog een apart gesprek met een expert.	
16	1:10:27 - 1:12:42	Alle koppels	Luchthaven, vliegtuig, Rhodos, busje naar hotel	De koppels vertrekken op huwelijksreis. We zien ze kort op het vliegtuig en een aantal beelden van de bestemming. Ze komen toe op Rhodos en gaat met een busje naar het hotel en komen toe op het hotel.	
17	1:12:43 - 1:13:26			Teaser voor volgende aflevering	

Aflevering 4

Scène	Van-tot	Wie	Waar	Beschrijving	Opmerking
1	0:00-0:58			Overzicht van vorige aflevering + aantal beelden van deze aflevering	
2	0:59-14:08	Alle koppels	Hotelkamer, terras van kamer met zwembad	Ze worden naar hun hotelkamer gebracht en komen toe in hun kamer waar ze alles ontdekken. Ze krijgen eten op de kamer gebracht dat ze samen opeten, terwijl ze elkaar beter leren kennen. Een aantal koppels nemen nog een duik in het zwembad.	
3	14:09-17:33	Alle koppels	Hotelkamer	De koppels maken zich klaar om naar bed te gaan en gaan slapen.	
4	17:34-22:09	Alle koppels	Hotelkamer	Alle koppels worden wakker. Ze krijgen ontbijt op de kamer, wat ze in het zwembad kunnen opeten.	
5	22:10-23:07	Isabelle & Matthieu	Auto	Isabelle en Matthieu vertrekken met de auto naar een workshop pottenbakken.	
6	23:08 – 24:20	Fleur & Alexander	Hotelkamer	Ze gaan straks rotsklimmen. Fleur is zenuwachtig, maar Alexander kalmeert haar.	
7	24:21-25:42	Jolien & Brecht	Hotelresort	Ze gaan op verkenning in het resort.	
8	25:43-27:08	Emma & Emile	Dorpje	Ze lopen een beetje rond in het dorpje naast het hotel. Ze gaan winkeltjes binnen.	

9	27:09-29:11	Isabelle & Matthieu	Pottenbak-atelier	Ze komen toe op de plek om te pottenbakken. Ze kijken eerst naar een man die aan het pottenbakken is en daarna mogen ze het zelf proberen.	
10	29:12-30:16	Alle koppels	Hotelresort Dorpje Auto Pottenbak-atelier	Korte shots van de activiteiten van elk koppel. Jolien en Brecht drinken een cocktail op het resort. Emma en Emile drinken iets in een cafeetje in het dorpje. Fleur en Alexander zijn onderweg naar de rotsen. Isabelle is klaar met haar vaas en Matthieu zijn pot is mislukt	
11	30:17-32:12	Fleur & Alexander	Rotsen	Ze komen toe bij de rotsen waar ze een uitleg krijgen. Ze maken zich klaar om te rots te beklimmen en Fleur is zenuwachtig.	
12	32:13-33:23	Jolien & Brecht	Hotelresort	Gesprek tussen Jolien en Brecht in de bar van het hotel.	
13	33:24-34:47	Isabelle & Matthieu	Pottenbak-atelier	Ze mogen een reeds afgewerkte mok voor elkaar beschilderen.	
14	34:48-38:27	Fleur & Alexander	Rotsen	Ze gaan de rots beklimmen. Fleur is erg zenuwachtig en raakt in paniek. Ze keert terug naar beneden. Alexander gaat wel naar boven.	
15	38:28-39:43	Alle koppels	Verschillende locaties: resort, auto ...	Alle koppels vertrekken naar hun volgende activiteiten.	
16	39:44-40:36	Fleur & Alexander	Natuur	Ze komen toe op de locatie waar ze gaan paardrijden.	
17	40:37-41:21	Isabelle & Matthieu	Auto	Ze gaan op jeepsafari.	
18	41:22-42:44	Emma & Emile	Restaurant	Ze gaan een kookles volgen om te leren hoe ze moussaka moeten maken.	
19	42:45-44:45	Jolien & Brecht	Aan de kust	Het plan is om te gaan paragliden. Dit kan niet doorgaan omdat er te veel wind is. Ze gaan in plaats daarvan naar het centrum.	
20	44:46-46:31	Fleur & Alexander Isabelle & Matthieu	Natuur Auto	Fleur en Alexander gaan paardrijden. Isabelle en Matthieu zijn op jeepsafari. We zien afwisselend beelden van hun activiteiten.	
21	46:32-47:57	Emma & Emile	Restaurant	Ze gaan verder met het klaarmaken van moussaka.	
22	47:58-48:52	Jolien & Brecht	Auto Minigolf	Ze zitten in de auto onderweg naar het centrum. Ze passeren een minigolf en besluiten om dat te gaan doen.	
23	48:53-49:36	Fleur & Alexander	Strand	Ze rijden paard op het strand.	
24	49:37-51:15	Alle koppels	Verschillende locaties: Auto Minigolf Restaurant Natuur	We zien een aantal korte shots van de activiteiten. De jeepsafari gaat verder voor Isabelle en Matthieu. Brecht en Jolien gaan verder met minigolfen. Emma en Emile eten hun moussaka. Fleur en Alexander rijden verder paard.	

25	51:16-52:44	Isabelle & Matthieu	Auto	Ze hebben een gesprek in de jeep.	
26	52:45-54:10	Fleur & Alexander	Strand	Ze zijn klaar met paardrijden en gaan even met hun voeten in de zee.	
27	54:11-57:38	Jolien & Brecht	Hotelresort	Ze gaan op restaurant en praten over hun kinderwens.	
28	57:39-58:21			Teaser voor volgende aflevering	

Aflevering 7

Scène	Van-tot	Wie	Waar	Beschrijving	Opmerking
1	0:00-0:56			Overzicht van vorige aflevering + aantal beelden van deze aflevering	
2	0:57-1:48	Alle koppels	Appartementen van de koppels	Korte beelden van alle koppels over het klaarmaken in de ochtend om te gaan werken.	
3	1:49-2:38	Jolien & Brecht	Appartement J&B	Brecht komt terug van het hardlopen en ze bespreken kort de planning.	
4	2:39-3:46	Isabelle & Matthieu	Hotel waar Isabelle werkt	Matthieu komt op bezoek bij het werk van Isabelle.	
5	3:47-4:49	Jolien & Brecht	Terras van appartement J&B	Brecht komt terug van zijn werk en ze drinken samen een aperitief.	
6	4:50-6:09	Fleur & Alexander	Appartement F&A	Alexander is aan het koken voor Fleur als ze terugkomt van haar werk.	
7	6:10-6:50	Isabelle & Matthieu Jolien & Brecht Fleur & Alexander	Centrum van stad Appartement J&B Appartement van F&A	Korte shots van de koppels: Isabelle en Matthieu lopen rond in de stad. Jolien en Brecht gaan naar Brecht zijn appartement. Fleur en Alexander gaan eten.	
8	6:51-8:12	Isabelle & Matthieu	Centrum van de stad en park	Ze lopen verder in de stad en bespreken de boodschappen. Ze gaan hierna picknicken in het park.	
9	8:13-9:03	Jolien & Brecht	Auto	Ze zitten in de auto onderweg naar het appartement van Brecht	
10	9:04-10:56	Emma & Emile Zus Emma en vriend	Appartement E&E	Ze krijgen bezoek van de zus van Emma en haar vriend.	
11	10:57-13:12	Jolien & Brecht	Appartement Brecht	Brecht laat Jolien zijn appartement zien.	Appartement: Stella Artois
12	13:13-15:12	Fleur & Alexander	Appartement F&A	Ze zitten op samen in de zetel terwijl ze in een bucketlist boek voor koppels kijken.	
13	15:13-17:03	Isabelle & Matthieu	Stadspark	Ze zitten nog in het park waar ze gepicknickt hebben, waar ze een beetje praten.	

14	17:04-18:59	Jolien & Brecht Familie Brecht	Huis van ouders Brecht	Ze gaan naar een familie BBQ bij de ouders van Brecht.	
15	19:00-21:08	Alle koppels Zus Emma en vriend Familie Brecht	Straat buiten appartement Appartement I&M Appartement E&E Huis ouders Brecht	Korte shots van alle koppels. Fleur en Alexander gaan het vuil buiten zetten. Isabelle en Matthieu kijken naar een film. Bij Emma en Emile is de zus nog op bezoek en gaan ze eten. Jolien en Brecht zijn nog op bezoek bij zijn ouders.	
16	21:09-23:28	Emma & Emile Zus Emma en vriend	Appartement E&E	De zus en vriend zijn nog steeds op bezoek bij Emma en Emile en ze praten over typische gewoontes van de familie.	
17	23:29-27:12	Alle koppels	Appartement F&A Appartement I&M Appartement E&E Auto	Het is avond. Aantal korte shots van alle koppels. Fleur en Alexander gaan slapen. Isabelle en Matthieu gaan slapen. Emma en Emile nemen afscheid van de gasten en maken zich klaar om te gaan slapen. Jolien en Brecht rijden terug naar huis.	
18	27:13-28:10	Alle koppels	Alle appartementen van de koppels	Aantal shots van alle koppels en hun dagelijkse routines.	
19	28:11-29:23	Fleur Vriendinnen Fleur	Appartement F&A	Fleur is een aantal dagen alleen thuis. Haar vriendinnen komen op bezoek en ze praten over de relatie met Alexander.	
20	29:24-30:57	Jolien & Brecht	Appartement J&B	Laatste avond van Jolien en Brecht voordat Jolien moet vertrekken voor haar werk. Ze drinken samen een aperitief.	
21	30:58-32:57	Fleur Vriendinnen Fleur	Appartement F&A	Fleur praat met haar vriendinnen over de intimiteit binnen de relatie.	
22	32:58-37:12	Jolien & Brecht	Appartement J&B	Jolien en Brecht praten nog verder over hoe het zal zijn als ze even apart zijn. Ze praten ook over de relatie met hun ouders.	
23	37:13-37:40	Jolien & Brecht	Appartement J&B	Jolien en Brecht nemen afscheid, omdat Jolien moet gaan werken (ze werkt als stewardess).	
24	37:41-38:28	Matthieu	Auto	Matthieu is onderweg naar Isabelle in de Ardennen. Ze bellen even met elkaar.	
25	38:29-39:28	Emma & Emile	Auto	Ze zijn onderweg om te gaan sporten.	
26	29:29-40:47	Isabelle & Matthieu Familie Isabelle	Huisje in Ardennen	Matthieu komt aan in de Ardennen. Hij sluit aan bij haar familie om te eten.	

27	40:48-42:44	Brecht Opa Brecht en buurman	Huis van opa Brecht	Brecht gaat op bezoek bij zijn opa. Ze praten over de relatie met Jolien.	
28	42:45-44:48	Emma & Emile Isabelle & Matthieu Familie Isabelle	Fitness Tuin van het huis in de Ardennen	Aantal korte shots. Emma en Emile zijn aan het sporten. Isabelle en Matthieu spelen spelletjes met de familie.	
29	44:49-45:54	Brecht Opa Brecht en buurman	Huis van opa Brecht	Brecht praat met opa en buurman over het gemis van Jolien.	
30	45:55-48:40	Fleur & Alexander	Restaurant	Ze gaan op date in een restaurant.	
31	48:41-54:22	Isabelle & Matthieu Expert	Praktijk van expert	Ze hebben een follow-up gesprek met een expert.	Praten over intimiteit: 'seks' niet uitspreken
32	54:23-55:04			Teaser voor volgende aflevering	

Aflevering 9

Scène	Van-tot	Wie	Waar	Beschrijving	Opmerking
1	0:00-0:57			Overzicht van vorige aflevering + aantal beelden van deze aflevering	
2	0:58-4:59	Ingeborg Alle koppels	Kasteelhoeve Wange (Landen)	Alle koppels doen koppelsyoga onder leiding van Ingeborg.	Locatie benoemen
3	5:00-9:14	Alle koppels Experts Ingeborg	Domein van de kasteelhoeve	Ze krijgen een nieuwe opdracht van Ingeborg en de experts. Ze moeten een vertrouwensparcours afleggen. Afwisselende shots van alle koppels.	
4	9:15-21:38	Experts Emma & Emile Fleur & Alexander	Domein van de kasteelhoeve	Ze krijgen hun trouwfoto te zien in het bijzijn van een expert en geven hun reactie erop. Hierna gaat elk koppel in gesprek met een expert om te praten over hun ervaringen en gevoelens.	Locatie 'Landen' benoemen
5	21:39-23:54	Alle koppels	Domein van de kasteelhoeve	De mannen maken de BBQ klaar terwijl de vrouwen aan tafel wat praten over hun ervaringen. Ze eten allemaal samen.	'Traditioneel': mannen BBQ
6	23:55-39:17	Alle koppels	Busjes op het domein van de kasteelhoeve	De koppels krijgen voor de eerste keren de beelden van hun huwelijk te zien. Ze hebben een outdoor bioscoop gemaakt waar elk koppel in een busje naar de video's kan kijken. Alle koppels reageren op de beelden van de huwelijken.	

7	39:18-44:44	Alle koppels	Busjes op het domein van de kasteelhoeve	De koppels worden wakker en gaan per koppel ontbijten bij hun busjes.	
8	44:45-53:42	Experts Jolien & Brecht Isabelle & Matthieu	Domein van de kasteelhoeve	De andere twee koppels krijgen hun trouwfoto te zien in het bijzijn van een expert en geven hun reactie erop. Hierna gaat elk koppel in gesprek met een expert om te praten over hun ervaringen en gevoelens.	
9	53:43-55:50	Alle koppels	Domein van de kasteelhoeve	De koppels ruimen alles van het kamperen op zodat ze weer naar huis kunnen vertrekken. Ze nemen afscheid van elkaar en rijden weer terug naar huis.	
10	55:51-56:32			Teaser voor volgende aflevering	

Aflevering 12

Scène	Van-tot	Wie	Waar	Beschrijving	Opmerking
1	0:00-0:58			Overzicht van vorige aflevering + aantal beelden van deze aflevering	
2	0:59-2:22	Fleur Alexander	Huis Fleur 'Varsenare' Park in Brussel	Ze bereiden zich voor op het beslissingsmoment. Ze schrijven elk hun brief voor het finale beslissingsmoment.	'Varsenare' 'Brussel'
3	2:23-04:07	Fleur Alexander	Huis Fleur Stadhuis Varsenare	Ze vertrekken naar het stadhuis en komen daar aan. Alexander wacht op Fleur op de plaats waar ze een aantal weken geleden getrouwd zijn.	'Jabbeke'
4	04:08-15:05	Fleur & Alexander	Stadhuis	Fleur komt toe en ze begroeten elkaar. Het finale beslissingsmoment is aangebroken en ze lezen elk hun brief voor. Ze beslissen om te scheiden. We zien ook nog een aantal beelden van hun hele avontuur.	
5	15:06-19:57	Brecht Jolien Neef Brecht Vriendin van Jolien	Appartement Brecht Appartement Jolien	Ze zijn nu een aantal dagen apart om een beslissing over hun huwelijk te kunnen nemen. Brecht sport. Jolien plakt foto's van hen in een album. Brecht spreekt af met zijn neef om alles te bespreken. Bij Jolien komt ook een vriendin langs.	Frietjes van frituur Jupiler
6	19:58-21:51	Brecht Jolien	Appartement Brecht Auto Jolien	Ze maken zich klaar voor het beslissingsmoment en vertrekken naar het stadhuis. Ze komen aan op het stadhuis en Brecht wacht op Jolien op de plaats waar ze een aantal weken geleden getrouwd zijn.	
7	21:52-33:00	Brecht & Jolien	Stadshuis	Jolien komt toe en ze begroeten elkaar. Het finale beslissingsmoment is aangebroken en ze lezen elk hun brief voor. Ze beslissen om getrouwd te blijven. We zien ook nog een aantal beelden van hun hele avontuur.	
8	33:01-34:47	Ingeborg Alle koppels	Blanc Fixe	Ingeborg heeft alle koppels uitgenodigd voor een reünie om te horen wat er gebeurd is na het beslissingsmoment. Alle koppels komen toe en begroeten elkaar.	'Drongen'

9	34:48-41:13	Ingeborg Alle koppels	Tent Blanc Fixe	Ingeborg bespreekt het hele avontuur met de koppels. Ze kijken terug naar beelden waar ze erachter kwamen dat ze gingen trouwen en naar beelden van het selectieproces.	
10	41:14-44:40	Ingeborg Emma & Emile	Lounge Blanc Fixe	Ingeborg heeft een apart gesprek met Emma & Emile om te praten over hoe het hele avontuur is geweest en hoe het nu met hen gaat. Ze zijn nu niet meer samen.	
11	44:41-48:54	Ingeborg Isabelle & Matthieu	Lounge Blanc Fixe	Ingeborg heeft een apart gesprek met Isabelle en Matthieu om te praten over hoe het hele avontuur is geweest en hoe het nu met hen gaat.	
12	48:55-49:39	Alle koppels	Tent Blanc Fixe	In de tent zijn allemaal foto's opgehangen van alle koppels. Ze kijken naar deze foto's en delen herinneringen met elkaar.	
13	49:40-53:32	Ingeborg Fleur & Alexander	Lounge Blanc Fixe	Ingeborg heeft een apart gesprek met Fleur en Alexander om te praten over hoe het hele avontuur is geweest en hoe het nu met hen gaat.	
14	53:33-58:19	Brecht & Jolien Mémé Jolien	Appartement Jolien Auto	Brecht en Jolien zijn nog steeds getrouwd, maar moesten dit geheim houden. We krijgen te zien hoe zich vermommen om een koffie te gaan drinken bij de oma van Jolien. Ze praten ook nog over hoe het nu gaat.	Verschillende taartjes eten: 'toerte' Man kookt
15	58:20-1:00:50	Ingeborg Brecht & Jolien	Lounge Blanc Fixe	Ze praten met Ingeborg over hoe het met hen gaat en hoe het was om zich steeds te moeten vermommen. Ook praten ze over hoe het in de toekomst zal verdergaan.	
16	1:00:50 - 1:02:44	Ingeborg Alle koppels	Tent Blanc Fixe	Ingeborg vertelt dat ze nog een verrassing heeft aan de koppels (en kijkers) en laat nog een video van de reis zien. De deelnemers beschrijven nog kort hun avontuur. Ze krijgen allemaal een boeket bloemen.	
17	1:02:45 - 1:03:28	Brecht & Jolien	Appartement Brecht	Een video met verborgen camera van een verjaardagsetentje voor Jolien. Brecht vraagt haar ten huwelijk (omdat hij dit nooit heeft kunnen doen).	
18	1:03:29 - 1:03:59	Ingeborg	Blanc Fixe	Ingeborg sluit het seizoen af met nog een primeur. Er gaat namelijk nog een vijfde koppel trouwen, waarvan de avonturen op VTM GO kunnen gevolgd worden onder de titel 'Blind Getrouwd, Het Vijfde Huwelijk'.	

