



Universiteit
Leiden
The Netherlands

Made in China: Hoe internetmemes de verantwoordelijkheid voor de COVID-19 pandemie over de westerse grenzen schuiven

Maas, Paul

Citation

Maas, P. (2022). *Made in China: Hoe internetmemes de verantwoordelijkheid voor de COVID-19 pandemie over de westerse grenzen schuiven.*

Version: Not Applicable (or Unknown)

License: [License to inclusion and publication of a Bachelor or Master thesis in the Leiden University Student Repository](#)

Downloaded from: <https://hdl.handle.net/1887/3308891>

Note: To cite this publication please use the final published version (if applicable).

MADE IN CHINA

Hoe internetmemes de verantwoordelijkheid voor de
COVID-19 pandemie over de westerse grenzen
schuiven



Masterscriptie Journalistiek en Nieuwe Media

Universiteit Leiden

Begeleider: Dr. Tom Van Hout

Tweede Lezer: Prof. dr. J.C. de Jong

Paul Maas

s1668293

Leiden, 7 juli 2021

Samenvatting

Internetmemes zijn door het enorme bereik en de actieve participatiecultuur eromheen niet meer weg te denken als online communicatiemiddel. Daarbij zijn memes regelmatig rijk aan culturele, sociale, politieke en maatschappelijke boodschappen die snel onderdeel worden van het publieke leven. Deze boodschappen zijn overigens niet altijd constructief van aard en bestaan geregeld uit stereotyperende en racistische uitingen tegenover minderheden. Daarmee lijken memes hand in hand te gaan met het concept van othering, waarbij minderheden middels culturele stereotyperingen negatief worden weggezet. Dit fenomeen leeft vooral op tijdens crisismomenten, zo ook tijdens de COVID-19 pandemie. Vooral de Chinese gemeenschap krijgt te maken met culturele stereotyperingen met als doel: de schuld afschuiven op de gemeenschap.

De stereotyperende tendens van internetmemes lijkt hand in hand te gaan met het concept van othering, maar die relatie blijft op wetenschappelijk gebied onder de radar. In dit onderzoek is deze relatie middels een kritische discoursanalyse onderzocht. Uit een analyse van een corpus internetmemes over de pandemie blijkt dat er drie categorieën van memes te onderscheiden zijn die het othering-discours richting de Chinese gemeenschap reflecteren en daarnaast eigentijdse uitingen aan dit discours bijdragen. Daarnaast is er een vierde categorie van memes die niet zozeer aan het othering-discours bijdraagt, maar wel aan sociale stereotyperingen over de Chinese gemeenschap.

Met het inzicht dat verkregen is in dit onderzoek groeit ook het bewustzijn van de mogelijke impact van memes. Gezien stereotyperende en racistische uitingen in memes nog altijd springlevend lijken, maar vaak verschild gaan onder de vlag van humor, dienen zowel de makers als ontvangers van memes waakzaam te zijn voor deze subtiele en onsubtiele uitingen.

1. Inhoudsopgave

1. Inleiding	p.4
2. Theoretisch kader	p.6
2.1 <i>Memes</i>	p.6
2.1.1 <i>De internetmeme</i>	
2.1.2 <i>Bewerking, verspreiding en intertekstualiteit</i>	
2.1.3 <i>Memes en de journalistiek</i>	
2.1.4 <i>Racisme en stereotypering</i>	
2.2 <i>Othering</i>	p.14
2.2.1 <i>Het ontstaan van de term</i>	
2.2.2 <i>Othering tijdens pandemieën</i>	
2.3 <i>Het othering discourse over China</i>	p.15
2.3.1 <i>Het ontstaan van het othering-discours over de Chinese cultuur</i>	
2.3.2 <i>Het othering-discours over de Chinese gemeenschap</i>	
2.3.3 <i>De vier dominante stereotyperingen van het othering discours</i>	
2.4 <i>Het mogelijke verband tussen internetmemes en het othering-discours</i>	p.20
3. Onderzoeksmethode	p.21
3.1 <i>Kritische discoursanalyse</i>	p.21
3.2 <i>De uitvoering van een KDA</i>	p.21
3.3 <i>De zes stappen in dit onderzoek</i>	p.22
4. Bevindingen	p.27
4.1 <i>De drie categorieën die het othering-discours weerspiegelen</i>	p.27
4.2 <i>De ‘typische’ uiterlijke kenmerken</i>	p.32
5. Discussie en conclusie	p.34
Bijlagen	p.35
Literatuur	p.49

1. Inleiding

Hoewel er nog onzekerheid is rondom de origine van COVID-19, wisten voormalig Amerikaans president Donald Trump en zijn republikeinse aanhangers het vorig jaar zeker: het is een “Chinees virus” dat door de Chinezen verspreid is (Bostock, 2021). En zij zijn niet de enige: het aantal racistische en stereotyperende uitlatingen tegenover de Chinese gemeenschap neemt over de hele wereld toe tijdens de coronapandemie (Chan & Strabucchi, 2021, p.375; Reny & Baretto, 2020, p.1-2; Huang & Raymond, p.1187). Zo verscheen er ook in Nederland vorig jaar een lied op Radio 10 over het coronavirus genaamd ‘Voorkomen is beter dan Chinezen’ (AD, 2020). Een lied waarin wordt gesteld dat: “Het [dat virus] komt allemaal door die *stink-chinezen*”.

De stereotyperingen richting de Chinese gemeenschap vormen een standvastig discours dat al sinds het Oriëntalisme heerst (Said, 1978, Huang & Raymond, 2020). Het discours is onderdeel van een breder historisch patroon, waarin bepaalde culturele tradities van een gemeenschap negatief bestempeld worden. In het jargon heet dit ‘othering’ (Joffe, 1999; Reny & Baretto, 2020; Said, 1978; Washer, 2004). Othering komt vooral voor tijdens pandemieën, in dat geval dienen de stempels op culturele tradities als middel om de schuld af te schuiven voor het ontstaan van een virus (Joffe, 1999; Washer, 2004). Gedurende de huidige pandemie worden de vingers vooral naar de Chinese gemeenschap en hun cultuur gewezen (Chan & Strabucchi, 2020; Huang & Raymond, 2020).

Het onderzoek naar othering wordt vooral gedomineerd door traditionele media-analyses (Washer, 2004; Ungar, 1998; Joffe, 1999; Eichelberger, 2007). Dat is vreemd want online media groeien in populariteit: vooral internetmemes (Wagener, 2020; Shifman, 2013). Internetmemes zijn eenheden in de vorm van afbeeldingen, teksten of filmpjes die culturele, politieke en sociale boodschappen verspreiden (Knobel & Lankshear, 2007, p.199-201). Deze boodschappen zijn naast humoristisch, ook regelmatig maatschappelijk van aard (Pauliks, 2020; Wiggins, 2019). In combinatie met de snelle en wereldwijde verspreiding van de internetmemes worden deze boodschappen al snel onderdeel van het publieke discours, waardoor ook de journalistiek ermee te maken krijgt (Dean, 2019; Allan & Peters, 2020; Wiggins, 2019). De boodschappen in memes zijn overigens niet constructief van aard: uitingen in memes gaan geregeld gepaard met stereotyperingen en racisme (Nissenbaum & Shifman, 2018; Schwarzenegger & Wagner, 2018).

Deze stereotyperende tendens van internetmemes lijkt hand in hand te gaan met het fenomeen van othering, waarbij stereotyperingen centraal staan (Huang & Raymond, 2020, p.1187; Chan & Strabucchi, 2021, p.382). Er is echter weinig wetenschappelijk bewijs dat dit vermoeden ondersteunt: internetmemes blijven immers relatief onontgonnen onderzoeksterrein (Bauckhage, 2013; Wiggins, 2019). Om meer inzicht te verkrijgen in de relatie tussen internetmemes en het concept van othering richt deze scriptie zich daarom op de verkennende onderzoeksvraag: *Hoe zetten internetmemes het othering-discours over de Chinese gemeenschap door tijdens COVID-19?*

Om deze vraag te beantwoorden zal in dit onderzoek een kritische discoursanalyse uitgevoerd worden. Deze vorm van analyse legt ten eerste de focus op sociale en culturele portrettingen en is steeds vaker multimodaal van aard: dat wil zeggen dat de analyse toepasbaar is op meerdere modaliteiten, zoals afbeeldingen en tekst (Fairclough, 2003; Machin & Mayr, 2012). Dit maakt het een geschikte onderzoeksmethode voor een onderzoek naar memes (Milner, 2012). De analyse zal uitgevoerd worden op een corpus van

internetmemes over COVID-19 en China. De uitkomsten van de analyse kunnen inzicht bieden in sociale en culturele patronen waarmee internetmemes ten eerste het othering-discours reflecteren en daarnaast bijdragen aan het discours.

2. Theoretisch kader

In dit hoofdstuk komen twee concepten aan bod die de basis vormen voor dit onderzoek: memes en othering. Allereerst wordt ingegaan op de werking van memes en op welke manier ze niet alleen humoristische, maar ook maatschappelijke boodschappen uiten. Verder wordt verduidelijkt hoe deze boodschappen terugkomen in het werk van journalisten én waarom deze boodschappen regelmatig stereotyperend werken. Vervolgens zal het concept othering behandeld worden, daarbij wordt stilgestaan bij het ontstaan van de term en waarom het concept veel terugkomt tijdens pandemieën. Aansluitend wordt toegelicht hoe vooral de Chinese gemeenschap in de afgelopen anderhalve eeuw te maken kreeg met othering en op welke manier dat leidde tot een stereotyperend en racistisch discours, waarvan de dominantste stereotypingen uitgelegd en geïllustreerd worden.

Tot slot wordt de aanleiding van dit onderzoek aangestipt: het mogelijke verband tussen othering en internetmemes. Daarbij wordt ook de maatschappelijke en wetenschappelijke relevantie van het onderzoek geduid.

2.1 Memes

2.1.1 De internetmeme

De term meme werd in 1978 geïntroduceerd door evolutionair bioloog Richard Dawkins in zijn boek *The Selfish Gene* (2006, origineel uit 1976):

“Mimeme” comes from a suitable Greek root, but I want a monosyllable that sounds a bit like “gene”. I hope my classicist friends will forgive me if I abbreviate mimeme to meme. (2006)

Met deze analogie van *genes* duidt Dawkins een stukje culturele informatie. Hij stelt dat naast DNA (door middel van *genes*) ook culturele informatie wordt doorgegeven van generatie tot generatie. Dit gebeurt volgens hem door middel van de *memes*: door replicatie en imitatie zet de meme culturele informatie door van mens naar mens. Voorbeelden daarvan zijn religies, gezegdes, deuntjes, ideeën, kledingstijlen of architectonische eigenschappen: allemaal vinden ze middels imitatie en replicatie hun weg door de culturele geschiedenis van de mensheid (2006, p.192).

De online meme, zoals die vandaag de dag bekend is binnen de digitale wereld, borduurt voort op de conceptualisering van Dawkins, maar heeft een ietwat modernere benaming. Een benaming die voor Dawkins ondenkbaar was in 1976: de ‘internetmeme’. In principe blijft de internetmeme dichtbij de oorspronkelijke betekenis: een eenheid die culturele informatie bevat en verspreidt (Knobel & Lankshear, 2007, p.199-202).

Internetmemes kunnen zich manifesteren in verschillende vormen op het internet zoals: geschreven tekst, afbeeldingen of filmpjes (Knobel & Lankshear, 2007, p.199-201).

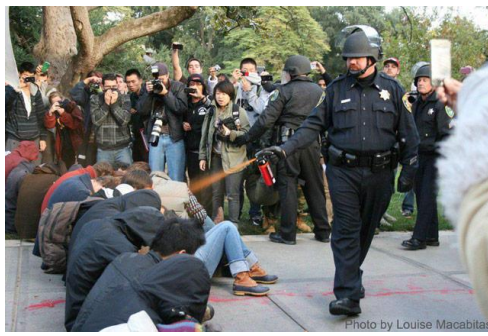
Hoewel de internetmeme verschijnt in allerlei vormen, worden de bekendste memes gekenmerkt door een constant terugkerende en herkenbare afbeelding (Milner, 2013; Shifman, 2014). Twee bekende voorbeelden daarvan zijn de *stock images*- meme en de *Photoshop*-meme (Shifman, 2014). De eerste vorm (zie figuur 1) bestaat uit dezelfde herkenbare afbeelding waarop dikgedrukte tekst wordt geplaatst (Brideau & Berret, 2014). De afbeelding blijft hetzelfde, maar de tekst die eraan toe wordt gevoegd verandert: het is deze

tekst die de informatie toevoegt (Huntington, 2016, p.79).

De tweede bekende vorm (zie figuur 2) is de *Photoshop-meme*, waarbij tekst juist een bescheiden rol speelt (Shifman, 2014). Het zijn bekende karakters, figuren, bekendheden en politici die vaak uit een grotere afbeelding worden geknipt door middel van Photoshop. Het geknipte plaatje wordt vervolgens in een afbeelding met een andere context of achtergrond geplaatst. In dit geval hangt de boodschap van de meme af van de context waarin deze wordt geplaatst (Shifman, 2013).



Figuur 1: een voorbeeld van een stock image-meme genaamd “Grandma Finds the Internet”-meme. Het is de veranderende tekst op de afbeelding die de boodschap duidelijk maakt: oudere mensen snappen het internet niet. Daarmee vormt de meme satirisch commentaar op digitale ongeletterdheid (Knowyourmeme.com).



Figuur 2: een voorbeeld van een Photoshop-meme genaamd “Casually Pepper Spray Everything Cop”. De afbeelding linksboven is het origineel, daaronder zijn versies te zien die bewerkt zijn met Photoshop (Knowyourmeme.com).

2.1.2 Bewerking, verspreiding en intertekstualiteit

Figuur 1 en 2 maken een van de belangrijkste aspecten van memes duidelijk: ze zijn aan bewerking onderhevig (Dynel, 2020; Wiggins, 2019; Huntington, 2016; Shifman, 2013). Dat is ook een van de redenen dat de meme grote populariteit kent op het internet: de ‘participatory culture’ die om het fenomeen heen hangt, wat simpelweg betekent dat de memes worden bewerkt door verschillende gebruikers op het internet (Burgess, 2008). De actieve participatiecultuur rondom internetmemes draagt bij aan de snelle en wereldwijde verspreiding ervan (Bauckhage, 2011, p.42; Shifman & Thelwall, 2009, p. 2569). Verschillende websites en online communities, zoals *9gag* en *Reddit*, wijden zich aan de verspreiding en bewerking van de meme (Knobel & Lankshear, 2007, p.199-201; Bauckhage, 2011, p.48). Verschillende versies van dezelfde memes verschijnen en transformeren razendsnel op deze platformen door middel van parodieën, imitaties en commentaar (Bauckhage, 2011, p.42).

Memes zijn intertekstueel: ze nemen andere stukken tekst en referenties over om een nieuwe boodschap te creëren (Wiggins, 2019; Dynel, 2020; Milner, 2013; Wagener, 2020). De referenties in memes (in de vorm van afbeeldingen, teksten en video’s) verwijzen vaak naar popcultuur, maatschappelijke zaken of berichten uit de nieuwsmidia (Wiggins, 2019;

Bauckhage, 2011; Milner, 2013). De boodschap die ontstaat bevat hierdoor niet alleen een humoristische toon (veel memes zijn immers als entertainment bedoeld), maar ook vaak een maatschappijkritische toon (Katz & Shifman, 2017, p. 839-840; Pauliks, 2020, p. 47). Met andere woorden: de maatschappelijke verwijzingen in memes vormen regelmatig sociaal, politiek en cultureel commentaar (Huntington, 2016, p. 90-91; Wiggins, 2019, p. 25).

Uit een studie van Zannettou et al. (2018) waarin memes op *Twitter*, *Reddit* en *4chan* geanalyseerd werden, vonden de onderzoekers maar liefst 2,6 miljard posts met memes (bestaande uit 160 miljoen verschillende afbeeldingen) die allemaal een politiek beladen boodschap bevatten. Een dergelijke hoeveelheid laat zien: de maatschappelijke boodschappen in combinatie met het enorme bereik van memes zorgen ervoor dat ze meer doen dan entertainen: memes zijn onderdeel geworden van het publieke leven en bovenal het publieke debat (Milner, 2016). Vooral in de digitale cultuur zijn memes niet meer weg te denken: ze vormen een onmisbaar kenmerk van de geglobaliseerde digitale cultuur (Miller, 2011).

De combinatie van populariteit en maatschappelijke kritiek maken het dat memes een grote rol spelen in het creëren van betekenis in de maatschappij (Wiggins, 2019, p. 25; Pauliks, 2020, p. 47). Nisselbaum en Shifman (2017, p.495-498) bestempelen memes ook wel als discursieve wapens, dat wil zeggen dat memes een bepaalde redevoering, of discours, over politieke, culturele of sociale situaties uitdragen en door de digitale populariteit, waardoor de memes bijvoorbeeld door algoritmen worden opgepikt en verder gecirculeerd, worden deze discoursen verder verspreid in de maatschappij. Met andere woorden: memes creëren en voeden maatschappelijke overtuigingen Dynel en Poppi (2020, p. 13). Peter & Allan (2021) beschouwen memes niet voor niets als dé nieuwe politieke, culturele en sociale spotprenten.