7.2.2. Married at First Sight (Nederland)

Aflevering 1

Scène	Van-tot	Wie	Waar	Beschrijving	Opmerking
1	0:00-2:32	Oud-deelnemers Carlo	Woonkamer	Intro van oud-deelnemers die naar het programma kijken. De presentator Carlo legt het concept uit van het programma. We zien al een aantal beelden van de kandidaten die gaan trouwen. Ook zien we een teaser van dingen die gaan gebeuren dit seizoen.	
2	2:33-5:06	Groep 1 deelnemers	Boot	De eerste groep (mannen) komen toe op de 'testdag'. Carlo legt uit aan de kijker dat het geen echte testdag	

		Carlo Groep 2 deelnemers	Terras van restaurant	is, maar dat ze te weten gaan komen dat ze gaan trouwen. De mannen praten wat met elkaar op de boot. Dan zien we de tweede groep (vrouwen + 1 man) toekomen op de 'testdag' en praten met elkaar.	
3	5:07- 7:16	Experts Carlo	Terras van restaurant	De 4 experts worden geïntroduceerd. Ze praten met Carlo over het matchingproces.	
4	7:17- 12:43	Carlo Alle deelnemers	Boot Terras van restaurant	Carlo vertelt beide groepen het goede nieuws dat het geen testdag is, maar dat ze gaan trouwen. Ze doen eerst alsof maar 1 iemand van de groep gaat trouwen, maar dan komt de waarheid naar boven dat ze allemaal gaan trouwen. We krijgen de eerste reacties van iedereen te zien op dit nieuws.	
5	12:44- 14:21	Wilfred Carlo	Boot	Een van de deelnemers, Wilfred, belt naar zijn zus om het nieuws te vertellen.	
6	14:22- 15:30	Alle kandidaten	Boot Terras van restaurant	De eerste groep viert het goeie nieuws samen. Ook de tweede groep viert het goede nieuws. Een soort 'vrijgezellenfeestje'.	
7	15:31- 17:18	Carlo Experte Evelien Laura	Huis Laura Restaurant	Een van de deelnemers zit ziek thuis. Carlo en experte Evelien videobellen naar Laura om het nieuws te vertellen.	
8	17:19- 22:23	Experts Carlo Nicole Martijn	Verschillend e locaties: Experts: tafel restaurant Nicole: Amsterdam, haar huis Martijn: thuis, kapper	De experts maken matches. Hierna zitten de experts aan tafel met Carlo om te praten over de eerste match. Ze stellen Nicole voor en hierna volgt haar introductie waarin ze zichzelf voorstelt. Na deze video keren we terug naar de experts die vertellen dat haar match Martijn is. Hierna zien we de intro van Martijn waarin hij zichzelf voorstelt. Dan zien we opnieuw de experts die praten over waarom ze een match zijn.	'gezellige Brabander' 'Seks'
9	22:24- 28:30	Martijn en kinderen Nicole en zus/ouders	Huis Martijn (in Nuenen) Huis zus Nicole	Martijn gaat het nieuws aan zijn kinderen vertellen tijdens een pizza-avond. Ook Nicole gaat het nieuws vertellen aan haar familie. Ze eerst gaat naar haar zus. Haar ouders komen hierna ook even langs. De kinderen van Martijn praten over wat voor vrouw ze zouden willen.	'op naar Nuenen'
10	28:31- 36:01	Martijn + aanhang Nicole + aanhang	Kostuumwin kel Bruidswinke l	Vorbereidingen voor de trouw. Martijn gaat zijn kostuum uitzoeken. Nicole gaat haar trouwjurk uitzoeken. Ze hebben beide een brief achtergelaten voor elkaar en deze lezen ze voor.	'Aalsmeer'
11	36:02- 42:53	Experts Carlo Wilfred François En vrienden	Verschillend e locaties: Experts: tafel restaurant (Nieuwegein)	De experts stellen de tweede match voor, namelijk Wilfred en François. Hierna volgen de introductievideo's van Wilfred en François waarin ze zichzelf voorstellen. Ze praten ook met vrienden over hun toekomstige partners. De experts praten nog verder met Carlo waarom ze een goede match zijn.	'Nieuwegein'

			François: winkel, huis Wilfred: werk, huis		
12	42:54- 49:48	Carlo Martijn Nicole & familie/ vrienden	Slot Zeist (trouwzaal) Huis Martijn Huis Nicole	Carlo geeft nog eens een introductie over het koppel. Martijn en Nicole maken zich klaar voor de bruiloft.	
13	49:49 - 1:02:29	Martijn Nicole Gasten Carlo Experts	Huis Martijn Huis Nicole Auto Slot Zeist	Martijn en Nicole vertrekken naar de trouwlocatie. Alle gasten komen aan op de locatie, waar Carlo met ze praat. Alle gasten gaan de trouwzaal binnen, ook de experts zitten in de zaal. Martijn ontmoet zijn schoonmoeder. Martijn wandelt de zaal binnen en praat met de gasten. Nicole wandelt naar de zaal toe met haar vader.	
14	1:02:30 - 1:03:17	Martijn Nicole Gasten	Slot Zeist	Nicole en Martijn zien elkaar voor het eerst in de trouwzaal. Ze maken een klein praatje met elkaar	
15	1:03:18 - 1:03:54			Teaser voor volgende aflevering	

Aflevering 2

Scène	Van-tot	Wie	Waar	Beschrijving	Opmerking
1	0:00- 1:16			Overzicht van vorige aflevering + aantal beelden van deze aflevering	
2	1:17- 7:49	Martijn Nicole Gasten Ceremonie meester	Slot Zeist: trouwzaal	Nicole loopt de trouwzaal in en het koppel ziet elkaar voor het eerst. Ze maken een kort praatje en dan begint de trouwceremonie. Ze worden aan elkaar voorgesteld door de ceremoniemeester.	
3	7:50- 9:59	François en moeder	Appartemen t moeder F	François vertelt aan zijn moeder dat hij gaat trouwen.	
4	10:00- 14:57	Martijn Nicole Gasten	Slot Zeist: trouwzaal	Verdere trouwceremonie. Ze lezen de geloften voor aan elkaar en zeggen het jawoord. Ze stappen de zaal uit en hebben hun eerste gesprek samen zonder gasten.	
5	14:58- 20:10	Martijn Nicole Gasten Carlo	Slot Zeist	Ze lopen naar de feestzaal waar ze een glas champagne drinken. Carlo praat met de gasten of ze tevreden zijn met de match. Carlo gaat daarna praten met het nieuwe koppel.	
6	20:11- 23:38	François + aanhang Wilfred + zus	Kostuum- winkel kapsalon	Vorbereidingen voor de trouw: François gaat een trouwkostuum shoppen. Wilfred gaat langs bij het kapsalon van zijn zus voor een laatste knipbeurt.	
7	23:39- 29:17	Experts Carlo Maarten	Verschillend e locaties:	De experts stellen de derde match voor. De bruidegom is Maarten. Nadat de experts wat praten over hem, zien we zijn introductievideo. Zijn	'Nieuwegein ,

		Richelle	Experts: tafel restaurant Maarten: huis, tennis Richelle: huis, tennis	toekomstige vrouw is Richelle. De experts praten ook wat over haar en daarna volgt haar introductievideo. De experts praten nog even met Carlo waarom het een match is.	'Ik woon in Ammerzoden, bij Den Bosch'
8	29:18-32:22	Martijn Nicole Gasten Expert: Patrick Carlo	Slot Zeist	Het koppel snijdt de bruidstaart aan en eten een stuk taart met hun gasten. Hierna gaan ze trouwfoto's maken. Hier tussendoor zien we ook een gesprek tussen Carlo en de expert over de match en de eerste ontmoeting van het koppel.	
9	32:23-35:41	Maarten en vriend Richelle en familie	Huis vriend Maarten Huis ouders Richelle	Maarten vertelt aan zijn beste vriend dat hij gaat vrouwen. Richelle vertelt het aan haar ouders en zus.	
10	35:42-44:43	Carlo François Wilfred	Landgoed Sparrendaal Hotelkamer Huis Wilfred Auto	Carlo geeft nog een korte introductie op de trouwdag van het koppel. De mannen maken zich klaar voor de bruiloft met vrienden en familie. Hierna vertrekken ze naar de trouwlocatie.	
11	44:44-47:59	Martijn Nicole Gasten	Slot Zeist: feestzaal	Het bruidspaar geeft een speech aan de gasten. Ook de kinderen van Martijn geven een speech. Hierna volgt de openingsdans van het koppel.	
12	48:00-57:18	François Wilfred Carlo Gasten	Landgoed Sparrendaal Auto	De gasten komen toe op de trouwlocatie. Carlo praat met alle gasten. De bruidegoms zijn onderweg naar de locatie. Wilfred is aangekomen op hand landgoed, waar Carlo even met hem praat. Hij ontmoet de beste vriend van François die een cadeau voor hem meeheeft. Ook François is op de locatie toegekomen en Carlo praat ook met hem. Hij ontmoet de zus van Wilfred die ook een cadeau voor hem meeheeft.	'Het was een boer uit Friesland' 'I fucked up' => vloeken
13	57:18-1:02:17	Martijn Nicole Gasten	Slot Zeist: feestzaal Auto	Het dansfeest van Martijn en Nicole is bezig. De vrienden vertellen hoe ze ervoor hebben gezorgd dat het koppel elkaar niet eerder heeft ontmoet (ze hebben gemeenschappelijke vrienden). Nicole praat met haar vriendinnen over Martijn. Martijn praat ook met zijn vrienden over Nicole. Als het feest is afgelopen, wordt het bruidspaar uitgezwaaid door de gasten wanneer ze naar het hotel vertrekken.	'Bossche bolletjes' Zingt: 'De Brabantse nachten zijn lang'
14	1:02:18-1:02:49			Teaser voor volgende aflevering	

Aflevering 3

Scène	Van-tot	Wie	Waar	Beschrijving	Opmerking
1	0:00-0:59			Overzicht van vorige aflevering	

2	1:00-9:04	François Wilfred Gasten Trouwambt enaar	Landgoed Sparrendaal : trouwzaal	De gasten wachten in de trouwzaal. Wilfred gaat als eerste de zaal binnen en praat met de gasten. Hierna komt François binnen en zien ze elkaar voor het eerst. Ze worden aan elkaar voorgesteld door de trouwambtenaar, die een tekst over hen voorleest.	Landgoed Sparrendaal
3	9:05-15:27	Maarten + aanhang Richelle + aanhang	Bruidswinkel Kostuumwinkel	Richelle gaat haar trouwjurk uitzoeken. Maarten gaat ook zijn trouwkostuum uitzoeken. Ze hebben beide een brief en cadeau achtergelaten voor elkaar. Ze pakken de cadeaus uit en lezen de brieven voor in de winkel.	'Richelle uit Ammerzoden'
4	15:28-21:02	François Wilfred Gasten Trouwambt enaar	Landgoed Sparrendaal : trouwzaal	Verdere trouwceremonie. Ze lezen de geloften voor aan elkaar en zeggen het jawoord. Ze stappen de zaal uit en hebben hun eerste korte gesprek samen zonder gasten.	
5	21:03-25:20	Martijn Nicole	Hotel	Ze komen aan bij het hotel voor hun eerste nacht samen. Ze ontdekken de kamer en lezen naar waar hun huwelijksreis heen gaat. Ze praten wat samen en maken zich klaar om te gaan slapen.	Inzoomen op naam van hotel
6	25:21-31:13	Carlo Maarten en familie Richelle en familie	Slot Zeist Huis R Huis M	Carlo geeft nog een korte introductie op de trouwdag van het koppel. Richelle en Maarten maken zich klaar voor de bruiloft met familie.	
7	31:14-35:13	François Wilfred Carlo Gasten	Landgoed Sparrendaal	Ze lopen naar de feestzaal waar ze een glas champagne drinken en hun bruidstaart voor het eerst zien. Carlo praat met de gasten of ze tevreden zijn met de match. Carlo gaat daarna praten met het nieuwe koppel.	
8	35:13-39:45	Martijn Nicole	Hotel	Het koppel wordt wakker en maken zich klaar voor de dag en om op huwelijksreis te vertrekken. Er wordt ontbijt op hun kamer gebracht.	'In Utrecht'
9	39:46-43:25	Maarten en familie Richelle en familie	Huis R Huis M Auto	Richelle trekt haar jurk aan. Maarten trekt zijn kostuum aan. Maarten vertrekt met de auto naar de trouwlocatie. De vader van Richelle geeft zijn eerste reactie op zijn dochter in trouwjurk. Richelle vertrekt ook met de auto naar de trouwlocatie.	
10	43:26-47:58	François Wilfred Gasten Carlo Experte: Eveline	Landgoed Sparrendaal	Het koppel snijdt de bruidstaart aan en eten een stuk taart met hun gasten. Carlo heeft een gesprek met de experte over de match en de eerste ontmoeting van het koppel. Tussendoor zien we ook het koppel trouwfoto's maken.	
11	47:59-50:10	Martijn Nicole	Hotel	Ze gaan ontbijten. Als ze klaar zijn, vertrekken ze uit de kamer.	Praten over woonplaats: Amsterdam, Eindhoven
12	50:11-57:05	Carlo Gasten Maarten	Trouwlocatie:	De gasten komen toe op de trouwlocatie. Carlo praat met alle gasten. Maarten en Richelle zijn onderweg naar de locatie. Maarten is aangekomen in het slot,	'Scherpenzeel'

		Richelle	Scherpenzeel	waar Carlo even met hem praat. Hij ontmoet de zus van Richelle en zij vertelt de naam van zijn toekomstige echtgenote.	
13	57:06-59:11	François Wilfred Gasten	Landgoed Sparrendaal	Het bruidspaar geeft een speech aan de gasten. Een van de gasten geeft ook nog een speech voor het koppel.	
14	59:10-1:03:56	Maarten Richelle Gasten	Trouwlocatie: Scherpenzeel	De gasten wachten op de trouwlocatie. Richelle is inmiddels ook toegekomen, waar Carlo met haar komt praten. Ze ontmoet de broer van Maarten en hij vertelt de naam van haar toekomstige echtgenoot. Maarten komt toe op de trouwlocatie en maakt een praatje met de gasten. Richelle loopt ook richting de tuin.	
15	1:03:57 - 1:04:34			Teaser voor volgende aflevering	'met dank aan...'

Aflevering 4

Scène	Van-tot	Wie	Waar	Beschrijving	Opmerking
1	0:00-1:22			Overzicht van vorige afleveringen + aantal beelden van komende afleveringen	
2	1:33-8:00	Experts Carlo Wichian + familie Loes + familie	Verschillende locaties: Experts: tafel restaurant Wichian: huis Loes: huis	De experts kondigen het vierde koppel aan. De bruidegom is Wichian. Nadat de experts wat praten over hem, zijn we zijn introductievideo. Hierna introduceren de experts zijn bruid, Loes. De experts praten ook wat over haar en daarna volgt haar introductievideo. De experts vertellen ook nog waarom het een goede match is.	'ik woon in Apeldoorn' 'Loes uit Gemert' Wichian is geadopteerd uit Thailand
3	8:01-14:42	Maarten Richelle Gasten Trouwambtenaar	Trouwlocatie: Scherpenzeel	Richelle stapt buiten naar de trouwlocatie en het koppel ziet elkaar voor het eerst. Ze worden aan elkaar voorgesteld door de trouwambtenaar, die een tekst over heel voorleest.	'Enschede' 'Geboren in Den Bosch' 'School Ammerzoden' 'Studie Den Bosch'
4	14:43-18:48	Maarten Richelle	Trouwlocatie: Scherpenzeel	Verdere trouwceremonie. Ze lezen de geloften voor aan elkaar en zeggen het jawoord. Ze lopen samen weg van het altaar en hebben hun eerste korte gesprek samen zonder gasten.	
5	18:49-23:54	Martijn Nicole	Vliegveld en vliegtuig Auto	Ze vertrekken op huwelijksreis. Ze vliegen naar Italië. Ze komen aan en zoeken hun huurauto. Ze rijden met de auto naar de bestemming. Er is een kleine discussie over de rijstijl van Nicole. Ze komen aan bij het hotel.	
6	23:55-27:17	Wichian + ouders	Huis ouders Wichian Bloemenwinkel	Wichian gaat aan zijn ouders vertellen dat hij gaat trouwen. Loes vertelt aan haar moeder en tante dat ze gaat trouwen.	