Om een voorbeeld te geven van hoe maatschappelijke kritiek overgenomen en verwerkt wordt in memes kan gekeken worden naar de afbeeldingen uit figuur 2. De “Casually Pepper Spray Everything Cop”-meme is gebaseerd op een foto (zie figuur 2 linksboven) van een agent die pepperspray spuit op een groep studenten. De groep studenten was onderdeel van protestgroep *Occupy Wall Street*, die zich keerde tegen de (vermeende) onzichtbare macht van het kapitalistische systeem op de politieke besluitvorming in de VS. Volgens de protestgroep zou deze macht in toenemende mate bedreiging vormen voor de democratie en vrijheid (Huntington, 2016).

De sprayende agent werd door zijn actie onderdeel van de maatschappijkritische uitingen van *Occupy Wall Street*. Door middel van Photoshop werd hij uit de originele foto geknipt en in andere contexten geplaatst, zo ontstonden verschillende *Photoshop*-memes. Op de afbeelding rechtsonder in figuur 2 spuit de agent bijvoorbeeld pepperspray op de *declaration of independence* en op de afbeelding linksonder op het eerste artikel van de Amerikaanse grondwet. De kritische boodschap van de memes luidt: door de actie van de agent gaat hij in tegen alle historische Amerikaanse ‘normen en waarden’. De memes werden binnen korte tijd erg populair en ook gebruikt in campagnes van *Occupy Wall Street* (Huntington, 2016).

2.1.3 Memes en de journalistiek

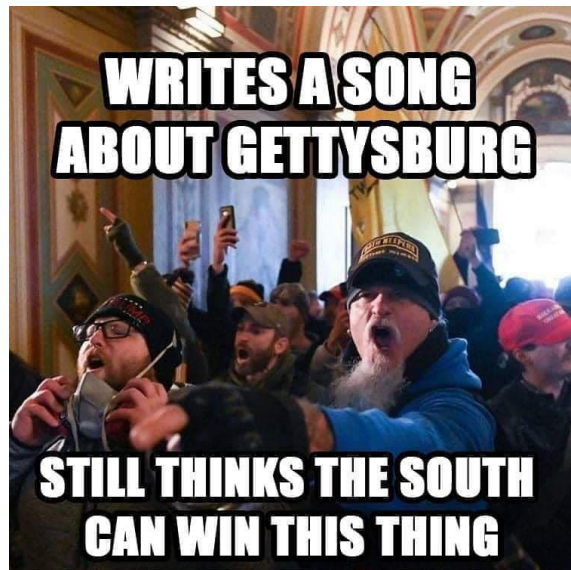
De frequente verwijzingen naar maatschappelijke issues maakt dat memes ook geregeld referenties naar berichten uit traditionele nieuwsmedia bevatten (Wagener, 2020). Een voorbeeld hiervan is te zien in figuur 3a. De man op de bovenste foto is Jon Schaffer, een bekende gitarist van de populaire Amerikaanse heavy Metal band *Iced Earth*. De foto is genomen tijdens de pro-Trump bestormingen van het Capitool op 6 januari. De bekendheid van Schaffer in Amerika speelde er waarschijnlijk een grote rol bij dat het niet lang duurde voordat Amerikaanse kranten de foto van Schaffer op de voorpagina publiceerde en daarbij artikelen over de gitarist publiceerden (BBC, 2021). Deze foto en artikelen werden binnen de kortste keren verwerkt tot internetmemes en geplaatst op verschillende *communities* zoals *Reddit* (figuur 3b): de foto is onder andere op een humoristische manier verwerkt tot een ‘mogelijke’ nieuwe albumcover voor de band.

Doordat memes inspelen op wat er in de maatschappij gebeurt, worden ze er onderdeel van (Peters & Allan, 2021). Hierdoor kunnen ook journalisten niet om memes heen: het commentaar dat memes uiten over maatschappelijke zaken, zijn zaken die regelmatig terugkomen in (traditionele) nieuwsmedia (Wagener, 2020; Dean, 2019). Daarom vormen memes, ook vanwege het enorme bereik, een steeds belangrijker online middel voor de journalist om te weten wat er speelt in de maatschappij (Allan & Peters, 2020). Zoals Dean (2019) stelt: de maatschappelijke lading gecombineerd met de populariteit benadrukt de nieuws waarde van memes.

Verder vormen memes een vorm van burgerjournalistiek. Het zijn tenslotte ‘normale’ mensen die onderdeel zijn van de ‘participatory culture’ rondom memes: ‘alledaagse’ gebruikers op het internet zijn verantwoordelijk voor de verspreiding, bewerking en het viraal gaan van memes (Wagener, 2020; Shifman, 2013; Burgess, 2008). Dat wil ook zeggen dat het ‘alledaagse’ mensen zijn die de intertekstuele referenties naar maatschappelijke nieuwzaken verwerken in memes om deze vervolgens weer over de hele wereld te verspreiden (Kercher & Turin, 2020). Vanwege de actieve rol die mensen spelen in het verwerken en verspreiden van maatschappelijke ideeën en commentaren in memes, kan men memes beschouwen als een vorm van burgerjournalistiek (Allan & Peters, 2020).



Figuur 3a: Jon Schaffer (blauwe trui) tijdens de bestorming van het Capitool (BBC, 2021).



Staying cool by writing new music for Iced Earth and Demons & Wizards

Raiding the fucking Capitol Building and being caught on camera

Figuur 3b: de foto van Schaffer werd, na publicatie in de kranten, geparodieerd in verschillende memes (Bron: Reddit).

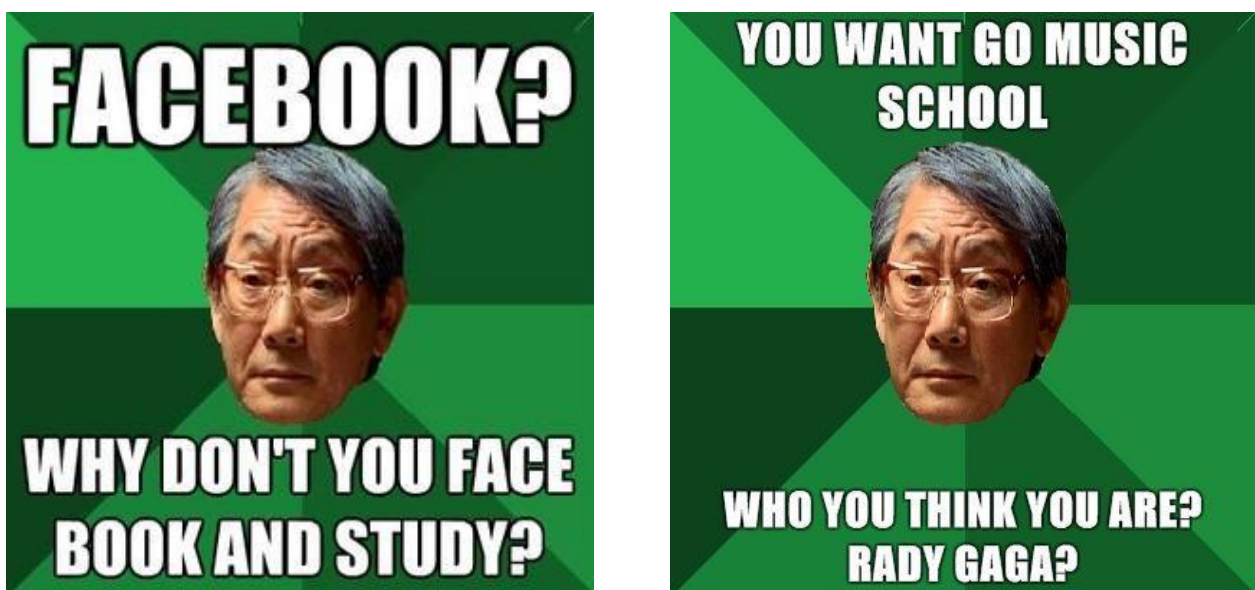
2.1.4 Racisme en stereotypering

Memes vormen over de gehele linie manieren om digitale boodschappen en ideeën te uiten over de maatschappij. Die boodschappen en ideeën zijn overigens lang niet altijd constructief van aard. Uit een inhoudsanalyse van Nissenbaum en Shifman (2018) blijkt dat veel bekende memes stereotyperen. Een voorbeeld waarmee zij dat toelichten is de “*First World Problems*”-meme (figuur 4). Deze populaire meme bevat een narratief dat vrouwen wegzet als overgevoelig, emotioneel en té romantisch afhankelijk. Dit stereotyperende narratief werkt generaliserend en zet vrouwen weg als ‘de andere groep’ (Nissenbaum & Shifman, 2018, p. 302). Overigens zijn niet alleen vrouwen het slachtoffer van de stereotyperende tendens van memes: ook etnische minderheden worden weggezet als ‘anders’

(Nissenbaum & Shifman, 2018, p. 302). In een soortgelijke analyse als de bovengenoemde geeft Milners (2013, p.77) een verhelderend voorbeeld hiervoor: de “*High Expectation Asian Father*”-meme (figuur 5). De meme bevat een streng kijkende Aziatische man in het midden. De teksten die gepaard gaan bij deze afbeelding zijn vaak in gebrekkig Engels geschreven en gaan regelmatig over de hoge academische verwachtingen van Aziatische vaders van hun kinderen: een eenzijdige stereotypering waarmee geïmpliceerd wordt dat Aziatische vaders altijd hoge verwachtingen van hun kinderen én een slechte beheersing van de Engelse taal hebben (Milner, 2013, p.77). De stereotyperende tendens gaat overigens verder dan alleen generaliseren op basis van (veronderstelde) eigenschappen. De eigenschappen worden ook regelmatig in een negatief daglicht geplaatst: memes bevatten onder de vlag van humor vaak xenofobe en racistische uitingen over minderheden (Schwarzenegger & Wagner, 2018). In het volgende gedeelte van het theoretische raamwerk wordt een verklaring gegeven waarom: het concept van othering.