		Loes + moeder en tante			
7	27:18-29:58	François Wilfred Gasten	Landgoed Sparrendaal : feestzaal	Eerste dans van het bruidspaar. Hierna begint het dansfeest.	
8	29:59-34:16	Maarten Richelle Carlo Gasten		Het koppel praat samen met een glas champagne. Carlo praat met de gasten of ze tevreden zijn met de match. Carlo gaat daarna praten met het nieuwe koppel.	
9	34:17-37:34	François Wilfred Gasten	Landgoed Sparrendaal : feestzaal Auto	Vervolg van het dansfeest van François en Wilfred. Wilfred praat met een vriend over hoe hij zijn man vindt en ook François praat hierover met een vriendin. Hierna dansen ze nog wat samen. Als het feest afgelopen is, worden ze uitgezwaaid door hun gasten als ze naar hun hotel vertrekken. Ze praten nog wat samen in de auto.	
10	37:35-43:55	Wichian + aanhang Loes + aanhang	Kostuumwinkel Bruidswinkel	Wichian gaat zijn trouwkostuum uitzoeken. Ook Loes gaat haar trouwjurk uitzoeken. Ze hebben beide een brief en cadeau achtergelaten voor elkaar. Ze pakken de cadeaus uit en lezen de brieven voor in de winkel.	
11	43:56-46:46	Martijn Nicole	Hotel Italië	Ze komen aan in hun hotel. Na een aperitiefje te drinken, gaan ze hun kamer verkennen en koffers uitpakken.	
12	47:47-50:36	François Wilfred	Bruidssuite	Ze komen aan in hun bruidssuite en verkennen de kamer. Ze krijgen ook te zien wat de bestemming van hun huwelijksreis is. Hierna maken ze zich klaar om te slapen.	
13	50:37-53:17	François Wilfred	Vliegtuig Hotel	Ze lopen naar het vliegtuig en vliegen naar Sint-Maarten. Ze komen aan in het hotel en verkennen hun kamer.	
14	53:18-57:52	Maarten Richelle Gasten Carlo Experte: Eveline	Trouwlocatie: Scherpenzeel	Het koppel snijdt de bruidstaart aan en eten een stuk taart met hun gasten. Carlo heeft een gesprek met de experte over de match en de eerste ontmoeting van het koppel. Tussendoor zien we ook het koppel trouwfoto's maken.	
15	57:53-1:01:54	Martijn Nicole Expert: Patrick	Restaurant hotel	Ze gaan dineren in het restaurant van het hotel. We zien ondertussen ook de expert wat uitleg geven over hun persoonlijkheden en de uitdagingen binnen hun match. Martijn en Nicole zijn weer terug op de kamer en vertellen over hun dag.	
16	1:01:55 - 1:02:33			Teaser voor volgende aflevering	

Aflevering 5

Scène	Van-tot	Wie	Waar	Beschrijving	Opmerking
1	0:00-			Overzicht van vorige afleveringen	

	0:50				
2	0:51-4:28	Carlo Wichian en vrienden Loes en vriendin	Landgoed Sparrendaal Huis Loes Huis Wichian	Carlo geeft nog een korte introductie op de trouwdag van het koppel. Wichian en Loes maken zich klaar voor de bruiloft met vrienden.	
3	4:29-6:23	François Wilfred	Hotelkamer Strand	Ze worden wakker in hun hotelkamer en gaan hierna zwemmen in de zee. Ze zijn weer terug op de kamer en willen roomservice bestellen.	Vlogstijl
4	6:24-10:21	Martijn Nicole	Hotelkamer	Ze worden wakker in hun hotelkamer en maken zich klaar. Hierna wandelen ze over het hotelresort.	Vlogstijl
5	10:21-15:21	Wichian en vrienden Loes en vrienden	Huis Loes Huis Wichian auto	Wichian en Loes maken zich verder klaar voor de bruiloft met vrienden. Als ze klaar zijn, vertrekken ze met de auto naar de trouwlocatie.	
6	15:22-19:24	Martijn Nicole	Zwembad Hotel	Ze gaan ontbijten aan het zwembad. Hierna gaan ze zwemmen. Ze krijgen ruzie met elkaar in het zwembad.	
7	19:25-24:18	Wichian Loes Gasten Carlo	Landgoed Sparrendaal auto	De gasten komen toe op de trouwlocatie. Carlo praat met alle gasten. Loes en Wichian zijn onderweg naar de trouwlocatie. Loes is aangekomen op het landgoed waar ze praat met haar broer.	
8	24:19-27:17	François Wilfred	Hotelkamer	Ze krijgen hun roomservice geleverd en gaan ontbijten. Ze praten over hun dagelijkse ochtendroutine.	
9	27:18-31:08	Martijn Nicole	Hotelkamer	Nicole is teruggegaan naar de kamer na de ruzie en vertelt wat er is gebeurd. Martijn komt ook naar de kamer en wil het er niet meer over hebben en het achter zich laten. Nicole wil het wel uitpraten. Ze discussiëren hierna verder op de kamer. Ze besluiten om te proberen de ruzie achter hen te laten.	
10	31:09-37:09	Maarten Richelle Gasten	Trouwlocatie: Scherpenzeel	Ze maken hun trouwfoto's. Hierna komen ze toe op feest waar hun gasten op hen wachten. Maarten geeft een speech. Hierna volgt hun eerste dans en begint het dansfeest. Richelle praat met haar moeder en zus over haar gevoel en ook Maarten praat met vrienden over zijn gevoel. Ze worden uitgezwaaid door hun gasten als ze naar het hotel vertrekken.	
11	37:10-41:06	François Wilfred	Zee Sint-Maarten	Ze gaan jetskiën en snorkelen in de zee. Hierna drinken ze een biertje aan het water.	
12	41:07-46:31	Wichian Loes Gasten Carlo	Landgoed Sparrendaal	Wichian komt toe op het slot met een vriend. Carlo praat verder met de gasten. De gasten gaan naar de trouwzaal. Carlo gaat praten met Wichian. Wichian ontmoet de tante van Loes en zij vertelt de naam van zijn toekomstige echtgenote.	
13	46:32-51:14	Martijn Nicole	Terras zwembad	Ze gaan weer even samen praten aan het zwembad. Ze proberen de ruzie verder uit te praten. Voor Nicole is het niet uitgepraat, maar toch proberen ze het achter zich te laten.	

14	51:15-54:47	Wichian Loes Gasten Carlo	Landgoed Sparrendaal	De tante van Loes komt ook toe in de zaal en vertelt haar gevoel over Wichian. Carlo gaat praten met Loes en haar broer. Ze ontmoet de moeder van Wichian en zij vertelt de naam van haar toekomstige echtgenoot.	
15	54:48-58:06	Maarten Richelle	Bruidssuite	Ze komen toe in het hotel en verkennen hun kamer. Ze komen erachter wat de locatie van hun huwelijksreis wordt, namelijk Sint-Eustatius. Ze drinken nog een glas champagne.	
16	58:07-1:01:47	Wichian Loes Gasten	Landgoed Sparrendaal : trouwzaal	Wichian komt binnen in de trouwzaal en praat met de gasten. Loes wandelt ook naar de trouwzaal met haar broer. Ze komt de trouwzaal binnen en het koppel ziet elkaar voor het eerst. Ze maken een kort praatje met elkaar.	
17	1:01:48 - 1:02:31			Teaser voor volgende aflevering	

Aflevering 10

Scène	Van-tot	Wie	Waar	Beschrijving	Opmerking
1	0:00-1:11			Overzicht van vorige afleveringen + aantal beelden van komende afleveringen	
2	1:12-1:37	Carlo	Slot Zeist	Carlo geeft uitleg bij de volgende fase van dit experiment, namelijk het samenwonen.	
3	1:38-6:55	François Wilfred	Appartement Wilfred	Ze zijn weer terug van de huwelijksreis en zijn twee dagen alleen geweest. Wilfred maakt eten klaar. François komt toe bij het appartement van Wilfred. Hij gaat alleen op verkenning in het appartement van Wilfred. Wilfred komt ook weer binnen en hij laat verder zijn huis zien. François gaat nu een aantal dagen bij hem wonen. Ze drinken samen nog een aperitief.	
4	6:56-11:16	Laura Cathalijne Gasten Trouwambtenaar	Landgoed Sparrendaal : trouwzaal	De trouwceremonie gaat beginnen. Ze worden aan elkaar voorgesteld door de trouwambtenaar, die een tekst over heel voorleest.	
5	11:17-15:12	Remco Paula	Bruidssuite	Ze komen aan in het hotel en verkennen hun kamer. Ze komen erachter wat de locatie van hun huwelijksreis wordt, namelijk Italië. Ze drinken samen nog een glas champagne en maken zich klaar om te gaan slapen.	
6	15:13-19:03	Wichian Loes	Hotelkamer	Ze worden wakker en gaan ontbijten het terras van de kamer. Ze maken plannen voor de dag.	
7	19:04-23:39	Laura Cathalijne	Landgoed Sparrendaal : trouwzaal	Vervolg van de trouwceremonie. Ze lezen de geloften voor aan elkaar en zeggen het jawoord. Ze wandelen samen de zaal uit.	
8	23:40-26:09	Remco Paula	Bruidssuite	Ze worden wakker in de hotelkamer. Ze ontbijten op de kamer en pakken hun koffers in om op vakantie te vertrekken.	

9	26:10-29:26	Carlo Expert: Patrick Martijn Nicole	Slot Zeist	Carlo praat met de expert over wat er is misgegaan tussen Martijn en Nicole. Martijn en Nicole komen toe op het slot voor het eindgesprek.	
10	29:27-34:14	Laura Cathalijne Gasten Carlo	Landgoed Sparrendaal	Het eerste gesprek van het koppel zonder gasten. Carlo praat met de gasten over wat ze vinden van de match. Laura en Cathalijne zien de bruidstaart voor het eerst. Carlo gaat ook met het koppel praten.	
11	34:15-37:21	Maarten Richelle	Hotelkamer Keuken van restaurant	Ze maken zich klaar en gaan hierna een kookles volgen.	
12	37:22-41:49	Carlo Expert: Patrick Martijn Nicole	Slot Zeist	Eindgesprek van Martijn en Nicole. Ze praten met Carlo en de expert over wat er gebeurd is en ook over hun ervaringen en gevoel.	'In Zeist'
13	41:50-45:14	François Wilfred	Huis Wilfred	Ze gaan samen eten koken. Hierna gaan ze eten. Ze kijken ook naar hun trouwfoto's.	'In Emmen'
14	45:14-50:21	Wichian Loes	Motorwinkel Straten van Tenerife	Ze gaan samen op de motor rijden in Tenerife. Ze stoppen ergens langs de weg om te picknicken.	
15	50:22-53:10	Remco Paula	Vliegtuig Hotel	Ze gaan het vliegtuig op en vliegen naar Italië. Ze landen in Italië en komen aan in het hotel.	
16	53:11-56:52	Carlo Expert: Patrick Martijn Nicole	Slot Zeist	In het finale beslissingsmoment lezen ze elk hun brief voor in het bijzijn van de expert en Carlo. Ze beslissen beide om te scheiden van elkaar.	'Ik wil je zien in Eindhoven'
17	56:53-59:15	Remco Paula	Restaurant	Ze gaan samen uit eten en praten met elkaar over wat ze nog willen doen deze week.	
18	59:16-1:02:05	Maarten Richelle	Hotelkamer Oud Fort	Ze maken zich opnieuw klaar en gaan naar een feestje. Ze dansen op de muziek van een live band.	
19	1:02:06 - 1:02:43			Teaser voor volgende aflevering	

Aflevering 19

Scène	Van-tot	Wie	Waar	Beschrijving	Opmerking
1	0:00-1:14			Overzicht van vorige aflevering (aankomst op het koppelsweekend + stand van zaken van de koppels)	'Noordwijk'
2	1:15-1:31	Carlo	Slot Zeist	Carlo praat over Wichian en Loes.	
3	1:32-4:15	Richelle Patricia Loes Wichian Wilfred François	Villa koppels weekend	Richelle en Patricia maken het ontbijt klaar, terwijl ze de vorige avond bespreken. Ze praten over dat Loes al weer snel terug naar de kamer ging. Loes maakt zich klaar er zegt dat ze zich niet lekker voelt. Wilfred en François praten op hun kamer over hoe ze geslapen hebben. Richelle en Patricia maken verder het ontbijt klaar.	

4	4:16-7:12	Richelle Maarten Patricia Stephan Remco Paula	Villa koppels-weekend	Richelle brengt ontbijt op bed bij Maarten. Ook Patricia brengt ontbijt op bed bij Stephan. De andere koppels ontbijten in de keuken. Remco en Paula praten met elkaar.	
5	7:13-14:48	Experts Alle koppels	Villa koppels-weekend Wandeling : strand, bos, duinen	De experts komen toe in de villa en praten met iedereen. De koppels worden opgesplitst. Ze maken een wandeling met de experts en praten zonder hun partner over hun gevoelens en ervaringen.	
6	14:49-18:03	Loes Wichian	Villa koppels-weekend	Alle koppels zijn terug in de villa. Loes pakt haar spullen omdat ze ziek is. Wichian vindt het jammer dat ze naar huis gaat, maar hij blijft wel. Ze nemen afscheid.	
7	18:04-24:31	Alle koppels Experts Dansdoce nt	Danszaal	De koppels wandelen naar de danszaal. De experts leggen uit waarom dansles een goede activiteit is. Alle koppels krijgen dansles. De experts praten erover dat ze het jammer vinden dat Loes en Wichian er niet bij zijn.	
8	24:32-26:48	Experts Wichian	Danszaal Villa koppels-weekend	De experts praten na de dansles over het feit dat ze het jammer vinden dat Loes en Wichian er niet bij zijn. Expert Patrick gaat hierna praten met Wichian over waarom Loes vertrokken is. Hij geeft ook de tip aan Wichian dat hij de tijd voor zichzelf moet nemen om zelf te kunnen reflecteren over de relatie.	
9	26:49-29:54	Alle koppels (- Loes)	Villa koppels-weekend	Wichian vertelt emotioneel tegen de groep dat Loes naar huis is. De groep troost hem.	
10	29:55-42:28	Alle koppels (- Loes) Nicole Martijn	Villa koppels-weekend	Iedereen maakt zich klaar voor een feestje. Hierna begint het feestje. Er zijn ook speciale gasten op dit feestje, namelijk Martijn en Nicole. Iedereen reageert verbaasd op de binnenkomst van Martijn. Stephan reageert niet goed op Martijn. Ook Nicole komt op het feestje waar iedereen verbaasd op reageert. Ze praten allemaal met elkaar. Op het einde van het feest vertrekken Martijn en Nicole weer. Maarten, Richelle, Laura en Cathalijne praten in de jacuzzi over dat ze het jammer vinden dat het zo is gegaan tussen Martijn en Nicole	'In Noordwijk'
11	42:29-44:00	Alle koppels (- Loes)	Villa koppels-weekend	Ochtend na het feest. Wichian staat alleen op. Richelle gaat lopen met Laura, terwijl de rest aan het ontbijten is.	'In Noordwijk'
12	44:01-47:36	Stephan Patricia Experts: Patrick en Eveline	Villa koppels-weekend	Stephan praat met een expert over de vorige dag en alle aspecten van zijn relatie. Ook Patricia praat met een experte over de vorige dag en haar relatie. De experts geven hierna ook nog uitleg aan de kijker over hoe het met hun relatie is en wat ze goed doen.	
13	47:37-49:43	Wichian Loes	Villa koppels-	Wichian videobelt met Loes.	

			weekend		
14	49:44 1:03:19	Experts Alle koppels (- Loes)	Auto's + locaties van de puzzelrit	De experts hebben een opdracht voorzien voor de koppels. Experte Eveline legt uit wat de puzzelrit inhoudt. De koppels moeten kaart lezen om zo alle locaties te achterhalen. De locaties van de puzzelrit zijn een kapsalon, bakkerij en zonnestudio. Als ze op de laatste locatie zijn, moeten ze een puzzel maken met hun trouwfoto op. Wichian was een duo met een experte en zij hebben gewonnen.	Oud-kandidaten 'Noordwijkse rhout'
15	1:03:20 - 1:03:48			Teaser voor volgende aflevering	

Aflevering 20

Scène	Van-tot	Wie	Waar	Beschrijving	Opmerking
1	0:00- 1:28			Overzicht van vorige aflevering	
2	1:29- 1:48	Carlo	Slot Zeist	Carlo kondigt het einde van dit experiment aan waar alle koppels een keuze gaan moeten maken of ze getrouwd willen blijven.	
3	1:49- 12:05	Alle koppels	Restauran t	Laatste avond van koppelsweekend. Tijdens een diner krijgen ze de kans om een tussenbalans te maken. Alle koppels zitten apart aan een tafel. Wichian videobelt met Loes, hierna sluit hij aan bij Maarten en Richelle. Alle koppels praten over hun gevoelens.	'in Noordwijk'
4	12:05- 13:02	Alle koppels	Jacuzzi	Ze praten samen over hoe ze het afgelopen weekend vonden.	
5	13:03- 15:39	Alle koppels	Villa koppels-weekend	De koppels ontbijten nog een laatste keer samen. Ze nemen hierna afscheid van elkaar en keren terug naar huis.	
6	15:40- 18:19	Stephan Patricia	Huis Patricia	Stephan gaat naar het huis van Patricia. Ze praten even kort met elkaar en hierna gaat Stephan alleen op verkenning in haar huis.	'Brabantse Berlicum'
7	18:20- 21:53	Expert: Patrick Loes	Huis Loes	De expert gaat langs bij Loes om te praten, omdat ze niet echt hoogte kunnen krijgen van haar. Ze praten over waarom ze eerder weg is gegaan van het koppelsweekend en haar gevoel in de relatie.	
8	21:54- 25:04	Maarten en Richelle	Huis Richelle	Ze worden samen wakker in het huis van Richelle. Ze maken zich klaar voor de dag. Hierna maken ze ontbijt klaar en eten ze dit op. Ze praten over de afstand.	'in de kleren hijsen, is dat Twents'
9	25:05- 34:27	Wilfred François Experts Carlo	Slot Zeist	Eindgesprek van François en Wilfred gaat van start. François komt als eerste toe en praat over zijn gevoelens en ervaringen met Carlo en de experts. Wilfred komt er ook bijzitten om mee te praten en zijn gevoelens te delen. Hierna zien ze ook een aantal beelden terug van de trouw en geven ze een reactie hierop. De experts geven ook hun visie op hun match en wat er gebeurd is.	
10	34:28- 37:29	Stephan Patricia	Huis Patricia	Stephan is thuis bij Patricia en ze praten over dingen in haar huis. Hij heeft ook nog een cadeau voor haar.	'In Berlicum'

11	37:30-41:21	Wilfred François	Slot Zeist	Finale beslissingsmoment voor Wilfred en François waarin ze elk hun beslissing meedelen. Ze lezen beide hun brief voor waarin ze vertellen dat ze willen scheiden.	
12	41:22-44:32	Maarten Richelle	Huis Richelle	Ze bespreken op de lounge of ze al verliefd op elkaar zijn.	
13	44:33-46:51	Stephan Patricia Zus Patricia	Huis van zus Patricia	Stephan moet mee naar de aftrap voor carnaval. Voordat hij meekan, moet hij eerst zijn carnavalsoutfit gaan ophalen bij de zus van Patricia.	'Noord-Hollandse Stephan' Brabant, Carnaval
14	46:52-54:40	Wichian Loes Carlo Experts	Slot Zeist	Eindgesprek van Loes en Wichian gaat van start. Loes komt als eerste toe en praat over haar gevoelens en ervaringen met Carlo en de experts. Wichian komt er ook bijzitten om mee te praten en zijn gevoelens te delen. Hierna zien ze ook een aantal beelden terug van de trouw en geven ze een reactie hierop. De experts geven ook hun visie op hun match en wat er gebeurd is.	
15	54:41-58:39	Stephan Patricia	Centrum van stad	Ze gaan carnaval vieren in outfit. Stephan leert de vrienden van Patricia hier kennen.	'Brabantse inburgering'
16	58:40-1:03:18	Wichian Loes	Slot Zeist	Finale beslissingsmoment voor Wichian en Loes waarin ze elk hun beslissing meedelen. Ze lezen beide hun brief voor waarin ze vertellen dat ze getrouwd willen blijven.	
17	1:03:19 - 1:03:54			Teaser voor volgende aflevering	

* Gemarkeerde scènes zijn de geselecteerde scènes die in detail geanalyseerd werden.

7.3. Analyseschema

Aflevering x

Scène: nummer en moment begin & einde	Narratief: Wie? Wat? Waar?	Linguïstische codes	Culturele codes
Scène x ...-...		Setting: locatie, omgeving, decor, accommodatie, natuur Taal: taalgebruik en accenten Mise-en-scène: kledij, belichting, kleuren, iconografie Geluid & muziek Cinematografie: cameraposities	Culturele identiteit (etniciteit, religie, gender, leeftijd en sociale klasse) Geschiedenis (historische gebeurtenissen) Tradities Genderrollen Gedrag

		Montage	Levensstijl Doelstellingen Normen en waarden Overtuigingen en veronderstellingen
--	--	---------	---

7.4. Ingevuld analyseschema van geselecteerde scènes

7.4.1. Blind Getrouwd (Vlaanderen)

Aflevering 1

Aflevering 1	Narratief: Wie? Wat? Waar?	Linguïstische code	Blind Getrouwd	Lokalisering?
Scène 1 0:00 – 4:25	Familie en vrienden vertellen aan alle deelnemers dat ze geselecteerd zijn om deel te nemen aan blind getrouwd. Dit gebeurt op verschillende locaties waar de deelnemers op dat moment zijn.	Setting	Verschillende locaties: in de auto, aan de zee, huizen van deelnemers, op het werk, in een café	Verschillende locaties tonen
		Taal	Verschillende dialecten van deelnemers Voice-over: 'op 8 plaatsen in Vlaanderen'	Vlaanderen benoemen
		Mise-en-scène		
		Geluid & muziek	Voice-over: vertelt dat vrienden en familie het nieuws brengen dat ze gaan trouwen Achtergrondmuziek	
		Cinematografie & montage	Verborgen camera's statisch, andere camera's beweeglijk Crew (camera en geluid) soms in beeld Afwisseling tussen close-ups en long shots	

			Wanneer een deelnemer in beeld komt, zijn/haar naam ook in beeld	
		Culturele Code		
		Culturele identiteit	Alle deelnemers zijn (jong) volwassenen Enkel deelneemster Emma niet van Vlaamse oorsprong	
Aflevering 1	Narratief: Wie? Wat? Waar?	Linguïstische code	Blind Getrouwd	Lokalisering?
Scène 2 4:26 – 5:23	De voice-over (Sean Dhondt) legt het concept van het programma uit. Terwijl worden er verschillende beelden van de bruiloften getoond.	Setting	Trouwlocatie: verschillende locaties per koppel Feestlocatie	
		Taal	,	
		Mise-en-scène	Kledij: koppels in trouwkleren, gasten in formele kledij	
		Geluid & muziek	Voice-over legt het concept van het programma uit Achtergrondmuziek	
		Cinematografie & montage	Montage met aantal korte beelden van op de bruiloften Afwisseling tussen close-ups en long shots, dronebeelden van locatie	
		Culturele Code		
Aflevering 1	Narratief: Wie? Wat? Waar?	Linguïstische code	Blind Getrouwd	Lokalisering?
Scène 7 12:35-16:06	Introductie van Jolien: ze stelt zichzelf voor en de experts	Setting	Intro Jolien: Schaatspiste Haar huis: woonkamer, badkamer	

	praten over haar. Jolien vertelt aan haar mémé dat ze gaat trouwen.		Experts in huiselijke woonkamer Huis van mémé	
		Taal	'Ik woon in Kalken' 'Mémeetje' 'Miss Gent' Mémé praat dialect	Woonplaats benoemen Haar oma noemt ze 'mémeetje'
		Mise-en-scène		
		Geluid & muziek	Achtergrondmuziek	
		Cinematografie & montage	Verschillende foto's van misverkiezing uit 2010, verschillende kinderfoto's Afwisseling tussen close-ups en long shots	
		Culturele Code		
Aflevering 1	Narratief: Wie? Wat? Waar?	Linguïstische code	Blind Getrouwd	Lokalisering?
Scène 12 27:16-35:23	Aankomst op trouwlocatie. Brecht komt eerst toe, neemt afscheid van zijn vrienden en wacht buiten de trouwzaal. Hij komt de zaal binnen en praat met alle gasten. Jolien komt ook toe op de locatie, neemt afscheid van haar vrienden en wacht buiten de trouwzaal tot ze binnen mag.	Setting	Auto (onderweg naar gemeentehuis) Gemeentehuis van Gooik: buitenkant gebouw ('glazen huis'), de hal van het gebouw en de trouwzaal Interviews: buiten in grasveld met bloemen op de achtergrond	
		Taal	'Oh my fucking God' Voice-over: 'In Gooik' 'Pajottenland'	Vloeken Locaties benoemen
		Mise-en-scène	Kledij: Brecht in trouwkostuum, Jolien in	Belgische vlag

			trouwjurk; alle gasten in formele kleding Burgemeester: lint met Belgische vlag rond zijn middel	
		Geluid & muziek Cinematografie & montage	Achtergrondmuziek Afwisseling tussen close-ups en long shots, dronebeelden van de trouwlocatie, de weg waar de auto rijdt Locatie: 'Paddenbroek Gooik' in tekst in beeld Bij interview: naam, leeftijd en beroep in tekst in beeld Vooruitblik voor na reclame: aantal korte beelden van wat straks nog komt. 'zo meteen' in tekst in beeld	
		Culturele Code		
		Tradities	Brecht komt eerst toe in trouwzaal en wacht daar op zijn bruid Jolien samen met de gasten	
Aflevering 1	Narratief: Wie? Wat? Waar?	Linguïstische code	Blind Getrouwd	Lokalisering?
Scène 13 35:24-41:43	Jolien wandelt de trouwzaal binnen. Jolien en Brecht zien elkaar voor het eerst. Hierna volgt de trouwceremonie. Ze lezen elk een brief voor waarin ze zichzelf voorstellen. Tot slot geven ze elkaar het ja-woord en wisselen ze de ringen uit.	Setting	Trouwzaal in het gemeentehuis: industriële look, aangekleed met veel bloemen Interviews in grasveld	Huwelijk vindt plaats in het gemeentehuis

		Taal	Burgemeester: 'van harte welkom hier in Gooik' Jolien: 'geboren en getogen in Gent' 'Oost-Vlaamse Kalken' Brecht: 'Brandweerman in Lennik'	Locatie huwelijk benoemen Benoemen van dorp/stad waar ze wonen
		Mise-en-scène	Kledij: koppel in bruidskleren, gasten in formele kleren Burgemeester: lint met Belgische vlag	Belgische vlag
		Geluid & muziek	achtergrondmuziek	
		Cinematografie & montage	Afwisseling tussen close-ups en long shots Bij interview: naam, leeftijd en beroep van deelnemer in tekst in beeld	
		Culturele Code		
		Tradities	De burgemeester voltrekt het huwelijk.	Bruiloft met burgemeester

Aflevering 3

Aflevering 3	Narratief: Wie? Wat? Waar?	Linguïstische code	Blind Getrouwd	Lokalisering?
Scène 5 5:25-9:54	Fleur en Alexander maken hun trouwfoto's in een oud station. Isabelle en Matthieu maken hun trouwfoto's in een plantentuin. Alexander krijgt een nieuwe broek en doet deze aan, omdat broek van zijn trouwkostuum gescheurd is.	Setting	Plantentuin Oud-station: treinwagon, op de sporen Interviews met natuur op de achtergrond (gras, bloemen)	
		Taal	'Plantentuin van Meise'	vloekwoord

			'godnondeju'	
		Mise-en-scène	Kledij: trouwjurk en kostuum (Alexander wisselt van broek omdat hij gescheurd is)	
		Geluid & muziek	Achtergrondmuziek Voice-over vertelt dat er nog een fotoshoot op de planning staat	
		Cinematografie & montage	Afwisseling tussen close-ups en long shots Bij interviews: naam, leeftijd en beroep kandidaat in tekst in beeld	
		Culturele Code		
Aflevering 3	Narratief: Wie? Wat? Waar?	Linguïstische code	Blind Getrouwd	Lokalisering?
Scène 6 9:55-16:34	Alle koppels komen toe met de auto op de feestlocatie waar gastvrouw Ingeborg hen verwelkomt. Ze ontmoeten de andere pasgetrouwde koppels. Ze praten met elkaar over de trouw en hun ervaringen.	Setting	Autorit naar de feestlocatie Feestlocatie: T'Rest, Pepingen: lounge in de tuin van het domein Interviews: buiten in grasveld, natuur op de achtergrond	
		Taal		
		Mise-en-scène	Kledij: iedereen in feestkledij, de koppels in hun bruidskleren	
		Geluid & muziek	Achtergrondmuziek Voice-over: kondigt de feestlocatie aan	
		Cinematografie & montage	Locatie: T'Rest, Pepingen in beeld	Plaatsnaam in beeld

			Afwisseling tussen close-ups en long shots, dronebeelden van de feestlocatie	
		Culturele Code		
Aflevering 3	Narratief: Wie? Wat? Waar?	Linguïstische code	Blind Getrouwd	Lokalisering?
Scène 10 34:25-36:49	Alle koppels steken het vuurwerk van hun bruidstaart aan en gaan weer terug naar eigen tent. Ze snijden de taart aan en eten een stuk.	Setting	Feestlocatie: T'Rest, Pepingen elk koppel heeft zijn eigen tent met hun vrienden en familie	
		Taal		
		Mise-en-scène	Kledij: iedereen in feestkledij, de koppels in hun bruidskleren Bruidstaarten met vuurwerk die elk koppel in hun eigen tent binnenrijdt	
		Geluid & muziek	Achtergrondmuziek Muziek van het feest zelf ook te horen	
		Cinematografie & montage	Afwisseling tussen close-ups en long shots, dronebeelden van de feestlocatie	
		Culturele Code		
		Traditie	Traditie om als pas getrouwd koppel het eerste stuk taart aan te snijden	
Aflevering 3	Narratief: Wie? Wat? Waar?	Linguïstische code	Blind Getrouwd	Lokalisering?
Scène 11 36:50-47:16	Openingsdans van elk koppel	Setting	Feestlocatie: T'Rest, Pepingen –	

	in hun feesttent. We zien ook een aantal reacties van gasten.		elk koppel in hun eigen tent Interviews met deelnemers in de hotelkamer Interviews met vrienden/familie: buiten de tenten	
		Taal		
		Mise-en-scène	Kledij: alle gasten in formele kleding, koppels in trouwkleren Alle gasten hebben vuurwerk sterretjes tijdens de openingsdans Rook of confetti tijdens openingsdans Belichting: donker in tent, sfeerverlichting, spotlight op koppel	
		Geluid & muziek	Voice-over: kondigt de openingsdans aan Verschillende muziek per koppel voor elke openingsdans	
		Cinematografie & montage	Afwisseling close-up, long shots Bij mensen die geïnterviewd worden: namen en relatie tot koppel in tekst in beeld Vooruitblik voor na reclame: aantal korte beelden van wat straks nog	

			komt. 'zo meteen' in tekst in beeld	
		Culturele Code		
		Traditie	Elk koppel doet een openingsdans, voor het echte dansfeest start.	
Aflevering 3	Narratief: Wie? Wat? Waar?	Linguïstische code	Blind Getrouwd	Lokalisering?
Scène 12 47:17-52:02	Groot feest met alle koppels en gasten waar er gedanst wordt. De koppels doen nog een laatste dans en nemen daarna afscheid van alle gasten.	Setting	Feestlocatie: T'Rest, Pepingen 1 groot dansfeest op het binnenplein met alle gasten Interviews in hotelkamer	
		Taal		
		Mise-en-scène	Belichting: wisselende belichting (donker licht, verschillende kleuren) door het feest	
		Geluid & muziek	Muziek van op het feest: verschillende internationale liedjes, ook Vlaams nummer: Vuurwerk van Camille (iedereen zingt mee)	Nummer van Vlaamse artiest
		Cinematografie & montage	Afwisseling close- up, long shots Bij interview: naam, leeftijd en beroep kandidaat in tekst in beeld	
		Culturele Code		

Aflevering 4

Aflevering 4	Narratief: Wie? Wat? Waar?	Linguïstische code	Blind Getrouwd	Lokalisering?
Scène 2 0:59-14:08	Alle koppels worden naar	Setting	In golfkar door resort rijden om	

	<p>hun hotelkamers gebracht en komen toe in hun kamers waar ze alles ontdekken. Ze krijgen eten op de kamer gebracht en eten dit samen op, terwijl ze elkaar beter leren kennen. Een aantal koppels nemen nog een duik in het zwembad.</p>		<p>naar kamer te gaan</p> <p>Hotelkamers, terras van hotelkamer met zwembad</p> <p>Interviews: buiten op terras van hotelkamers</p>	
		Taal	<p>Emile leert Emma West-Vlaams “Ik ga jou wat West-Vlaams leren” Emma: “Ik kan het wel een beetje hoor. We, wé...” Emile: “kun je de vervoeging? Wij kunnen ja vervoegen naar de persoon. Joak. Joaj.” Emma: “Ah ja, juk” Emile: “Juk is nog iets anders” Emma: “Oke, wat is juk?” Emile: “Juk is jeuk. Joak. Joak. Leer mij nu maar een Spaanse zin.”</p>	Dialect West-Vlaams leren
		Mise-en-scène	<p>Kledij: casual kleding en zwemkleden</p>	
		Geluid & muziek	<p>Voice-over: uitleg dat nu huwelijksreis begint</p> <p>achtergrondmuziek</p>	

		Cinematografie & montage	<p>Locatie: Atlantica Imperical Resort, Rhodos in tekst in beeld</p> <p>Dronebeelden van resort, afwisseling tussen close-ups, long shots</p> <p>Bij interviews: naam en leeftijd in tekst in beeld</p>	Plaatsnaam in beeld
		Culturele Code		
		Culturele identiteit	<p>De etniciteit van Emma wordt besproken; unieke mix tussen nationaliteiten: Vlaams en Spaans</p> <p>Emma: "Ik hou van al mijn kanten, persoonlijk." Emile: "Maar je bent ook wel Vlaams. Allee, je hebt een vree Vlaamse kant, je bent hier praktisch geboren en opgegroeid. Dus je bent ook enorm Vlaams, maar dat maakt 't grappiger, die vurige, Spaanse kant en dan eet je graag witlof met hespenrolletjes en kaassaus" Emile: "Die unieke mix tussen haar nationaliteiten trekt mij sowieso wel aan"</p>	<p>Emma haar afkomst is niet Vlaams en dit wordt besproken</p> <p>'witlof met hespenrolletjes en kaassaus eten' maakt iemand Vlaams</p>
Aflevering 4	Narratief: Wie? Wat? Waar?	Linguïstische code	Blind Getrouwd	Lokalisering?