Figuur 4: Voorbeelden van de “*First World Problems Meme*” (Knowyourmeme.com).



Figuur 5: Voorbeeld van de “*High Expectation Asian Father Meme*” (Knowyourmeme.com).

2.2 Othering

2.2.1 Het ontstaan van de term

Othering is een intensief bestudeerd en behandeld onderwerp binnen de sociale wetenschap. De geestelijk vader van het concept is Edward Said. In zijn boek *Orientalism* (1978) beschreef Said othering in de context van het *Orientalisme*: de westerse opvatting van het Oosten in culturele zin, ook wel de Oriënt. De opvatting ontstond in de tweede helft van de negentiende eeuw tijdens de mondiale kolonisatie en kende een mate van inferioriteit toe aan de Oosterse cultuur en levensstijl. Tegelijkertijd manifesteerde de opvatting een positieve connotatie bij het 'eigen' Westerse culturele goed (Said, 1978).

Met de opvattingen over de Oriënt werd de basis gelegd voor het concept van othering: waarbij de westerse cultuur als 'superieur' wordt bestempeld tegenover de 'inferieure' cultuur van het Oosten. Het concept van othering kreeg, niet lang na Saids conceptualisatie, ook betrekking op het negatief benadrukken van andere culturen dan alleen de Oosterse (Dorothy & Gilman, 1988).

Tijdens othering wordt vooral de focus gelegd op de verschillen met de 'inferieure' cultuur, die een negatieve klemtoon krijgen. De 'inferieure' culturen worden weggezet door hun 'niet normale' kenmerken en doordat de eigen cultuur zich afzet van die kenmerken wordt de culturele 'superioriteit' bevestigd. Daarbij moet men denken aan kenmerken als: eetgewoontes, hygiënische gebruiken, moraliteit en karaktereigenschappen (Reny & Baretto, 2020; Gover et al., 2020; Mayor et al., 2013; Said, 1978). Met andere woorden: tijdens othering worden de grenzen van de eigen 'superieure' cultuur duidelijk en wordt vooral duidelijk wie de 'others' zijn en door welke culturele kenmerken zij getekend en dus herkend worden (Washer, 2004; Remy & Baretto, 2020). Zoals men kan verwachten gaat het concept othering hand in hand met racisme en xenofobie (Gover et al., 2020).

2.2.2 Othering tijdens pandemieën

Opvallend is dat othering zich sinds de conceptualisatie van Said meer en meer manifesteerde tijdens gezondheids crisissen: 'inferieure' kenmerken van bepaalde culturen werden in dat geval gebruikt om de schuld weg te schuiven (Joffe, 1999). De notie dat het niet 'onze' schuld is, maar die van de 'ander' werd dominant en dominant, vooral tijdens pandemieën (Washer, 2004, p. 2569). Door groepen en minderheden met andere culturele kenmerken de schuld te geven voor het ontstaan van een virus werd het gevaar en de paniek tijdens een pandemische crisis weggeschoven en een schijngevoel van veiligheid gecreëerd (Washer, 2004, p. 2570). Met andere woorden: door duidelijk te maken dat deze culturele kenmerken 'niet normaal' zijn voor de 'superieure' groep wordt ook het risico dat deze kenmerken met zich mee zou brengen uitgesloten voor die groep (Mayor et al., 2013).

Voorbeelden hiervan zijn te vinden tijdens de eerste SARS en de Ebola crisis. Tijdens SARS I werd door de Westerse media regelmatig een negatieve klemtoon gelegd op de Chinese levensstijl. Er verschenen veel artikelen over hun 'ongezonde' en 'onbruikelijke' dieet en hun onhygiënische manier van leven. Daarbij werd het wegzetten van gehele Aziatische groepen als 'vies' niet geschuwd (Washer, 2004). Ook tijdens Ebola vond het generaliserende narratief dat kenmerkend is voor 'othering' zijn weg (Ungar, 1998). Ebola

werd gesymboliseerd als onderdeel van het hele continent Afrika, en daarmee werd geïmpliceerd dat zulke crisissen inherent zijn aan het continent Afrika (Joffe & Haarhoff, 2002). Daarbij blijkt uit de analyse naar traditionele mediaberichtgeving van Ungar (1998) dat er veel nadruk lag op de niet-westerse, onhygiënische gebruiken in Afrika. Op deze manier werd het gevaar, net als bij SARS I, op een symbolische manier over de westerse grenzen verschoven.

2.3 Het othering-discours over China

2.3.1 Het ontstaan van dominante stereotyperingen over de Chinese cultuur

Sinds het ontstaan van het concept othering zijn er verschillende soorten bevolkingsgroepen en minderheden die bestempeld kunnen worden als het slachtoffer ervan (Dorothy & Gilman, 1988; Washer, 2004; Mayor, 2013). Toch lijkt er één groep het vaakst en het langst weg te worden gezet om hun culturele kenmerken en levensstijl: Aziaten, en dan met name mensen uit China (Washer, 2004, p. 2570; Huang & Raymond, 2020, p.1887).

Al in de tweede helft van de negentiende eeuw, in lijn met het eerdergenoemde heersende Oriëntalisme, manifesteerden stereotyperingen over de Chinese cultuur. De westerse imperialisten bezochten China en dat leidde al snel tot racistische discoursen over de ‘vreemde’ eetgewoontes en uiterlijke kenmerken van de Chinese gemeenschap, discoursen die vanuit de imperialisten ook hun weg vonden naar de westerse samenleving (King, 2020; Huang & Raymond, 2020). Een liedje over de Chinese gemeenschap, dat verscheen in het Britse magazine ‘Punch’ in 1858 (*figuur 5*), maakt dit duidelijk. Het liedje bevat teksten zoals: “Met hun kleine varkensogen”, “En hun dieet van ratten, honden en slakken”, “Het lijkt allemaal een spelletje te zijn in hun koekenpan... van die vieze voeder JOHN CHINAMAN”.

Een paar decennia later, rond het einde van de 19^e eeuw, kwamen veel Chinese immigranten richting het westen als goedkope werkkrachten ten behoeve van de westerse industrialisatie. Dit gaf het proces van othering tegenover de Chinese gemeenschap nieuwe impulsen: het bleef dit keer niet alleen bij uitingen over de Chinese eetgewoontes, maar ook over hun ‘onhygiënische’ levensstijl. Chinese immigranten werden gelabeld als ‘vies’, ‘onhygiënisch’ en als ‘dragers van ziektes’ die ze mee zouden nemen naar het westen (Huang & Raymond, 2020, p. 1887).

De racistische uitingen zetten zich in de 20^e eeuw gestaag door: naarmate de Chinese gemeenschap zich meer gingen vestigen in het westen ontstonden er meer stereotyperingen over hun eetgewoontes en hygiëne (Washer, 2004; Chan & Strabucchi, 2021). Bovendien werden de Chinezen in de tweede helft van de twintigste eeuw geconfronteerd met andere nieuwe stereotypering. Door de economische groei van China waren namelijk meer en meer westerse landen afhankelijk van Chinese export. Steeds meer landen importeerden relatief goedkope producten vanuit China: met het label ‘Made in China’. Door die massaexport groeide niet alleen de economische en politieke invloed van China, maar ook het westers wantrouwen tegenover het land. Chinese producten werden vanuit dat wantrouwen vaak bestempeld als goedkoop en onbetrouwbaar. Een stempel die in de loop van de tijd ook steeds meer op de Chinese gemeenschap werd geplakt (Chan & Strabucchi, 2021).