Scène 4 17:34-22:09	Alle koppels worden wakker. Ze krijgen ontbijt op de kamer, wat ze in het zwembad opeten.	Setting	Hotelkamers: in bed, en op terras met zwembad	
		Taal		
		Mise-en-scène	Kledij: pyjama, zwemkledij	
		Geluid & muziek	Achtergrondmuziek	
		Cinematografie & montage	Vlogstijl: Jolien filmt zelf als ze wakker worden en een duik in het zwembad nemen. Locatie: Atlantica Imperial Resort, Rhodos in tekst in beeld Bij interviews: naam en leeftijd in beeld	De kandidaten filmen zichzelf: vloggen Plaatsnaam in beeld
		Culturele Code		

Aflevering 7

Aflevering 7	Narratief: Wie? Wat? Waar?	Linguïstische code	Blind Getrouwd	Lokalisering?
Scène 2 0:57-1:48	Korte beelden van alle koppels die zich klaarmaken in de ochtend om te gaan werken.	Setting	Appartementen van de koppels Interview: in woonkamer van het appartement	
		Taal		
		Mise-en-scène	Kledij: casual/formele werkkledij	
		Geluid & muziek	Voice-over die uitlegt dat iedereen weer gaat werken achtergrondmuziek	

		Cinematografie & montage	Dronebeelden van omgeving: stad, autosnelweg Enkel long shots, statische beelden vanuit 1 hoek Bij interviews: naam en leeftijd in tekst in beeld	
		Culturele Code		
Aflevering 7	Narratief: Wie? Wat? Waar?	Linguïstische code	Blind Getrouwd	Lokalisering?
Scène 8 6:51- 8:12	Isabelle en Matthieu lopen in de stad en bespreken de boodschappen. Ze gaan hierna picknicken in het park.	Setting	Mechelen centrum, park in Mechelen Interview: in de woonkamer van hun appartement	Stad Mechelen laten zien?
		Taal	Isabelle: 'en dat het in Mechelen is, dat is leuk.'	Locatie benoemen
		Mise-en-scène	Kledij: casual kleding	
		Geluid & muziek	achtergrondmuziek	
		Cinematografie & montage	Beelden van Mechelen Afwisseling long shots en close-ups Bij interviews: naam en leeftijd in tekst in beeld	
		Culturele Code		
Aflevering 7	Narratief: Wie? Wat? Waar?	Linguïstische code	Blind Getrouwd	Lokalisering?
Scène 11 10:57 - 13:12	Ze komen aan bij het appartement van Brecht. Hij leidt Jolien rond in zijn appartement.	Setting	Appartement van Brecht: alle kamers laten zien in rondleiding Interviews: in woonkamer van hun appartement	

		Taal		
		Mise-en-scène	'Stella Artois' bord in woonkamer (hierop inzoomen) Kledij: casual kleding	Belgisch merk in beeld
		Geluid & muziek	achtergrondmuziek	
		Cinematografie & montage	Omgevingsbeelden Afwisseling long shots en close-ups Bij interviews: naam en leeftijd in beeld	
		Culturele Code		
		Geschiedenis	Jolien: 'Ik had echt zo'n cafégevoel. Ik weet het niet.' 'Ik voelde me echt zo Carmen' => verwijzing naar serie <i>FC de Kampionen</i>	Referentie Vlaams programma
		Normen en waarden	Jolien vindt een condoom, dit wordt op het moment zelf niet letterlijk uitgesproken. In interview eerst ook woord niet uitspreken.	Taboe om over seks te praten
Aflevering 7	Narratief: Wie? Wat? Waar?	Linguïstische code	Blind Getrouwd	Lokalisering?
Scène 31 48:41- 54:22	Matthieu en Isabelle hebben een follow-up gesprek met experte Sarah in haar kantoor.	Setting	Kantoor van experte Sara: woonkamer setting Interviews: in woonkamer van hun appartement	
		Taal		
		Mise-en-scène	Kledij: casual kleding	
		Geluid & muziek	Voice-over vertelt dat er nu follow-up gesprek is achtergrondmuziek	

		Cinematografie & montage	Afwisseling long shots en close-ups	
		Culturele Code		
		Normen en waarden	Experte: 'Een stoute vraag: hoe is het eigenlijk op het vlak van intimiteit?' (lachen) Matthieu: 'Voor is het ook wel belangrijk, dat als ik haar knuffel of een kus geef, dat voor mij wel een betekenis moet hebben'	Woord seks niet uitspreken

Aflevering 9

Aflevering 9	Narratief: Wie? Wat? Waar?	Linguïstische code	Blind Getrouwd	Lokalisering?
Scène 2 0:58- 4:59	Alle koppels zijn op kampeerweekend. Ze gaan een les koppelsyoga volgen onder leiding van Ingeborg.	Setting	Grasveld: liggen op yogamatjes in het gras Interviews met natuur op achtergrond	
		Locatie	Voice-over: 'in kasteelhoeve Wange in Landen'	Locatie benoemen
		Mise-en-scène	Kledij: casual/sportieve kledij	
		Geluid & muziek	Voice-over die situeert dat we op koppels-weekend zijn Achtergrondmuziek	
		Cinematografie & montage	Afwisseling long shots, close-ups	
		Culturele Code		
Aflevering 9	Narratief: Wie? Wat? Waar?	Linguïstische code	Blind Getrouwd	Lokalisering?
Scène 4 9:15- 21:38	Emma en Emile, Fleur en Alexander krijgen	Setting	Bankje in natuur bij wandelpad	

	als verrassing een trouwfoto te zien. Hierna hebben ze een follow-up gesprek met een expert.		Interviews met natuur op de achtergrond, bloemen	
		Taal		
		Mise-en-scène	Kledij: casual, zomerse kledij Schildersezel met een foto van hun trouw	
		Geluid & muziek	Voice-over: elk koppel krijgt herinnering aan hun trouwdag Achtergrondmuziek	
		Cinematografie & montage	Dronebeelden van omgeving Afwisseling tussen long shots en close-ups. Ook extreme close-ups op natuur: spin in web Vooruitblik voor na reclame: aantal korte beelden van wat straks nog komt. 'zo meteen' in tekst in beeld	
		Culturele Code		
		Normen en waarden	Expert: 'Er zijn dingen die je enkel met een partner doet, die je niet met anderen doet' 'Ik heb het over de fysieke aanrakingen en dergelijke'	Woord seks niet uitspreken
Aflevering 9	Narratief: Wie? Wat? Waar?	Linguïstische code	Blind Getrouwd	Lokalisering?
Scène 5 21:39- 23:54	De mannen barbecueën, terwijl de vrouwen wat aperitieven.	Setting	Grasveld waar BBQ staat, vrouwen zitten aan een gedekte	

	Hierna gaan ze samen eten.		picknickbank vol eten Interviews met natuur op de achtergrond, bloemen	
		Taal		
		Mise-en-scène	Kledij: casual, zomerse kledij	
		Geluid & muziek	Achtergrondmuziek Voice-over: 'op kampeerweekend in Landen'	
		Cinematografie & montage	Afwisseling close-ups, long shots. Ook extreme close-ups op natuur: kikker	
		Culturele Code		
		Genderrollen	Mannen maken BBQ klaar	Stereotype dat mannen het vlees bereiden
		Tradities	Proosten: elkaar in de ogen kijken	Bijgeloof dat je elkaar in ogen moet kijken

Aflevering 12

Aflevering 12	Narratief: Wie? Wat? Waar?	Linguïstische code	Blind Getrouwd	Lokalisering?
Scène 2 0:59 - 2:22	Fleur en Alexander bereiden zich voor op het beslissingsmoment. Ze schrijven elk hun brief voor het finale keuzemoment.	Setting	Huis, woonkamer van Fleur Park in Brussel centrum: zit op een bankje Interviews: in woonkamers bij hen thuis	Brussel laten zien?
		Taal		
		Mise-en-scène	Kledij: casual kleding	
		Geluid & muziek	Voice-over: vertelt dat ze zich voorbereiden op beslissingsmoment	

			achtergrondmuziek	
		Cinematografie & montage	Locatie in tekst in beeld: 'huis Fleur, Varsenare' Bij interviews: naam en leeftijd in tekst in beeld Afwisseling long shots, close-ups (op hun gezichten, maar ook laptop met brief)	Plaatsnaam in beeld
		Culturele Code		
Aflevering 12	Narratief: Wie? Wat? Waar?	Linguïstische code	Blind Getrouwd	Lokalisering?
Scène 3 2:23 - 04:07	Ze vertrekken naar het stadhuis en komen daar aan. Alexander wacht op Fleur op de plaats waar ze een aantal weken geleden getrouwd zijn. Fleur komt toe en gaat naar Alexander.	Setting	Huis Fleur: keuken, buitenkant als ze vertrekt met auto Gemeentehuis Jabbeke: buitenomgeving, gang	
		Taal	Dialect van kandidaten Voice-over 'in het stadhuis van Jabbeke'	Locatie benoemen
		Mise-en-scène	Kledij: formele kleding	
		Geluid & muziek	Voice-over: vertelt dat keuzemoment is aangebroken achtergrondmuziek	
		Cinematografie & montage	Dronebeelden van een straat en van centrum Jabbeke Locatie in tekst in beeld:	Plaatsnaam in beeld

			'gemeentehuis Jabbeke'	
			Afwisseling long shots, close-ups (op hun gezichten, maar ook op de brief en ringen)	
		Culturele Code		
Aflevering 12	Narratief: Wie? Wat? Waar?	Linguïstische code	Blind Getrouwd	Lokalisering?
Scène 5 15:06- 19:57	Brecht en Jolien zijn nu een aantal dagen apart om een beslissing over hun huwelijk te kunnen nemen. Brecht sport. Jolien plakt foto's van hen in een album. Brecht spreekt af met zijn neef om het beslissingsmoment te bespreken. Bij Jolien komt ook een vriendin langs.	Setting	Huis Brecht: rollen met koersfiets, woonkamer Huis Jolien: woonkamer Interviews: in woonkamers van hun appartement	
		Taal		
		Mise-en-scène	Frietjes van frituur eten, Flesjes Jupiler op tafel (logo in beeld) Kleding: casual kleding	Belgisch merk in beeld
		Geluid & muziek	achtergrondmuziek	
		Cinematografie & montage	Afwisseling long shots, close-ups (op gezichten, op de fiets, op de foto's) Bij interviews: naam en leeftijd in tekst in beeld	
		Culturele Code		

Aflevering 12	Narratief: Wie? Wat? Waar?	Linguïstische code	Blind Getrouwd	Lokalisering?
Scène 7 21:52 - 33:00	Jolien komt toe en ze begroeten elkaar. Het finale beslissingsmoment is aangebroken. Jolien leest haar brief voor en wil getrouwd blijven. Ze geeft een cadeau aan Brecht, een fotoboek met foto's van hen. Brecht leest zijn brief voor en wil ook getrouwd blijven. Hierna dansen ze hun openingsdans opnieuw. Hierna is nog een kleine montage met een aantal beelden van hun hele avontuur.	Setting	Hun trouwlocatie: Paddenbroek, Gooik, de zaal waar ze getrouwd zijn	
		Taal		
		Mise-en-scène	Kledij: formele, opgeklede kleding Afgeprinte brief die ze voorlezen Cadeau: fotoboek met foto's van hen	
		Geluid & muziek	Achtergrondmuziek Muziek van openingsdans terwijl ze dansen en onder de montage van beelden uit hun avontuur	
		Cinematografie & montage	Afwisseling tussen close-ups, long shots Montage van een aantal van hun leukste moment	

			tijdens het hele avontuur	
			Vooruitblik voor na reclame: aantal korte beelden van wat straks nog komt. 'zo meteen' in tekst in beeld	
		Culturele Code		
Aflevering 12	Narratief: Wie? Wat? Waar?	Linguïstische code	Blind Getrouwd	Lokalisering?
Scène 8 33:01- 34:47	Iedereen komt toe op de reünie om nog een laatste keer terug te blikken en te vertellen wat er nog allemaal gebeurd is. Ook Ingeborg sluit aan.	Setting	Feestzaal Blanc Fixe: terras, met overkapping in natuur (grasveld tussen de bomen) Interviews: buiten in natuur, bomen op achtergrond	
		Taal		
		Mise-en-scène	Kledij: iedereen draagt opgeklede kledij	
		Geluid & muziek	Voice-over: vertelt dat iedereen nu voor een laatste keer samenkomt om terug te blikken achtergrond	
		Cinematografie & montage	Locatie in tekst in beeld; 'Blanc Fixe, Drongen' Bij interviews: naam en leeftijd in beeld Afwisseling tussen close-ups, long shots	Plaatsnaam in beeld
		Culturele Code		
Aflevering 12	Narratief: Wie? Wat? Waar?	Linguïstische code	Blind Getrouwd	Lokalisering?
Scène 14 53:33- 58:19	Brecht en Jolien zijn nog steeds	Setting	Huis van Jolien: de hal en buitenkant	

	getrouwd, maar moesten dit geheim houden. Ze tonen hoe ze zich vermomden om een koffie te gaan drinken bij de oma van Jolien. Ze praten ook nog over hoe het nu met hen gaat.		Onderweg in auto: in de auto en de straat Huis van de oma Jolien Interviews: in woonkamer van Jolien	
		Taal	Dialect van Brecht en Jolien en haar oma 'mémeetje' 'in een toerte'	Deelnemers spreken hun eigen dialect
		Mise-en-scène	Kledij: casual kledij met vermomming: pruik, zonnebril, pet aandoen Allemaal verschillende gebakjes aan tafel eten	Iets Vlaams?
		Geluid & muziek	Achtergrondmuziek Voice-over vertelt dat ze nog getrouwd zijn, maar dat ze zich moesten vermommen om het geheim te houden	
		Cinematografie & montage	Autorijden: beelden in de auto + erbuiten van de straat Afwisseling tussen close-ups, long shots, ook beelden vanuit de auto met dashcam	
		Culturele Code		
		Genderrol	Jolien heeft nog niet gekookt, Brecht neemt het koken op zich	Omkering van 'traditionele genderrol'

			Oma Jolien: 'Dat is nu de mode, hé. De mannen koken'	waar de vrouw kookt
Aflevering 12	Narratief: Wie? Wat? Waar?	Linguïstische code	Blind Getrouwd	Lokalisering?
Scène 15 58:20-1:00:50	Jolien en Brecht praten met Ingeborg over hoe het nu met hen gaat en hoe het was om zich steeds te moeten vermommen. Ook praten ze over hoe het in de toekomst zal verdergaan en dat ze willen samenwonen.	Setting	Loungeset op terras in Blanc Fixe (foto's van de koppels op achtergrond) Interview op bankje met natuur op achtergrond	
		Taal		
		Mise-en-scène	Kledij: formele, opgeklede kledij	
		Geluid & muziek	Achtergrondmuziek	
		Cinematografie & montage	Afwisseling tussen close-ups en long shots	
		Culturele Code		
		Geschiedenis	Ingeborg: 'daarom zijn jullie ons blind date ... euh blind getrouwd koppel'	Referentie naar een andere Vlaamse datingshow

7.4.2. Married at First Sight (Nederland)

Aflevering 1

Aflevering 1	Narratief: Wie? Wat? Waar?	Linguïstische code	Married at First sight	Lokalisering?
Scène 1 0:00- 2:32	Introductie met oud-deelnemers die naar het programma kijken in hun woonkamer. De presentator, Carlo, legt het concept uit van het programma.	Setting	Woonkamer oud-deelnemers die naar tv kijken waar Carlo het programma presenteert Carlo in trouwzaal: alles wordt nog klaargezet in de zaal	

	Er worden een aantal beelden van de huwelijken getoond en een teaser met dingen die dit seizoen gaan gebeuren.			
		Taal		
		Mise-en-scène	Oud-deelnemers kijken naar programma op de bank	
		Geluid & muziek	Achtergrondmuziek: melancholisch Voice over van kandidaten met quotes uit interviews	
		Cinematografie & montage	Afwisseling tussen long shots en close-ups (gezichten, konijn, Disney beeldjes) Dronebeeld van het slot (trouwlocatie) Montage van beelden van bruiloften uit dit seizoen Teaser: beelden uit komende seizoen	
		Culturele Code		
Aflevering 1	Narratief: Wie? Wat? Waar?	Linguïstische code	Married at First Sight	Lokalisering?
Scène 2 2:33 - 5:06	De kandidaten zijn onderweg naar de testdag. De eerste groep (mannen) komen toe op de 'testdag'. Carlo legt uit aan de kijker dat het	Setting	Verschillende trouwlocaties: kastelen in natuur Kandidaten in auto, onderweg naar 'testdag'	

	geen echte testdag is, maar dat ze te weten gaan komen dat ze gaan trouwen. De mannen praten wat met elkaar op de boot. Dan komt de tweede groep (vrouwen + 1 man) toe op de testdag en praten ze met elkaar.		Locatie groep 1: boot Locatie groep 2: terras van een restaurant/feestzaal	
		Taal		
		Mise-en-scène		
		Geluid & muziek	Achtergrondmuziek Voice over: vertelt dat het op deze trouwlocaties gaat gebeuren Quotes uit interviews met kandidaten onder beelden dat ze onderweg zijn	
		Cinematografie & montage	Dronebeelden van de verschillende trouwlocaties (groot overzicht van de verschillende gebouwen) Afwisseling tussen long shots en close-ups Bij interviews: naam en leeftijd van de kandidaten in tekst in beeld Presentator: voor- en achternaam in beeld	
		Culturele Code		

		Genderrol	Kandidate Paula: 'Een man die helpt met klussen. Ik heb toevallig een nieuwe lamp gekocht, maar die moet wel opgehangen worden'	Man in stereotype rol van 'klusser'
Aflevering 1	Narratief: Wie? Wat? Waar?	Linguïstische code	Married at First Sight	Lokalisering?
Scène 4 7:17-12:43	Carlo sluit aan bij beide groepen en vertelt ze het goede nieuws dat het geen testdag is, maar dat ze gaan trouwen. Ze doen eerst alsof maar 1 iemand van de groep gaat trouwen, maar dan komt de waarheid naar boven dat ze allemaal gaan trouwen. We krijgen de eerste reacties van iedereen te zien op dit nieuws.	Setting	Groep 1: binnen in een restaurant op de boot (chique, klassieke aankleding) Interviews voor het water Groep 2: terras van restaurant Interviews: in een grasveld	
		Taal	Accenten van deelnemers	
		Mise-en-scène		
		Geluid & muziek	Achtergrondmuziek Voice over: vertelt dat hij het goede nieuws gaat vertellen	
		Cinematografie & montage	Dronebeelden van rivier Afwisseling tussen long shots en close-ups	

			Interviews met kandidaten: naam en leeftijd in beeld	
		Culturele Code		
Aflevering 1	Narratief: Wie? Wat? Waar?	Linguïstische code	Married at First Sight	Lokalisering?
Scène 8 17:19 - 22:23	De experts maken matches met foto's kandidaten. Hierna zitten de experts aan tafel met Carlo om te praten over de eerste match, namelijk Nicole. Hierna volgt de intro van Nicole waarin ze zichzelf voorstelt. Na deze video vertellen de experts dat haar match Martijn is. Hierna volgt de intro van Martijn waarin hij zichzelf voorstelt. Daarna praten de experts over waarom ze een match zijn.	Setting	Lange tafel in een serre, groen op de achtergrond In achtergrond staan allemaal foto's van mensen die zich ingeschreven hebben Introductie Nicole Bij haar huis Beelden van Amsterdam Autorijden doorheen de stad Interview in woonkamer Introductie Martijn: Voor zijn huis Interview in woonkamer Restaurant Bij de kapper	Amsterdam in beeld Huizen van de deelnemers tonen
		Taal	Expert: 'Leuke Amsterdamse vrouw' 'een gezellige Brabander' Nicole: 'In Amsterdam vrij moeilijk, er zijn vrij weinig single mannen' Martijn: 'geboren en getogen in Eindhoven'	Locatie benoemen

			'Ik ben een echte Brabander, een echte Bourgondiër'	
		Mise-en-scène	Experts maken matches; foto's van kandidaten bij elkaar leggen, gebruiken die foto's om match voor te stellen	
		Geluid & muziek	Achtergrondmuziek Bij foto's op filmrol: camera geluiden	
		Cinematografie & montage	Foto's van kandidaten in montage: op een oude filmrol gemonteerd en als een soort fotoalbum Bij experts voor- en achternaam + hun functie in tekst in beeld Afwisseling tussen dronebeelden locaties, close-ups, long shots...	
		Culturele Code		
		Normen en waarden	Carlo: 'er staat iets op mijn papiertje, ik durf het eigenlijk niet uitspreken' 'seksscore' Experte: 'gesprek gehad over seksualiteit' 'seks vinden ze leuk'	Experten praten openlijk over seks
		Levensstijl	'Ik ben een echte Brabander, een echte Bourgondiër' 'ik hou van een rijk, sociaal leven om me heen. Gezelligheid'	Stereotype levensstijl van alle Brabanders?
Aflevering 1	Narratief: Wie? Wat? Waar?	Linguïstische code	Married at First Sight	Lokalisering?

<p>Scène 11 36:02 - 42:53</p>	<p>De experts stellen de tweede match voor, namelijk Wilfred en François. Hierna volgen de introductievideo's van Wilfred en François waarin ze zichzelf voorstellen. Ze praten ook met vrienden over hun toekomstige partners. De experts praten nog verder met Carlo waarom ze een goede match zijn.</p>	<p>Setting</p>	<p>Lange tafel in een serre, groen op de achtergrond In achtergrond staan allemaal foto's van mensen die zich ingeschreven hebben</p> <p>Introductie Wilfred: Voor zijn huis Woonkamer Kantoor Feest met zijn vrienden Aterlier: schilderen</p> <p>Introductie François: voor zijn huis Woonkamer Kledingwinkel (zijn werk) Manege met paard Eetkamer met vrienden</p>	<p>Huizen van deelnemers tonen</p>
		<p>Taal</p>	<p>Expert: 'François, een zuiderling uit Maastricht'</p> <p>Voice-over 'woonachtig in Emmen' 'happy in Maastricht'</p> <p>Expert: 'De afstand natuurlijk, Emmen-Maastricht'</p>	<p>Locaties benoemen</p>
		<p>Mise-en-scène</p>		
		<p>Geluid & muziek</p>	<p>Achtergrondmuziek</p> <p>Voice-over: kondigt de twee mannen aan voor de introvideo's</p> <p>Geluidseffecten bij montage van foto's</p>	

			alsof je door album bladert	
		Cinematografie & montage	<p>Clipje van het koppel (wordt iedere keer dat zij aan bod komen in de afleveringen eerst getoond): Twee close-ups van hen bij hun huizen met daarrond witruimte en hun namen</p> <p>Foto's van de kandidaten gemonteerd in een soort fotoalbum Filter erover om gevoel van oud album te geven</p> <p>Afwisseling tussen long shots en close-ups (ook van hun huizen, inrichting van hun huis)</p> <p>Bij experts voor- en achternaam + hun functie in tekst in beeld</p> <p>Bij interviews vrienden familie: naam + relatie tot de mannen erbij</p>	
		Culturele Code		
		Culturele identiteit	Expert: 'Heel erg slank. Als hij een paar kilo meer had, was hij nog makkelijker te matchen. Alhoewel, het is een heel matchbare kerel'	
		Normen en waarden	Carlo: 'Het is ook heel belangrijk, de seksuele klik'	Experten praten openlijk over seks

			Experte: 'Voor beiden is seksualiteit echt heel belangrijk. Ze hebben allebei een seksuele voorkeur die ook heel mooi matcht'	
--	--	--	---	--

Aflevering 2

Aflevering 2	Narratief: Wie? Wat? Waar?	Linguïstische code	Married at First Sight	Lokalisering?
Scène 3 7:50-9:59	François vertelt aan zijn moeder dat hij gaat trouwen.	Setting	Appartement van moeder François; buitenkant, woonkamer	
		Taal	Accenten van moeder en François (Limburg)	
		Mise-en-scène		
		Geluid & muziek	Achtergrondmuziek Voice-over: vertelt dat ze familie op de hoogte gaan brengen van de bruiloft	
		Cinematografie & montage	Intromontage van het koppel Korte recap met aantal beelden waarop de mannen erachter kwamen dat ze gingen trouwen Afwisseling tussen long shots en close-ups Interview met deelnemer: naam en leeftijd in tekst in beeld Interview met familieleden: naam	

			en relatie tot het koppel	
		Culturele Code		
Aflevering 2	Narratief: Wie? Wat? Waar?	Linguïstische code	Married at First Sight	Lokalisering?
Scène 6 20:11-23:38	Vorbereidingen voor de trouw: François gaat een trouwkostuum shoppen. Wilfred gaat langs bij het kapsalon van zijn zus voor een laatste knipbeurt.	Setting	François loopt door de stad met zijn moeder en vriend Kostuumwinkel Kapsalon zus Wilfred Interview Wilfred: bij het water (setting van boot eerste aflevering)	
		Taal		
		Mise-en-scène		
		Geluid & muziek	Achtergrondmuziek Voice-over: vertelt dat er nog voorbereidingen moeten gebeuren voor de bruiloft die nadert	
		Cinematografie & montage	Intromontage van het koppel Afwisseling tussen long shots en close-ups Interview met familieleden: naam en relatie tot de mannen	
		Culturele Code		
Aflevering 2	Narratief: Wie? Wat? Waar?	Linguïstische code	Married at First Sight	Lokalisering?
Scène 10 35:42-44:43	Carlo geeft nog een korte introductie op de trouwdag van het koppel. De mannen	Setting	Carlo voor de trouwlocatie Hotelkamer François	

	maken zich klaar voor de bruiloft met vrienden en familie. Hierna vertrekken ze naar de trouwlocatie.		Huis Wilfred Instappen in auto, autorit naar trouwlocatie	
		Taal	'zwager'	Schoonbroer in Nederland
		Mise-en-scène		
		Geluid & muziek	Achtergrondmuziek	
		Cinematografie & montage	Intromontage van het koppel Afwisseling tussen long shots en close-ups François vlogt vanuit bed, gemonteerd alsof je op een camerascherm kijkt Interview met vrienden/familie: naam & relatie tot het koppel in beeld	Vlogstijl
		Culturele Code		
Aflevering 2	Narratief: Wie? Wat? Waar?	Linguïstische code	Married at First Sight	Lokalisering?
Scène 12 48:00-57:18	De gasten komen toe op de trouwlocatie. Carlo praat met alle gasten. De bruidegoms zijn onderweg naar de locatie. Wilfred is aangekomen op locatie, waar Carlo even met hem praat. Hij ontmoet de beste vriend van François die een cadeau voor hem	Setting	Buitenkant van trouwlocatie: groot kasteel Trouwzaal Interviews buiten op het domein, bomen op achtergrond Binnenkant auto, beelden van de weg	

	meeheeft. Ook François is op de locatie toegekomen en Carlo praat ook met hem. Hij ontmoet de zus van Wilfred die ook een cadeau voor hem meeheeft.			
		Taal	'Buitenplaats Sparrendaal' Accenten van gasten 'I fucked up the front...' (leest voor wat op schilderij staat)	Locatie benoemen Vlaams accent Vloekwoorden
		Mise-en-scène	Kledij: iedereen in opgeklede, feestelijke kleding Bruidegoms geven cadeaus aan elkaar	
		Geluid & muziek	Achtergrondmuziek Voice-over: kondigt aan dat het koppel bijna elkaar zullen ontmoeten op trouwlocatie Geluid van een hartslag, wanneer iemand zeg 'hartslag'	
		Cinematografie & montage	Intromontage van het koppel Gesprekken met vrienden/familie: naam & relatie tot het koppel in beeld afwisseling tussen close ups, long	

			shots, dronebeelden locatie...	
		Culturele Code		

Aflevering 3

Aflevering 3	Narratief: Wie? Wat? Waar?	Linguïstische code	Married at First Sight	Lokalisering?
Scène 2 1:00-9:04	De gasten wachten in de trouwzaal. Wilfred gaat als eerste de zaal binnen en praat met de gasten. Hierna komt François binnen en zien ze elkaar voor het eerst. Ze worden aan elkaar voorgesteld door de trouwambtenaar, die een tekst over hen voorleest.	Setting	Buitenkant trouwlocatie: kasteel Trouwzaal: klassiek, 'kasteelachtig' ingericht Zitten op een bankje in de trouwzaal bij de voorstelling aan elkaar	
		Taal	Voice-over 'Op landgoed Sparrendaal' Trouwambtenaar: 'François komt uit Maastricht' 'Hier op buitenplaats Sparrendaal'	Locaties benoemen
		Mise-en-scène	Kledij: bruidegoms in trouwkostuums, gasten in formele kledij	
		Geluid & muziek	Achtergrondmuziek Voice-over: vertelt dat de gasten nu wachten op de bruidegoms Soundeffect bij openen deur	

		Cinematografie & montage	Intromontage van het koppel afwisseling tussen close-ups (vb. Gezichten, voeten op trap), long shots, dronebeelden locatie... Naam en titel 'trouwambtenaar' in tekst in beeld	Trouwambtenaar voltrekt het huwelijk (i.p.v. burgemeester)
		Culturele Code		
		Culturele identiteit	Queer koppel: 2 mannen trouwen met elkaar	Niet alleen heteroseksuele koppels trouwen
Aflevering 3	Narratief: Wie? Wat? Waar?	Linguïstische code	Married at First Sight	Lokalisering?
Scène 4 15:28-21:02	Verdere trouwceremonie van Wilfred en François. Ze lezen de trouwgeloftes voor aan elkaar en zeggen het jawoord. Hierna wisselen ze de trouwringen uit en tekenen ze de huwelijkscontract en. Ze krijgen nog wat tips van de trouwambtenaar en wandelen daarna de zaal uit en hebben hun eerste korte gesprek samen zonder gasten.	Setting	Buitenkant trouwlocatie: kasteel Trouwzaal: klassieke aankleding	
		Taal	Trouwambtenaar: 'Dan mag ik als buitengewoon ambtenaar van de burgerlijke stand van de gemeente Utrechtse	Gemeente benoemen

			Heuvelrug verklaren'	
		Mise-en-scène	<p>Kledij: bruidegoms in trouwkostuums, gasten in chique kledij</p> <p>Bij geloften en jawoord, koppel centraal in midden met daartussen trouwambtenaar en op achtergrond bloemenkrans</p> <p>Na het ja-woord, wisselen de mannen de trouwringen uit. Hierna tekenen ze ook nog de huwelijkscontracten.</p>	
		Geluid & muziek	<p>Voice-over: vertelt dat het nu tijd is voor de trouwgeloften</p> <p>Achtergrondmuziek</p>	
		Cinematografie & montage	<p>Intromontage van het koppel</p> <p>afwisseling tussen close-ups (vb. gezichten), long shots, dronebeelden locatie...</p>	
		Culturele Code		
Aflevering 3	Narratief: Wie? Wat? Waar?	Linguïstische code	Married at First Sight	Lokalisering?
Scène 10 43:26-47:58	Het koppel (Wilfred en François) snijdt de bruidstaart aan en eten een stuk taart met hun gasten. Carlo heeft een gesprek	Setting	<p>Trouwlocatie: landgoed</p> <p>Feestzaal: klassieke aankleding</p>	

	met de experte Eveline over de match en de eerste ontmoeting van het koppel. Tussendoor zien we ook het koppel trouwfoto's maken.		Gesprek Carlo en experte: buiten voor het landgoed Trouwfoto's: buiten op het domein van het landgoed (tussen de bomen, grasveld)	
		Taal		
		Mise-en-scène	Kledij: bruidegoms in trouwkostuums, gasten in chique kledij Aansnijden van bruidstaart	
		Geluid & muziek	Achtergrondmuziek Bij maken van foto's: soundeffects van klikken camera	
		Cinematografie & montage	Intromontage van het koppel Afwisseling tussen close-ups, long shots, dronebeelden locatie... Interviews met vrienden/familie: naam & relatie tot het koppel in tekst in beeld Gesprek met experte: haar beroep en naam in beeld Tijdens gesprek: montage van aantal beelden van tijdens de trouwceremonie Interviews met de mannen: naam en	

			leeftijd in tekst in beeld	
		Culturele Code		
Aflevering 3	Narratief: Wie? Wat? Waar?	Linguïstische code	Married at First Sight	Lokalisering?
Scène 13 57:06-59:11	Het bruidspaar (Wilfred en François) geeft een speech aan de gasten. Een van de gasten geeft ook nog een speech voor het koppel.	Setting	Trouwlocatie: landgoed Feestzaal: zaal gevuld met tafels en stoelen, klassieke aankleding (kasteelachtig)	
		Taal		
		Mise-en-scène	Kledij: bruidegoms in trouwkostuums, gasten in chique kledij	
		Geluid & muziek	Achtergrondmuziek	
		Cinematografie & montage	Intromontage van het koppel afwisseling tussen close-ups, long shots, dronebeelden locatie...	
		Culturele Code		