De economische groei van China in de tweede helft van de twintigste eeuw leidde ook tot groeiende politieke invloed. Dat zorgde ook voor het nodige wantrouwen vanuit het westen. De Chinese autoriteiten stonden in het westen niet per se bekend om hun

transparantie. Eind twintigste eeuw leidde dit ertoe dat westerse autoriteiten geregeld de stempel ‘geheimzinnig’ of ‘onbetrouwbaar’ drukten op de Chinese machthebbers. Een stempel waaraan in de loop van de tijd ook de Chinese gemeenschap moest geloven (Chan & Strabucchi, 2021, Huang & Raymond, 2020, Washer, 2004).

Over de gehele linie vormde het wantrouwen ten gevolge van de groeiende economische en politieke invloed van China vooroordelen over ‘onbetrouwbaarheid’ en ‘goedkoop zijn’. Vooroordelen die, naast de eerdergenoemde vooroordelen over hygiëne en eetgewoontes, werden geassocieerd met de Chinese cultuur en gemeenschap in het algemeen (Chan & Strabucchi, 2021).

2.3.2 Het othering-discours over de Chinese gemeenschap

De vooroordelen die door de tijd heen zijn ontstaan over de Chinese gemeenschap leiden tot een racistisch en stereotyperend discours: een discours dat de gemeenschap wegzet als ‘anders’ (Reny & Barreto, 2020, p.2). Tijdens pandemieën wordt dit discours regelmatig gebruikt om de schuld af te schuiven op de Chinese gemeenschap (Washer, 2004; Reny & Barreto, 2020). Er zijn vier stereotypingen die de boventoon voeren in dit ‘othering-discours’ sinds de tweede helft van de negentiende eeuw: de vreemde eetgewoontes, het gebrek aan hygiëne (en daardoor het dragen van ziekte), de ‘onbetrouwbaarheid’ en het ‘goedkope’ van de Chinese gemeenschap (Said, 1978; Washer, 2004; Eichelberg, 2007; King 2020; Chan & Strabucchi, 2020; Huang & Raymond, 2020; Reny & Barreto, 2020). Deze vier stereotypingen zijn hierboven al kort ingeleid en vormen de basis voor dit onderzoek. Hieronder worden ze verder toegelicht en geïllustreerd.

2.3.3 De vier dominante stereotypingen van het othering-discours

Geheel in de lijn van wat men ziet bij het concept van othering, is dat het othering-discours richting de Chinese gemeenschap met name opduikt bij pandemieën. Ook tijdens de huidige COVID-19 pandemie wordt de Chinese gemeenschap regelmatig weggezet als ‘anders’. De westerse gemeenschap probeert in dit geval om te gaan met de onzekerheid tijdens een pandemie door de Chinese gemeenschap weg te zetten als de schuldige, omdat hun cultuur bepaalde ‘inferieure’ kenmerken kent. Doordat de westerse cultuur die culturele kenmerken niet kent, zou het gevaar van de pandemie ook verder weg staan (Mayor et al., 2013, p.1013). Met andere woorden: de vier stereotypingen over de Chinese gemeenschap dienen als doel om een schijngevoel van veiligheid te creëren onder de westerse gemeenschap (Washer, 2004; Reny & Barreto, 2020):

De vreemde eetgewoontes

Het bovengenoemde liedje uit het Britse magazine ‘Punch’ maakt duidelijk dat de Chinezen ruim anderhalve eeuw geleden al weg werden gezet om hun ‘vreemde eetgewoontes’. Vandaag de dag lijkt dit niet veranderd: de Chinese gemeenschap kampt nog regelmatig met de associatie dat zij ‘vreemde’ en ‘wilde’ dieren eten (King, 2020). En hoewel dit anderhalve eeuw geleden misschien gebruikelijker was omdat gecultiveerd voedsel

schaarser was (overigens niet alleen in China), eet het merendeel van de Chinese bevolking vandaag de dag nauwelijks wild of niet-gedomesticeerd vlees (King, 2020, p. 241-242). Bovendien is de handel in wilde dieren een gereguleerde bezigheid waarop de Chinese overheid streng toezicht houdt, dat betekent dat er lang niet overal in Chinese steden wild te koop is (King, 2020, p. 242-245).

Ondanks de regulering op wild door de overheid en de algemene aanname onder de Chinese bevolking dat wild eten ongebruikelijk is, lijken de vooroordelen er niet minder om te worden. Zo verschenen er tijdens het eerste SARS virus in 2003 verschillende Britse krantenartikelen over het ‘ongezonde’ en ‘ongebruikelijke’ dieet van de Chinezen. Vooral op het Chinese platteland zouden de boeren ‘van alles en nog wat’ eten en daardoor een bron van infectieziekten vormen (Washer, 2004). En ook tijdens de huidige COVID-19 crisis wordt de Chinese gemeenschap regelmatig over één kam geschoren: zo gaan er verschillende video’s rond van Aziatische mensen die insecten, slangen en vooral vleermuizen eten. De titel, reacties en bijschriften uiteten vaak dezelfde boodschap: ‘dat moeten Chinezen zijn’ (Rappler, 2020; Zhang, 2020). Het gevolg van dergelijke content is dat het ongefundeerde theorieën, over het ontstaan van het virus in China, extra kracht bijzet (Barrow, 2020). Terwijl er over de origine van het virus nog veel onduidelijk is (King, 2020, p.238). Daarnaast lijdten veel Chinese restaurants sinds het uitbreken van COVID-19 wereldwijd onder de vooroordelen over de Chinese eetgewoontes. Mensen over de hele wereld vermijden ‘Chinatowns’ en Chinese restaurants vanwege de stereotypingen die er hangen rondom de Chinese eetgewoontes (Reny & Baretto, 2020, p.13; Huang & Raymond, p.1187).

Overigens gaan de vooroordelen over de eetgewoontes niet alleen in op *wat* de Chinese gemeenschap zou eten, maar ook *hoe* ze het eten. Al jaren vormen de Chinese tafelmanieren een bron voor generalisaties: een dominante associatie in het westen met de Chinese eetgewoontes zijn gebruiken als slurpen, hoesten en boeren. Dit vooroordeel hangt nauw samen met de volgende stereotypering over het ‘gebrek aan hygiëne’ (King, 2020).

Het gebrek aan hygiëne

Dit vooroordeel manifesteerde zich vooral toen Chinese arbeidsimmigranten zich vestigden in het westen aan het einde van de 19^e eeuw. Het idee ontstond dat de immigranten dragers van ziektes zouden zijn omdat ze ‘onhygiënisch en vies’ waren. Dit idee heeft zich door de geschiedenis heen doorgezet (Chan & Strabucchi, 2021, p.388; Huang & Raymond, 2020, p.1887). Een recent voorbeeld is een lied over het coronavirus dat in februari 2020 werd uitgezonden op Radio 10 (AD, 2020). Het lied ‘Voorkomen is beter dan Chinezen’ bevat de volgende tekst: “Het [dat virus] komt allemaal door die *stink-chinezen*”.

Andere voorbeelden waren te vinden tijdens het eerste SARS-virus, waarin ‘onhygiënische’ gebruiken als rochelen en spugen regelmatig bestempeld werden als ‘typisch Chinees’. Zo schreef een Britse journalist (Laurance, 2003 in Washer, 2004) tijdens het eerste SARS virus over Chinese gebruiken: “Spitting is as natural as sneezing here...Of such simple habits are global epidemics made.” En een andere journalist schreef: “This is a common habit in southern China, where most people cough and sneeze without covering their faces. Pools of saliva are frequent sights in restaurants, trains and buses” (Washer, 2004, p.2566).

De manier waarop de Britse journalisten niezen, hoesten en spugen afschrijven als ‘typisch Chinees’ is opvallend, vooral tijdens een pandemie: de ‘typisch Chinese’ gebruiken werden in de heftigste periode van de pandemie namelijk meermaals belicht als mogelijke manieren waarop het virus is ontstaan (Washer, 2004).

De stereotypering over onhygiënische gebruiken wordt vaak in combinatie met de stereotypering over de eetgewoontes genoemd: beide worden door het westen vaak gezien als dé manier waarop Chinese mensen ziektes zouden verspreiden. Zowel de ‘rare’ eetgewoontes als het gebrek aan hygiëne zouden ervoor zorgen dat de Chinezen al jaren een bron voor wereldwijde infectieziektes vormen (Washer, 2004, p.2570).

De ‘onbetrouwbaarheid’ van de Chinese gemeenschap

De stereotypering over het ‘onbetrouwbare’ van de Chinese gemeenschap ontwikkelde zich vooral door de groeiende invloed van China op het wereldtoneel. Zoals gezegd stonden de Chinese autoriteiten niet bekend om hun transparantie bij westerse machthebbers (Washer, 2004). Dit wordt onder andere duidelijk tijdens het eerste SARS virus: westerse autoriteiten en media beschuldigden de Chinese regering van onterechte geheimhouding van het virus. Chinese dokters die het SARS virus ontdekten zouden door de Chinese autoriteiten verplicht worden om te zwijgen. Bovendien hadden de Chinese autoriteiten, volgens westerse machthebbers, te lage schattingen over de besmetting- en sterftcijfers doorgegeven aan de WHO (Eichelberger, 2007; Washer, 2004).