Aflevering 4

Aflevering 4	Narratief: Wie? Wat? Waar?	Linguïstische code	Married at First Sight	Lokalisering?
Scène 2 1:33-8:00	De experts kondigen het vierde koppel aan met Carlo. De bruidegom is Wichian. Nadat de experts wat praten over hem, zijn we zijn introductievideo. Hierna introduceren de experts zijn	Setting	Experten: lange tafel in een serre, groen op de achtergrond In achtergrond staan allemaal foto's van mensen die zich ingeschreven hebben Introductie Wichian: voor zijn huis, woonkamer,	Huizen van deelnemers tonen

	bruid, Loes. De experts praten ook over haar en daarna volgt haar introductievideo. De experts vertellen ook nog waarom het een goede match is.		huis van zijn ouders Introductie Loes: voor haar huis, woonkamer, keuken	
		Taal	Wichian: 'ik woon in Apeldoorn' Expert: 'leuke dame, uit Gemert'	Locaties benoemen
		Mise-en-scène		
		Geluid & muziek	Achtergrondmuziek Voice-over: kondigt de twee mannen aan voor de introvideo's Geluidseffecten bij montage van foto's alsof je door album bladert	
		Cinematografie & montage	Foto's uit jeugd van de kandidaten gemonteerd in een soort fotoalbum Experten: voor- en achternaam en hun beroep in tekst in beeld Interviews met kandidaten: voornaam en leeftijd in tekst in beeld Afwisseling tussen long shots en close-ups, dronebeelden van locatie experts	
		Culturele Code		

		Culturele identiteit	Wichian is geadopteerd uit Thailand (experts bespreken en Wichian vertelt dit zelf) Wichian vertelt: 'Ik ben hier opgegroeid. Ik ben eigenlijk, in die zin, een kaaskop.'	Niet Nederlandse etniciteit bespreken Nederlanders = kaaskop
Aflevering 4	Narratief: Wie? Wat? Waar?	Linguïstische code	Married at First Sight	Lokalisering?
Scène 12 46:47-50:36	Wilfred en François komen aan in hun bruidssuite en verkennen de kamer. Ze komen ook te weten wat de bestemming van hun huwelijksreis is. Hierna maken ze zich klaar om te slapen.	Setting	Hotel van huwelijksnacht Buitenkant: naam hotel in beeld 'Hotel Jakarta' Hotelkamer: romantisch aangekleed met kaarsjes, rozenblaadjes... Interviews in hotelkamer: bed op achtergrond	
		Taal		
		Mise-en-scène	Kledij: trouwkostuums en ondergoed als ze gaan slapen Foto met bestemming van hun huwelijksreis: Sint-Maarten, op achterkant een tekst met uitleg hierover	
		Geluid & muziek	Achtergrondmuziek Voice-over: vertelt dat feest erop zit en huwelijksnacht begint	
		Cinematografie & montage	Intromontage van het koppel	

			afwisseling tussen close-ups, long shots, dronebeelden locatie...	
			Interviews met de mannen: naam en leeftijd in tekst in beeld	
		Culturele Code		
Aflevering 4	Narratief: Wie? Wat? Waar?	Linguïstische code	Married at First Sight	Lokalisering?
Scène 13 50:37-53:17	Wilfred en François lopen naar het vliegtuig en vliegen naar Sint-Maarten. Ze komen aan in het hotel en verkennen hun kamer.	Setting	Luchthaven (Schiphol): buitenkant met luchtverkeerstoren, standbeeld 'I Amsterdam' Wandelen in tunnel naar vliegtuig Vliegtuig KLM, beelden op hun stoelen in het vliegtuig en lucht vanuit vliegtuig Uitstappen vliegtuig op Sint-Maarten Hotelkamer/ appartement reis; romantisch aangekleed met rozenblaadjes Interviews met koppel op strand	Beeld 'I Amsterdam' in beeld, duidelijk de locatie van luchthaven Nederlandse luchtvaartmaatschappij
		Taal		
		Mise-en-scène		
		Geluid & muziek	Achtergrondmuziek Voice-over: vertelt dat ze op huwelijksreis naar	

			Caribische gebied vertrekken	
		Cinematografie & montage	Intromontage van het koppel afwisseling tussen close-ups, long shots, en ruime beelden van de luchthaven aan buitenkant Sfeerbeelden Sint-Maarten, onder andere met drone	
		Culturele Code		

Aflevering 5

Aflevering 5	Narratief: Wie? Wat? Waar?	Linguïstische code	Married at First Sight	Lokalisering?
Scène 3 4:29-6:23	Wilfred en François worden wakker in hun hotelkamer en gaan hierna zwemmen in de zee. Hierna zijn ze weer terug op de kamer en willen roomservice bestellen.	Setting	Bed van hotelkamer Strand, zee Interviews: op het strand voor de zee Woonkamer van hotelkamer als ze roomservice bestellen	
		Taal	Voice-over: Wilfred en François zijn wakker geworden op Sint-Maarten	Locatie benoemen
		Mise-en-scène	Kledij: relaxte, zomerse kledij, zwembroek	
		Geluid & muziek	Achtergrondmuziek: Caribische deuntjes Voice-over: vertelt dat ze zijn wakker geworden en gaan zwemmen	
		Cinematografie & montage	Intromontage van het koppel	

			<p>Vlogstijl met gsm vanuit hun bed (verticaal gefilmd): camerawaarden in beeld toegevoegd, alsof je op camera scherm kijkt</p> <p>Vlogstijl met gsm als ze gaan zwemmen (wel horizontaal gefilmd)</p> <p>Bij interviews met de mannen: naam en leeftijd in beeld</p>	
		Culturele Code		
Aflevering 5	Narratief: Wie? Wat? Waar?	Linguïstische code	Married at First Sight	Lokalisering?
Scène 8 24:19-27:17	Ze krijgen hun roomservice geleverd en gaan ontbijten. Ze praten over hun dagelijkse ochtendroutine.	Setting	<p>Hotelkamer: keuken om eten op borden te leggen</p> <p>Ontbijten op balkon van hotelkamer, uitzicht op zee</p> <p>Interviews: op strand met zee op achtergrond</p>	
		Taal	Voice-over: 'Op Sint Maarten'	Locatie benoemen
		Mise-en-scène	Kledij: relaxte, zomerse kledij, zwembroek, zonnebril	
		Geluid & muziek	<p>Achtergrondmuziek</p> <p>Voice-over: vertelt dat ze eten hebben besteld</p> <p>Soundeffect dat de bel gaat met roomservice aan deur</p>	
		Cinematografie & montage	Intromontage van het koppel	

			afwisseling tussen close-ups, long shots	
		Culturele Code		
Aflevering 5	Narratief: Wie? Wat? Waar?	Linguïstische code	Married at First Sight	Lokalisering?
Scène 11 37:10- 41:06	Wilfred en François gaan jetskiën en snorkelen in de zee. Hierna drinken ze een biertje aan het water.	Setting	Zee: dok met jetski's en op zee met jetski's, onder water tijdens snorkelen Interviews: haven op achtergrond	
		Taal		
		Mise-en-scène	Kledij: omkleden naar zwembroek met zwemvesten	
		Geluid & muziek	Achtergrondmuziek: Caribische deuntjes Voice-over: vertelt dat ze het eiland en water gaan verkennen	
		Cinematografie & montage	Intromontage van het koppel afwisseling tussen close-ups, long shots, ruime locatiebeelden van omgeving Tijdens jetskiën: beelden met go pro, vanop het water (dus beweeglijke camera) Onderwaterbeelden tijdens snorkelen	
		Culturele Code		

Aflevering 10

Aflevering 10	Narratief: Wie? Wat? Waar?	Linguïstische code	Married at First Sight	Lokalisering?
Scène 3 1:38-6:55	Ze zijn weer terug van de huwelijksreis en zijn twee dagen alleen geweest. Wilfred maakt eten klaar. François komt toe bij het appartement van Wilfred. Hij gaat alleen op verkenning in het appartement van Wilfred. Wilfred komt ook weer binnen en hij laat verder zijn huis zien. François gaat nu een aantal dagen bij hem wonen. Ze drinken samen nog een aperitief.	Setting	Huis van Wilfred: tour doorheen het hele huis François komt toe met auto en wandelt naar het huis Ze drinken nog een aperitief in de keuken	
		Taal	'ik ben nog nooit in Emmen geweest'	Locatie benoemen
		Mise-en-scène Geluid & muziek	'Psycho' muziek (bij beeld van slang) Achtergrondmuziek Voice-over: vertelt dat ze terug zijn van huwelijksreis en nu weer naar elkaar gaan	
		Cinematografie & montage	Intromontage van het koppel Afwisseling long shots, close-ups...	

			Bij interviews: naam en leeftijd in tekst in beeld	
		Culturele Code		
Aflevering 10	Narratief: Wie? Wat? Waar?	Linguïstische code	Married at First Sight	Lokalisering?
Scène 13 41:50-45:14	Wilfred en François gaan samen eten koken. Hierna eten ze samen en kijken ze naar hun trouwfoto's.	Setting	Huis van Wilfred: keuken en woonkamer	Huiselijke setting
		Taal	Voice-over: 'in Emmen'	Locatie benoemen
		Mise-en-scène	Ze gaan in hun trouwfotoboek kijken voor de eerste keer.	
		Geluid & muziek	Achtergrondmuziek Voice-over: benoemt dat François nu voor het eerst bij Wilfred is	
		Cinematografie & montage	Intromontage van het koppel Afwisseling long shots, close-ups (gezichten, foto's in trouwboek...) Bij interviews: naam en leeftijd deelnemer in tekst in beeld	
		Culturele Code		

Aflevering 19

Aflevering 19	Narratief: Wie? Wat? Waar?	Linguïstische code	Married at First Sight	Lokalisering?
Scène 5 7:13-14:48	De experts komen toe in de villa en praten	Setting	Villa in de duinen	

	met iedereen. De koppels worden opgesplitst en praten zonder hun partner met de experts tijdens een wandeling over hun gevoelens en ervaringen.		Woon/eetkamer: kandidaten zitten aan lange tafel Gesprekken met experts: wandelen in de natuur: duinen, bos, strand en zee	
		Taal	Expert: 'Wat denken jullie dat dit groepje verbindt?' Loes: 'Brabant' 'Gaan we carnavallen?'	Locatie als deel identiteit Culturele traditie: carnaval vieren
		Mise-en-scène		
		Geluid & muziek	Achtergrondmuziek Voice-over: vertelt dat koppelsweekend laatste mogelijkheid is voor experts om advies te geven voor de eindgesprekken	
		Cinematografie & montage	Afwisseling long shots, close-ups... Interviews experts: voor- en achternaam en hun functie in tekst in beeld	
		Culturele Code		
Aflevering 19	Narratief: Wie? Wat? Waar?	Linguïstische code	Married at First Sight	Lokalisering?
Scène 10 29:55- 42:28	Iedereen maakt zich klaar voor een feestje. Hierna begint het feestje. Er zijn ook speciale gasten op dit feestje,	Setting	Villa in de duinen Klaarmaken in de badkamer Feestje in woonkamer van de	

	<p>namelijk Martijn en Nicole. Iedereen reageert verbaasd op de binnenkomst van Martijn. Stephan reageert niet goed op Martijn. Ook Nicole komt op het feestje waar iedereen verbaasd op reageert. Ze praten allemaal met elkaar. Op het einde van het feest vertrekken Martijn en Nicole weer. Maarten, Richelle, Laura en Cathalijne praten in de jacuzzi over dat ze het jammer vinden dat het zo is gegaan tussen Martijn en Nicole.</p>		<p>villa en gesprekken buiten op het terras</p> <p>Aantal deelnemers zitten in de jacuzzi</p>	
		Taal	<p>Voice-over: 'in Noordwijk'</p> <p>Martijn: 'ik zie jullie een keer in Den Bosch'</p> <p>Richelle: 'we gaan een keer naar Brabant'</p>	Locatie benoemen
		Mise-en-scène	<p>Kledij: is een verkleedfeestje, dus iedereen heeft verkleedkleden aan</p> <p>In jacuzzi: badkleding</p>	Nederlands merk in beeld

			Ze drinken bier: duidelijk dat het Heineken is, logo ook in beeld	
		Geluid & muziek	<p>Achtergrondmuziek</p> <p>Voice-over: vertelt dat iedereen zich klaarmaakt voor feestje & vertelt dat Nicole en Martijn ook komen als verrassing</p> <p>Feestje: Nederlandse schlagermuziek (karaoke) te horen van tijdens het feestje</p> <p>Dramatische muziek als Martijn toekomt</p> <p>Soundeffect bij openen schuifdeur</p>	
		Cinematografie & montage	<p>Afwisseling long shots, close-ups...</p> <p>Interviews met kandidaten: naam en leeftijd in tekst in beeld</p>	
		Culturele Code		
Aflevering 19	Narratief: Wie? Wat? Waar?	Linguïstische code	Married at First Sight	Lokalisering?
Scène 14 49:44-1:03:19	De experts hebben een opdracht voorzien voor de koppels. Experte Eveline legt uit wat de puzzelrit inhoudt. De koppels moeten kaart lezen om zo alle locaties	Setting	<p>Parking met een aantal gekleurde auto's ('eendjes')</p> <p>Locaties waar puzzelrit heen gaat: kapsalon, chocolatier, zonnestudio</p> <p>Beelden van in de auto + beelden van</p>	Beelden van de straten, omgeving van Noordwijk

	te achterhalen. De locaties van de puzzelrit zijn een kapsalon, chocolatier en zonnestudio. Als ze op de laatste locatie zijn, moeten ze een puzzel maken met hun trouwfoto op. Wichian was een duo met een experte en zij hebben gewonnen.		de buitenkant auto, straten waarin ze aan het rijden zijn	
		Taal	Voice-over: 'In Noordwijk' Paula: leest instructie 'In Noordwijk aan de Havenstraat, we moeten naar het centrum daar'	Locaties benoemen
		Mise-en-scène	Puzzelrit: naar locaties die iets te maken hebben met vorige seizoenen MAFS, kandidaten moeten met gekleurde auto's rijden en kaart lezen Foldertje van de 'bloemenstreek' Puzzel maken met hun trouwfoto op	
		Geluid & muziek	Achtergrondmuziek Voice-over: vertelt dat de koppels nu een puzzelrit gaan doen en legt de spelregels uit	
		Cinematografie & montage	Afwisseling long shots, close-ups...	