Vergelijkbare kritiek richting de Chinese regering klinkt ook tijdens de huidige coronapandemie: vooral vanuit de VS klinken geluiden dat er Chinese dokters waren die het coronavirus al ontdekte in een vroeg stadium. Overigens konden zij hiervoor niemand waarschuwen, want ze werden (volgens verschillende Amerikaanse politici) het zwijgen opgelegd door de Chinese regering. Diezelfde regering zou ook onbetrouwbare gegevens openbaar maken over sterftegevallen ten gevolge van het coronavirus, aldus de politici (Huang & Raymond, 2020, p. 1187).

Deze trend manifesteert zich ook tijdens de huidige COVID-19 crisis, zo klinken vanuit Amerikaanse politici (voornamelijk republikeinen) geregeld geluiden over het ‘Chinese virus’. Amerikaanse Senator Tom Cotton oarmde openlijk de ongefundeerde theorie dat het coronavirus gecreëerd was door Chinese wetenschappers als een bio-wapen (Sharma, 2020). En een politiek adviseur van voormalig Amerikaans president Trump beschuldigde China ervan dat zij ‘honderdduizenden Chinezen’ over de hele wereld hebben gestuurd om het coronavirus te ‘planten’ (Porter, 2020). Trump zelf deed tijdens zijn ambtsperiode ook uitingen over de betrouwbaarheid van China: Trump heeft niet alleen in zijn tweets (*zie figuur 6*), maar ook tijdens een speech aan de VN, naar het coronavirus verwezen als het ‘Chinese virus’ en het ‘China-virus’ (Bostock, 2021; Moes, 2020). Daarmee gaf hij nadrukkelijk China de schuld voor het verspreiden van het coronavirus (Moes, 2020).

Deze speculaties over de onbetrouwbaarheid van China als onderdeel van het othering-discours zijn overigens niet toevallig: othering wordt tijdens pandemieën geregeld gebruikt om complottheorieën te verspreiden. De ‘ander’ wordt in dat geval neergezet als de ‘onbetrouwbare tegenstander’ die actief een gezondheids crisis tracht te veroorzaken door ziektes te creëren en te verspreiden over de wereld (Joffe, 1999).

Over de gehele linie staan de Chinese autoriteiten geregeld in het middelpunt van complottheorieën. De combinatie van de groeiende politieke en economische invloed van China én het groeiende wantrouwen vanuit het Westen maakt het dat de Chinese machthebbers regelmatig als ‘onbetrouwbaar’ worden bestempeld (Huang & Raymond, 2020; Reny & Barreto, 2020). Een stempel waar overigens ook de Chinese gemeenschap vaak aan moet geloven. Zo kreeg de gemeenschap steeds vaker te maken met vooroordelen die stelden

dat ‘onbetrouwbaarheid’ onderdeel zou zijn van de Chinese cultuur (Chan & Strabucchi 2021; Reny & Barreto, 2020).



Figuur 6: een tweet van het (inmiddels geblokkeerde) account van Donald Trump waarin hij het coronavirus ‘the Chinese virus’ noemt (Twitter).

Het ‘goedkope’ van de Chinese gemeenschap

Het vierde onderdeel van het othering-discours richting China is de stereotypering dat de Chinese gemeenschap ‘goedkoop’ is. Door de economische groei van China zijn veel landen afhankelijk geworden van producten die van daaruit geëxporteerd worden. Doordat productiekosten in China relatief laag liggen, zijn de ‘Made in China’-producten relatief goedkoop (Chan & Strabucchi, 2021, p.382-383). De grote afhankelijkheid van Chinese producten wereldwijd zorgde er niet alleen voor dat de economische en politieke invloed van China in de laatste decennia groeide, maar ook het wantrouwen vanuit het westen groeide (Said, 1978). Hierdoor ontstond er een bestempeling van ‘Made in China’ producten als ‘goedkoop’. Een stempel die overigens niet alleen sloeg op de prijs, maar ook op de vermeende ‘lage’ kwaliteit van de producten. De stempel zorgde ervoor dat verschillende aspecten van de Chinese cultuur werden geassocieerd met de ‘goedkope’ producten, waardoor ook de Chinese gemeenschap al snel met dit vooroordeel te maken kreeg (Chan & Strabucchi, 2021; Said, 1978; Eichelberger, 2007).

Het wantrouwen richting ‘Made in China’-producten hangt sterk samen met het eerdergenoemde stereotype over ‘onbetrouwbaarheid’. ‘Made in China’ werd een stempel die niet alleen stond voor ‘goedkoop’ maar ook ‘onbetrouwbaar’. Kortom: de massaexport van Chinese producten naar westerse landen ging gepaard met stereotypingen over het ‘goedkoop’ zijn van de Chinese cultuur die vandaag de dag nog steeds gelden. Een stereotypering die vaak samen met de stempel ‘onbetrouwbaar’ wordt genoemd (Said, 1978; Eichelberger, 2007; Chan & Strabucchi, 2021).

2.4 Het mogelijke verband tussen internetmemes en het othering-discours

Aan het begin van het theoretisch raamwerk is een belangrijk inzicht over de werking van memes benadrukt: memes stereotyperen regelmatig (Nisselbaum & Shifman, 2018; Milner, 2013). De populaire internetmemes gaan vaak gepaard met generaliserende uitlatingen tegenover minderheden, ook tegenover de Aziatische gemeenschap (zie *figuur 4*) (Schwarzenegger & Wagner, 2018; Nisselbaum & Shifman, 2018). Ten tijde van COVID-19, waarin de schuld voor de crisis regelmatig op Chinezen wordt afgeschoven door middel van culturele stereotyperingen, zou men dus verwachten dat memes daarin een grote rol spelen. Overigens is er nog maar weinig onderzoek dat deze relatie kan bevestigen (Chan & Strabucchi, 2021, p.382; Huang & Raymond, 2020, p.1887). Dat komt ten eerste omdat onderzoek naar othering gedomineerd wordt door traditionele media-analyses (Ungar, 1998; Washer, 2004; Eichelberger, 2007). En daarnaast blijven internetmemes een relatief onontgonnen onderzoeksonderwerp, niet zozeer binnen *digital culture studies*, maar wel binnen de *journalism studies* (Bauckhage, 2013; Wiggins, 2019).

Onderzoek naar de relatie tussen internetmemes en othering zou naast wetenschappelijk relevant, ook maatschappelijk relevant zijn omdat het inzicht biedt in de rol die memes spelen én de impact die memes hebben tijdens othering. Zoals gezegd uiten memes maatschappelijke ideeën en boodschappen die wijdverspreid worden. Meer inzicht in de mogelijk stereotyperende boodschappen van internetmemes kan leiden tot meer bewustzijn bij ontvangers en verspreiders ervan.

Om meer inzicht te krijgen in het mogelijke verband tussen het concept van othering richting de Chinese gemeenschap en de stereotyperende werking van memes, zal een kritische discoursanalyse worden gebruikt. Middels deze analyse wordt verkend welke patronen er te vinden zijn in internetmemes over COVID-19 en China. Deze patronen leiden mogelijk tot een weerspiegeling of bijdrage van het othering-discourse. Met andere woorden: de kritische discoursanalyse legt bloot hoe internetmemes een rol spelen in het concept van othering van de Chinese gemeenschap tijdens de huidige coronapandemie. Daarmee richt deze scriptie zich op de volgende onderzoeksvraag: *Hoe zetten internetmemes het othering-discours over de Chinese gemeenschap door tijdens COVID-19?*

3. Onderzoeksmethode

Om te onderzoeken op welke manier het othering-discours richting de Chinese gemeenschap terugkomt in de COVID-19 internetmemes zal een kritische discoursanalyse worden uitgevoerd. Dit hoofdstuk opent met een beschrijving van een kritische discoursanalyse en zal vervolgens uitweiden over hoe deze analyse in de praktijk wordt uitgevoerd. Kortgezegd houdt de analyse zes stappen in.

3.1 Kritische discoursanalyse

Bij een discoursanalyse onderzoekt men meestal vanuit een bepaalde notie: vrijwel alle discourstheorieën gaan ervan uit dat taal nooit een neutraal beeld van de werkelijkheid geeft: taal structureert en categoriseert de werkelijkheid (Jorgensen & Philips, 2002). Middels een discoursanalyse onderzoekt men patronen en structuren in taal die de werkelijkheid weerspiegelen. Bij een kritische discoursanalyse (KDA) onderzoekt men specifiek de manier waarop deze patronen de sociale en culturele werkelijkheid vormgeven (Hodges et al., 2008). Het ‘kritische’ slaat daarbij op de doorgrondende werking die de analyse heeft op sociaal en cultureel ideologische uitingen die in eerste instantie als ‘natuurlijk’ of ‘normaal’ overkomen. Die ideologische uitingen zijn belangrijk: deze vormen de patronen en die patronen vormen uiteindelijk een discours. Een discours heeft aanzienlijke invloed op sociale en culturele portrettingen in een maatschappij (Fairclough, 2003; Machin & Mayr, 2012). Een KDA legt met andere woorden bepaalde patronen in taal bloot die veel zeggen over de sociale en culturele werkelijkheid. Aan de hand van een KDA kan bijvoorbeeld een racistisch patroon gevonden worden in een publieke tekst (Van Leeuwen, 2009).

Een KDA onderzoekt daarbij meer dan alleen tekstuele data: meestal bestaat de KDA uit een multimodale analyse. Een multimodale analyse is een onderzoeksmethode waarbij aandacht is voor meerdere modaliteiten zoals taal, beeld, geluid en andere vormen van communicatie als aanvulling op tekstuele data (Machin & Mayr, 2012). Multimodaliteit wordt door verschillende onderzoekers, waaronder Machin & Mayr (2012) gezien als onmisbare voorwaarde voor een goede KDA, omdat verschillende modaliteiten allemaal betekenissen op zichzelf dragen die niet gevonden zouden worden als er alleen aandacht is voor geschreven tekst (Van Leeuwen, 2004, p.15).

3.2 De uitvoering van een KDA

De nadruk die men bij een KDA legt op sociaal en cultureel ideologische uitingen maakt het een passende onderzoeksmethode voor een onderzoek naar memes: als populaire vorm van online communicatie hebben internetmemes de potentie om die ideologische uitingen wereldwijd te verspreiden. Memes zijn rijk aan sociale en culturele boodschappen die middels een KDA goed onderzocht kunnen worden (Milner, 2012).

Er zijn verschillende benaderingen voor de uitvoering van een KDA. De belangrijkste voorwaarde voor een KDA is dat het de drie onderdelen waaruit de term bestaat, bevat: ‘kritisch’, ‘discours’ en ‘analyse’ (Rogers, 2004, p.1). Een KDA moet ‘kritisch’ zijn in die zin dat het diepere ideologische uitingen blootlegt. Het moet gaan om een maatschappelijk ‘discours’, ofwel een bepaalde maatschappelijke redevoering in tekst of beeld die de

werkelijkheid uitdrukt (Jorgensen & Philips, 2002). En tot slot omvat een KDA een ‘analyse’ in die zin dat het onderdeel is van een systematisch onderzoek (Rogers, 2004).

De zes stappen van een KDA

Philips en Jorgensen (2002) hebben de hoofdlijnen van KDA uitgewerkt tot een concreet stappenplan. Het stappenplan is een proces van zes stappen waarmee een KDA kan worden uitgevoerd. De eerste stap is het identificeren van een maatschappelijk probleem waarop het onderzoek betrekking heeft (Philips & Jorgensen, 2002, p.77). Vervolgens stelt men de onderzoeksvraag op waarin het te onderzoeken discours centraal staat (idem, p. 78). Dan volgt de dataselectie (idem, p.78). De vierde stap is het transcriberen van de data, dit heeft overigens vooral betrekking op speeches of andere verbale content die analyseerbaar gemaakt moet worden (idem, p. 80). De laatste twee stappen zijn de daadwerkelijke analyse van de tekst (idem, p.81) en het opschrijven van de interpretatie (idem, p.88). Deze zes stappen vormen de basis voor de KDA in dit onderzoek.

3.3 De zes stappen in dit onderzoek

De eerste twee stappen in dit onderzoek zijn al grotendeels uitgevoerd in het theoretisch kader. Het maatschappelijke probleem waarop het onderzoek betrekking heeft zijn de racistische en de xenofobe stereotyperingen over de Chinese cultuur waarmee de Chinese gemeenschap tijdens de COVID-19 crisis te maken krijgt en die onderdeel zijn van het othering-discours dat zich in de afgelopen anderhalve eeuw heeft ontwikkeld (Chan & Strabucchi, 2021, p.375; Reny & Baretto, 2020, p.1-2; Huang & Raymond, 2020, p.1187). Daarbij zetten internetmemes dit racistische discours mogelijk door en blazen het nieuw leven in in de maatschappij (Chan & Strabucchi, 2021). Dat is een problematische zaak gezien memes niet alleen een groot publiek bereik hebben, maar ook, net als traditionelere nieuwsmedia, de gebeurtenissen in de wereld kaderen (Allan & Peters, 2020; Dean, 2019).

De tweede stap, de onderzoeksvraag, is dan ook gericht op de rol van internetmemes bij dit maatschappelijke probleem en luidt:

Hoe zetten internetmemes het othering-discours over de Chinese gemeenschap door tijdens COVID-19?

De derde stap: dataselectie

De dataselectie binnen dit onderzoek is gericht op internetmemes in de vorm van afbeeldingen, waarvan sommige ook teksten bevatten. Hiervoor is gekozen omdat memes in de vorm van afbeeldingen het meeste voorkomen op het internet, ten opzichte van bijvoorbeeld memes in andere vormen zoals video's (Milner, 2013, p.65). Daarnaast worden memes in de vorm van afbeeldingen het vaakst en snelst bewerkt en gedeeld, waardoor de afbeeldingen ook het snelst en vaakst onderdeel worden van het maatschappelijk debat ten opzichte van andere vormen (Nisselbaum & Shifman, 2018). Dat zorgt er bovendien voor dat journalisten de afbeeldingen steeds vaker gebruiken om maatschappelijke tendensen te duiden of aan te stippen (Dean, 2019; Allan & Peters, 2020).

De internetmemes worden verzameld via Knowyourmeme.com (KYM), een populaire

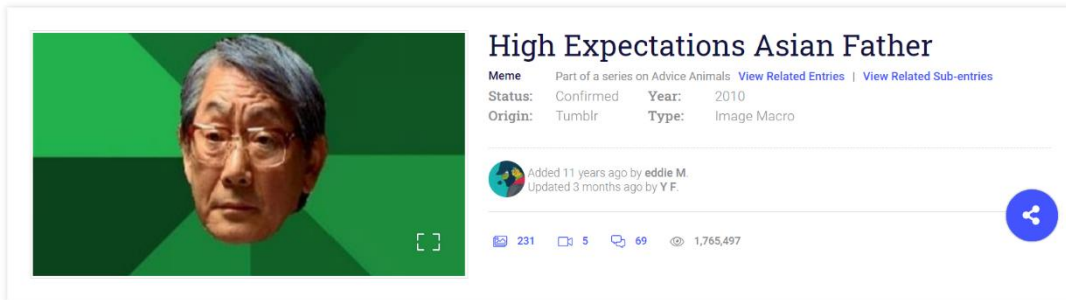
commerciële website die ook wel ‘The Internet Meme Database’ wordt genoemd. De reden dat KYM gebruikt wordt is omdat het ten eerste veel informatie verschaft over de populariteit, herkomst en datering van memes. Zo laat de website overzichtelijk zien hoe vaak de memes bekeken, verspreid en bewerkt zijn en wordt er duidelijk weergegeven wat de herkomst van een meme is, dus als de meme van een ander platform dan KYM komt wordt dat ook vermeld. Daarnaast kan men via KYM gemakkelijk achterhalen uit welke periode de meme dateert (Bauckhage, 2011, p.42).

De voornaamste reden dat KYM gebruikt wordt voor de dataselectie is overigens omdat het informatie verschaft over de originele afbeelding waaruit de meme bestaat. Memes bestaan zoals gezegd vaak uit dezelfde terugkerende afbeelding of hetzelfde deel van een afbeelding. Zo bestonden verschillende versies van de *stock image*-meme “Grandma Finds the Internet” uit het theoretisch kader uit dezelfde afbeelding van een bejaarde vrouw achter een computer. En de verschillende versies van de *Photoshop*-meme “Casually Pepper Spray Everything Cop” bestaat uit hetzelfde deel van een afbeelding: de politieagent die pepperspray spuit.

KYM verschaft bij deze oorspronkelijke (delen van) afbeeldingen informatie over de intertekstuele verwijzing en maatschappelijke context daaromheen én licht toe waar de afbeelding oorspronkelijk vandaan komen. Figuur 7 verduidelijkt dit aan de hand van de *High Expectation Asian Father*- meme uit het theoretisch kader: op de informatiepagina van de originele afbeelding (waarmee dus verschillende versies van memes zijn gevormd) geeft KYM informatie over de maatschappelijke context rondom de afbeelding, welke boodschap de afbeelding draagt en waar deze oorspronkelijk vandaan komt. Onder de kopjes ‘about’ en ‘identity’ wordt in dit geval duidelijk dat de *High Expectation Asian Father*-meme gebaseerd is op maatschappelijke stereotyperingen over Aziatische ouders en dat de man op de afbeelding een Zuid-Koreaanse acteur is die vaak typische vaderfiguren speelt in Koreaanse films en series.