			<p>Gesprek met expert: voor- en achternaam in beeld en hun beroep</p> <p>Bij uitleg van spel: per locatie een polaroidfoto met de deelnemer die een link heeft</p> <p>Interviews met kandidaten: naam en leeftijd in tekst in beeld</p>	
		Culturele Code		

Aflevering 20

Aflevering 20	Narratief: Wie? Wat? Waar?	Linguïstische code	Married at First Sight	Lokalisering?
Scène 6 15:40-18:19	Stephan gaat naar het huis van Patricia. Ze praten even kort met elkaar en hierna gaat Stephan alleen op verkenning in haar huis.	Setting	Huis van Patricia: buitenkant woning, alle kamers binnen	
		Taal	Voice-over 'Patricia's hometown: het Brabantse Berlicum' Stephan: 'ik ben in Berlicum'	Locatie benoemen
		Mise-en-scène Geluid & muziek	Achtergrondmuziek Voice-over: vertelt dat Stephan langs gaat bij Patricia om elkaar beter te leren kennen	

			Soundeffect bij voeten vegen	
		Cinematografie & montage	Intromontage van het koppel Afwisseling long shots, close-ups (van gezichten, maar ook van elementen in huis) Interviews met kandidaten: naam en leeftijd in tekst in beeld	
		Culturele Code		
Aflevering 20	Narratief: Wie? Wat? Waar?	Linguïstische code	Married at First Sight	Lokalisering?
Scène 8 21:54-25:04	Ze worden samen wakker in het huis van Richelle. Ze maken zich klaar voor de dag. Hierna maken ze ontbijt klaar en eten ze dit op. Ze praten over de afstand.	Setting	Huis van Richelle: slaapkamer, badkamer, keuken, eetkamer Tuin met herten	
		Taal	Maarten: 'we gaan ons zo in de kleren hijzen. Is dat Twents?'	Uitspraak in dialect (uit Twente)
		Mise-en-scène		
		Geluid & muziek	Achtergrondmuziek Voice-over: vertelt dat Maarten en Richelle samen wakker worden	
		Cinematografie & montage	Intromontage van het koppel Afwisseling long shots, close-ups	

			Interviews met kandidaten: naam en leeftijd in tekst in beeld	
		Culturele Code		
Aflevering 20	Narratief: Wie? Wat? Waar?	Linguïstische code	Married at First Sight	Lokalisering?
Scène 9 25:05-34:27	Eindgesprek van François en Wilfred gaat van start. François komt als eerste toe en praat over zijn gevoelens en ervaringen met Carlo en de experts. Wilfred komt er ook bijzitten om mee te praten en zijn gevoelens te delen. Hierna zien ze ook een aantal beelden terug van de trouw en geven ze een reactie hierop. De experts geven hun visie op de match en wat er gebeurd is.	Setting	Eindgesprek vindt plaats op een van de trouwlocaties: Slot Zeist Beelden van buitenkant slot, zaal (kasteelachtig ingericht kroonluchter etc.) met bank en stoelen waar ze eindgesprek hebben	
		Taal		
		Mise-en-scène	Kledij: iedereen in opgeklede, chique kledij	
		Geluid & muziek	Achtergrondmuziek Voice-over: vertelt dat ze elkaar nu weer terugzien bij het eindgesprek.	
		Cinematografie & montage	Intromontage van het koppel Afwisseling long shots, close-ups,	

			<p>dronebeelden van de locatie</p> <p>Montage van aantal beelden van hun huwelijk</p> <p>Vooruitblik voor na reclame: aantal korte beelden van wat straks nog komt. 'straks' in tekst in beeld</p>	
		Culturele Code		
		Normen en waarden	Carlo: 'dan ga ik toch brutaal zijn, is er intimiteit geweest?' Experte: 'seksuele aantrekking'	Praten over seks
Aflevering 20	Narratief: Wie? Wat? Waar?	Linguïstische code	Married at First Sight	Lokalisering?
Scène 11 37:30-41:21	Finale beslissingsmoment voor Wilfred en François waarin ze elk hun beslissing meedelen. Ze lezen beide hun brief voor waarin ze vertellen dat ze willen scheiden.	Setting	<p>Een van de trouwlocaties: Slot Zeist</p> <p>Zaal beslissingsmoment romantisch ingericht: kaarsen, rozenblaadjes, rode loper, soort altaar op achtergrond</p>	
		Taal		
		Mise-en-scène	<p>De mannen lezen hun brief voor.</p> <p>Doen hun trouwringen beide uit als ze zeggen dat ze willen scheiden</p>	
		Geluid & muziek	<p>Achtergrondmuziek</p> <p>Voice-over: vertelt dat ze nu hun finale beslissing moeten maken</p>	

			Soundeffect van ring die op plateau wordt gelegd	
		Cinematografie & montage	Intromontage van het koppel Afwisseling long shots, close-ups, ruime beelden van buitenkant locatie	
		Culturele Code		
Aflevering 20	Narratief: Wie? Wat? Waar?	Linguïstische code	Married at First Sight	Lokalisering?
Scène 13 44:33-46:51	Stephan moet mee naar de aftrap voor carnaval. Hiervoor heeft hij een outfit nodig en ze gaan deze ophalen bij de zus van Patricia. Hij past zijn jasje en sjaal.	Setting	Huis van zus Patricia: woonkamer	
		Taal	Voice-over: 'Zeg je Brabant, dan zeg je carnaval' 'Ook de Noord-Hollandse Stephan'	Locaties benoemen
		Mise-en-scène	Kledij: carnavalsoutfit, jasje en sjaal Flugel drinken	
		Geluid & muziek	Carnaval muziek op de achtergrond	
		Cinematografie & montage	Intromontage van het koppel Afwisseling long shots, close-ups	
		Culturele Code		
		Traditie	Carnaval vieren	Brabantse traditie
Aflevering 20	Narratief: Wie? Wat? Waar?	Linguïstische code	Married at First Sight	Lokalisering?
Scène 15 54:41-58:39	Ze gaan carnaval vieren	Setting	In de straten van de stad, groot	

	in outfit. Stephan leert de vrienden van Patricia hier kennen.		evenement op een plein	
		Taal	Voice over: 'Brabantse inburgering' Vriend Patricia: 'dit is ook heel anders dan Eindhoven of Tilburg'	Provincie benoemen, 'inburgering' van de locatie
		Mise-en-scène	Kledij: iedereen in carnavalstoufit (jas en sjaal)	
		Geluid & muziek	Carnavalsmuziek: Nederlandstalige schlager Muziek van op carnaval zelf: fanfare	Nederlandstalige schlager muziek
		Cinematografie & montage	Intromontage van het koppel Afwisseling long shots, close-ups, ruime beelden van buitenkant locatie	
		Culturele Code		
		Traditie	carnaval vieren	Brabantse traditie

7.5. Vragenlijst

Introductie

Uitleg over mijn onderzoek

- Onderzoeksvraag: Hoe verschilt de Vlaamse adaptatie *Blind Getrouwd* van het Nederlandse *Married at First Sight* in termen van gelocaliseerde elementen van het format?
- Ik vergelijk specifiek de seizoenen die in 2023 werden uitgezonden, wat in beide versies seizoen 8 is.
- Kunt u zichzelf even kort introduceren en wat uitleg geven over wat uw precieze rol was in het format van *Blind Getrouwd/Married at First Sight*?

Formatadaptaties in België en Nederland

Uitleg: Er zijn best veel gelijkenissen tussen de televisiemarkten van België en Nederland. Hierdoor zou je denken dat er veel naar elkaars programma's wordt gekeken, maar niets is minder waar. Sinds de komst van commerciële zenders zijn er minder contacten tussen beide regio's en wordt televisie minder met elkaar uitgewisseld. Zo worden er van dezelfde formats door beide regio's adaptaties geproduceerd, waaronder dus ook BG/MAFS.

- Waarom wordt er volgens u weinig gekeken naar Nederlandse programma's in Vlaanderen en omgekeerd?
- Wat zijn volgens u de redenen waarom er adaptaties worden gemaakt van de formats uit zowel Vlaanderen als Nederland, zoals *The Voice* en *De Mol*?
- Er zijn wel een paar formats die worden gecoproduceerd en succesvol zijn over beide regio's, wat zorgt hiervoor? (voorbeeld: *Temptation Island*, *Big Brother*)
- In hoeverre zijn er volgens u culturele verschillen tussen Vlaanderen en Nederland?
- Zijn er nog andere verschillen waarop Vlaanderen en Nederland kunnen worden onderscheiden?
- Wat maakt voor u een format (of televisieprogramma) nu echt Vlaams/Nederlands?

Format Blind Getrouwd / Married at First Sight

- Kan u het proces van het adapteren van een format kort beschrijven? Hoe ging dit proces in zijn werk?
- Werd er vertrokken vanaf de formatbijbel? (dit is een soort handleiding bij formats)
 - ⇒ Zo ja:
 - Is er in deze formatbijbel veel ruimte om zaken aan te passen?
 - Wordt de creatieve vrijheid beperkt door deze formatbijbel?
 - Staan er daar tips in hoe je zaken kan aanpassen om het meer lokaal te maken?
 - ⇒ Zo nee:
 - Wat is dan de basis van dit programma? Van waar wordt dan vertrokken in het adaptatieproces?
- Werd er bewust aandacht besteed bij het maken van de formatadaptatie om het 'Vlaamser' of 'Nederlandser' te maken dan het origineel?

Lokalisering

- Hoe zou u lokalisering in de context van formats omschrijven?

Zelf lokalisering uitleggen: het houdt in dat verschillende aspecten van een product worden aangepast aan een bepaalde sociaal-culturele context, met het doel om een herkenbare werkelijkheid en nationale identiteit te recreëren. Er worden dus oorspronkelijke ingrediënten aangepast aan aspecten van de nieuwe televisiesetting, zoals productiemiddelen, imago van de zender en kijkersvoorkeuren.

- Hoe ging de lokalisering van BG/MAFS in zijn werk?
- Welke elementen moeten onvermijdelijk aangepast worden in de verschillende markten waarin het programma wordt geadapteerd?

- Werd er gekeken naar andere versies van het format?
- Heeft u zelf gekeken naar de versie van het andere land (Nederland of Vlaanderen)?
 - ⇒ Zo ja:
 - Wat zijn volgens u de grootste verschillen?
 - Vindt u de versies erg verschillend van elkaar?
 - Hebben deze verschillen te maken met het aspect van lokalisering, om zo de series meer cultureel nabij te maken?
 - ⇒ Zo nee:
 - Welke elementen zijn aangepast om de serie te lokaliseren?
- Zijn er ook andere zaken die aangepast zijn die niets te maken hebben met het feit rond lokalisering? Eerder toevallige omstandigheden?
- Zijn er bepaalde elementen die jullie graag hadden aangepast om het meer lokaal te maken, maar moeilijk waren?

Gevonden lokaliseringselementen (uit tekstuele analyse)

Dit zijn de gevonden elementen wanneer versies vergeleken werden (*Vlaamse voorbeelden aan Vlamingen vragen en Nederlandse voorbeelden aan Nederlanders vragen*):

- ⇒ Kan u hier meer toelichting bij geven?
- ⇒ Is hier bewust rekening mee gehouden?
- ⇒ Had dit te maken met lokalisering of is dit om een andere reden gekozen?

Vlaanderen: *Blind Getrouwd*

- Verschillende plekken in Vlaanderen tonen
 - Introductie deelnemers: op hun werk, café, thuis...
- ⇒ Bewust niet iedereen thuis?
 - Voorstelling kadidate Emma: in Gent centrum naar koffiebar
 - Alexander schrijft zijn brief voor beslissingsmoment in park Brussel
- ⇒ Zijn dit keuzes van de productie of van kandidaten?
- Vermelden van plaatsnamen
 - Een voice-over die vertelt, plaatsnamen in beeld zetten
- Omgevingsbeelden
 - Straten filmen, beelden vanuit de lucht met drone...
- Huwelijk
 - In gemeentehuis & met burgemeester:
 - Burgemeester draagt lint met Belgische vlag
 - NL: 1 locatie waar iedereen trouwt, 'gewone' trouwambtenaar
- Dingen die ze gaan doen/dates:
 - Langsgaan bij mémé: Brecht & Jolien gaat taartjes eten bij haar
 - Date: vb. in Mechelen stad
- ⇒ Zijn dit ideeën van productie of van koppel zelf?
- In beeld brengen van merken/ sponsoring
 - Stella Artois bord in woonkamer Brecht
 - Tijdens het eten van frietjes Jupiler duidelijk in beeld
- ⇒ Bewust wel/geen logo's in beeld?
- Spreken over intimiteit
 - Gesprek met expert: "Hoe is het op het vlak van intimiteit?" "Dingen die je enkel met je partner doet" "Fysieke aanrakingen en dergelijk"
 - Woord 'seks' wordt niet uitgesproken en wordt verbloemd

- ⇔ in Nederland wordt dit wel uitgesproken

Nederland: *Married at First sight*

- Locatie
 - Veel beelden van omgeving. (straten etc.)
 - Vermelden plaatsnamen
 - Steeds benoemen waar we zijn: vb. koppelsweekend 'In Noordwijk'
 - Ook zo expliciet zeggen 'de Brabantse'...
 - Puzzelrit naar oude plekken te maken met MAFS (koppelsweekend)
 - Met auto's rondrijden in Noordwijk, zo omgeving laten zien
- Huwelijk
 - Iedereen trouwt op 1 locatie: Slot Zeist
 - ⇔ In België: gemeentehuis
 - Trouwambtenaar die het huwelijk doet
 - ⇔ in België: burgemeester
 - Iedereen apart een trouwfeest
 - ⇔ In België: iedereen samen feest
 - + Huwelijksreis ook iedereen apart
 - ⇔ In België: iedereen samen op reis
- In beeld brengen van merken
 - Bepaalde samenwerkingen?
 - Logo's in beeld: vb. flesjes Heineken duidelijk in beeld op het feestje tijdens koppelsweekend
- Meer sensatie in programma?
 - Vb. Martijn en Nicole uitnodigen op koppelsweekend
- Spreken over intimiteit
 - Bij het bespreken van de matches wordt ook gepraat over de match op vlak van seks
 - 'seksscore' 'seks vinden ze leuk'
 - Wordt zo expliciet uitgesproken
 - ⇔ in België niet
- Carnaval vieren
 - Stephan en Patricia vieren carnaval (aflevering 20), wordt benoemd als een Brabantse traditie
- ⇒ Is dit iets wat Patricia dan zelf aanhaalt of komt dit van productie? Lokalisering?
- Presentator
 - Carlo is heel aanwezig, praat alles aan elkaar
- Samenwonen
 - Bij kandidaten thuis
 - ⇔ In België krijgen ze samen een nieuw appartement om even samen in te wonen

Intertekstuele code

- Heeft de omroep waarop het programma is uitgezonden een grote rol gespeeld volgens u? Zijn er hiervoor bepaalde zaken speciaal aangepast?
 - Vlaanderen: VTM/ Nederland: RTL
- Heeft het productiehuis een rol gespeeld in bepaalde beslissingen van het adaptatieproces?

- Vlaanderen: PIT/ Nederland: ITV Studios
- Hebben er bepaalde mensen een invloed gehad op het adaptatieproces die bepaalde zaken mogelijk hebben gemaakt of beperkt?
- Heeft u zelf een invloed gehad op het adaptatieproces?
- In welke mate hebben sponsors en adverteerders een invloed op de inhoud?
- Heeft de kijker op een manier hier een invloed op gehad? (in bepaalde voorkeuren die ze hebben?)
- Is er nog een andere invloed van buitenaf in het adaptatieproces?

Einde

- Heeft u nog opmerkingen of aanvullende inzichten die u wilt delen?
- Heeft u aanbevelingen voor verdere respondenten in het veld?

Bedanken

7.6. Informed consent

Geïnformeerde toestemming - deelname interview - masterproef over het verschil in gelokaliseerde elementen van het format 'Married at First Sight'

Universiteit Gent - Faculteit Politieke en Sociale wetenschappen – Master in de richting Communicatiewetenschappen, afstudeerrichting Film- en Televisiestudies

Beste,

In het kader van mijn masterproef over lokalisering in formatadaptaties, voor de masteropleiding Communicatiewetenschappen – Film- en Televisiestudies, voer ik een onderzoek uit over hoe de Vlaamse en Nederlandse adaptaties van het format *Married at First Sight* van elkaar verschillen in termen van gelokaliseerde elementen van het format.

Hierbij zou ik u willen vragen of u wenst deel te nemen aan dit interview omtrent lokalisering in het format van *Married at First Sight*.

Om dit in kaart te brengen, zou ik hiervoor graag een interview afnemen dat ongeveer tussen 30 en 45 minuten (maximum 1 uur) zal duren. De verzamelde informatie zal alleen worden gebruikt in het kader van deze masterproef. Het gesprek zal digitaal worden opgenomen (audio en video) en zal enkel worden gebruikt voor analysedoeleinden. De namen zullen bovendien door een pseudoniem worden vervangen om de anonimiteit van de respondenten in dit onderzoek te respecteren. Uw privacy zal hierbij worden beschermd. De deelname aan dit interview is geheel vrijwillig. Indien u besluit deel te nemen aan dit interview, dan heeft u het recht om uw toestemming op gelijk welk moment in te trekken en dit zonder opgave van reden. U kunt na dat het onderzoek is afgerond ook steeds een samenvatting aanvragen van de bevindingen die zijn opgedaan tijdens dit interview.

Ik (Margaux de Ruiter), de onderzoeker, verbind me ertoe om:

1. Geen echte namen te gebruiken bij het presenteren en rapporteren van deze data.
2. De verzamelde data op een veilige wijze te bewaren/archiveren en deze data niet langer dan nodig te bewaren.
3. De verzamelde data enkel te gebruiken in functie van dit onderzoek en bij het schrijven van deze masterproef.
4. De opnames enkel te delen met de promotor en commissaris van deze masterproef, indien hierom wordt gevraagd.
5. Dat zowel de interviewer en de respondent deze brief hebben ondertekend en elk een exemplaar hebben ontvangen van deze ondertekende brief.

Met vriendelijke groeten,

02/03/2024

de Ruiter Margaux

E-mail : margaux.deruiter@ugent.be

Ik, (*naam, voornaam van persoon die deelneemt aan het interview*) heb kennis genomen van de inhoud van deze brief en wil WEL/NIET (*schrapp wat niet past*) deelnemen aan dit interview in het kader van het onderzoek over hoe de Vlaamse adaptatie *Blind Getrouwd* van het Nederlandse *Married at First Sight* verschilt in termen van gelocaliseerde elementen van het format.

Hierbij verklaar ik dat:

- 1) Ik op volledige vrijwillige basis en uit vrije wil wens deel te nemen aan dit onderzoek.
- 2) Ik op de hoogte ben gebracht van de opzet van dit onderzoek.
- 3) Ik de toestemming geef aan de onderzoeker om de resultaten van dit interview op een vertrouwelijke wijze te bewaren, verwerken en anoniem te presenteren.
- 4) Ik op de hoogte ben gebracht dat ik mijn toestemming van deelname aan dit onderzoek op ieder moment kan stopzetten, en dit zonder opgave van reden.
- 5) Ik op de hoogte ben gebracht dat ik een samenvatting van de onderzoeksbevindingen kan aanvragen.

Datum

Naam, voornaam

Handtekening