Kortom: de uitgebreide informatie die KYM verschaft over de maatschappelijke context en herkomst van de afbeeldingen in memes is waardevol voor dit onderzoek. Het zorgt ervoor dat intertekstuele verwijzingen en sociale of culturele boodschappen in memes duidelijk worden.

Popular: Nobody Wants to Work Anymore Joshua Luna 2021 U.S. East Coast Gas Shortage



High Expectations Asian Father Meme
Status: Confirmed Year: 2010 Origin: Tumblr

▲ About

High Expectations Asian Father is an [advice animal image macro](#) series based on [stereotypes](#) and clichés about first-generation Asian parents pushing their children to excel in academic fields in an overbearing manner.^[21] TCentered around a photograph of a middle-aged Asian man with glasses and grey hair, the captioned image series also went on to inspire a female counterpart advice animal known as [Tiger Mom](#) in January 2011.

▲ Origin

High Expectations Asian Father was launched as a [single topic blog](#)^[1] by friends and [Tumblr](#) users [Chris](#)^[10] and [Bryant](#)^[11] on March 18th, 2010. The original instance used the caption “I dun care you got A+ in English, Math, History; you got A- in art. / You [fail](#) life.” A [Memegenerator](#) watermark is present on the image, but it remains unclear when the page^[2] was actually created on the site.

Identity

The photo used in the series is South Korean actor [Jeon Mu-Song](#)^[15], who is known for playing father figures in Korean films and television shows. Found by Tumblr user [akane-x](#)^[13] in 2012, the still image was originally taken from a still shot from the 2007 Korean horror film [Epitaph](#)^[14] (shown below), in which Mu-Song played the character Professor Park Jung Nam.

Figuur 7: de extra informatie die KYM verschaft over de High Expectation Asian Father-meme (Knowyourmeme).

Dataselectie op basis van tags

De memes die verzameld zijn via KYM zijn geselecteerd op basis van *tags*, dat zijn labels die memes toegewezen krijgen waardoor ze makkelijk op onderwerp teruggevonden kunnen worden. Het is zaak om ‘relevante’ *tags* te gebruiken voor de zoekopdrachten, dat wil zeggen *tags* die goed aansluiten bij het onderzoeksonderwerp (Dynel, 2020, p.181). Bij dit onderzoek zijn daarom *tags* gekozen op basis van de vier dominante stereotyperingen uit het theoretisch kader, daarbij is ook rekening gehouden met moderne onderwerpen die deel uitmaken van deze stereotyperingen. Uiteindelijk zijn de memes geselecteerd op basis van een combinatie van de volgende tien relevante tags: #CORONAVIRUS #COVID19 #CHINA #CHINESE #FOOD #CULTURE #EATING #MADEINCHINA #XIJINPING #BATSOUF.

De eerste zeven tags spreken redelijk voor zich, de laatste drie behoeven een korte toelichting. *Made in China*, *Batsoup* en *Xi Jinping* zijn relevante tags omdat het veelgebruikte onderwerpen zijn om stereotyperingen tijdens de COVID-19 door te zetten (King, 2020; Huang & Raymond, 2020; Reny & Baretto, 2020). Zo is #MADEINCHINA een tag die gebaseerd is op de stereotyperingen over het ‘goedkope’ van Chinese producten, maar ook het ‘onbetrouwbare’ van de Chinese gemeenschap (Said, 1978; Chan & Strabucchi, 2021). #BATSOUF is een tag die gerelateerd is aan de stereotypering over ‘de vreemde eetgewoontes’: er gaan veel geruchten en theorieën rond die veronderstellen dat de consumptie van vleermuizen in China de oorzaak zou zijn van het ontstaan van het coronavirus (King, 2020; Palmer, 2020). Daarnaast is #XIJINPING (President van China) een relevante tag omdat het samenhangt met de stereotypering over ‘de onbetrouwbaarheid van de Chinese gemeenschap’ tijdens COVID-19: zoals gezegd wordt de ‘onbetrouwbare’ houding van de Chinese regering vaak afgereageerd op de Chinese gemeenschap en cultuur (Huang & Raymond, 2020; Reny & Barreto, 2020).

Op basis van de tags zijn er uiteindelijk twintig memes geselecteerd, die allemaal een grote variatie aan boodschappen en onderwerpen bevatten. Dit aantal vormt een balans tussen de haalbaarheid van en de variatie in het onderzoek. Deze balans is belangrijk bij handmatig onderzoek: te veel data beslecht de haalbaarheid en te weinig data beslecht de validiteit. Daarom is gelet op zowel de haalbaarheid als de variatie. Dat laatste is op vergelijkbare manieren als bij andere onderzoeken van Dynel (2020) en Hakoköngäs et al. (2020) gewaarborgd: door de verscheidenheid aan onderwerpen en boodschappen die terugkomen in de dataset.

De laatste drie stappen

De vierde stap die Philips en Jorgensen (2002) beschrijven is het transcriberen van de data. De twintig memes zijn allemaal gedownload als PNG bestanden en vervolgens overzichtelijk bij elkaar gezet in één bestand. Dit bestand vormde de basis voor de vijfde stap: de analyse zelf. Dit onderzoek bestaat uit een manuele analyse, die begon met een globale inzage van de twintig memes om zo gewend te raken aan de data. Vervolgens is de kritische analyse uitgevoerd, daarbij is met name stilgestaan bij sociale en culturele betekenissen. Deze betekenissen in de twintig memes zijn vooral geïnterpreteerd door de focus te leggen op afgebeelde personen, personages en figuren in de memes. Personen en figuren dragen over het algemeen grote semiotische waarde in multimodale communicatie: het zijn afgebeelde personen en andere figuren, en de details om hun heen, waaraan vaak ideologische boodschap onttrokken worden (Kress & van Leeuwen, 2006). Met andere woorden: door op zoek te gaan

naar patronen omtrent de personen en figuren in de twintig memes zijn sociale en culturele betekenissen afgeleid. De laatste stap van de analyse is verslag doen van de interpretaties, dit zal in de volgende sectie besproken worden.

4. Bevindingen

Middels een kritische discoursanalyse tracht dit onderzoek patronen bloot te leggen die voorkomen in twintig verschillende internetmemes over COVID-19 en China. Daarbij wordt stilgestaan bij sociale en culturele portrettingen die het othering-discours richting de Chinese gemeenschap reflecteren of eraan bijdragen.

Uit de analyse zijn drie categorieën te vormen die toegelicht worden in dit hoofdstuk: de meme met Westerse media-representaties, de vleermuissoep meme en de *corona-chan* meme. De sociale en culturele portrettingen die terugkomen in deze drie categorieën weerspiegelen het othering-discours niet alleen, maar voegen er ook eigentijdse elementen aan toe. Daarnaast wijst de analyse op een vierde categorie: de meme met de ‘typische’ Chinese uiterlijke kenmerken, ook deze zal verder toegelicht en geïllustreerd worden in dit hoofdstuk.

4.1 Drie categorieën die het othering-discours weerspiegelen

De meme met westerse media-representaties

De eerste categorie bestaat uit een patroon waarbij bekende Westerse media-personages en figuren gebruikt worden om de Chinese cultuur te stereotyperen. Hierbij zijn het veelal personages uit Amerikaanse en Britse series en films die gebruikt worden om boodschappen te uiten over de Chinese eetgewoontes, producten en onbetrouwbaarheid. Zo ziet men in figuur 8 een meme met een scene uit de bekende Amerikaanse animatieserie *The Simpsons*. Het is een bekende meme waarin Lisa Simpson een duidelijk statement wil maken tijdens een presentatie. In deze versie van de meme is het statement dat het coronavirus in China gemaakt is en daarom ‘goedkoop’ en niet bepaald duurzaam is. Daarnaast is er een meme te zien met twee scenes uit de bekende Marvel-film *Captain America*, waarin de hoofdpersoon een lichamelijke transformatie tussen deze twee scenes ondergaat: de afbeelding links is vóór de transformatie en de afbeelding rechts erna. De tekst boven de meme, in combinatie met afbeeldingen van de twee scenes, maakt duidelijk: producten die in China worden gemaakt zijn van slechte kwaliteit, maar een virus dat ‘gemaakt is in China’ niet. Hoewel beide memes verschillende boodschappen uiten over de duurzaamheid van het virus, impliceren ze beide dat producten uit China van slechte kwaliteit zijn en dat het virus ‘Made in China’ is. Met andere woorden: beide memes weerspiegelen de stereotypingen over zowel het ‘onbetrouwbare’ als het ‘goedkope’ van de Chinese gemeenschap. Verder is er in figuur 8 een bekende scene te zien uit de populaire *Batman*-film *The Dark Knight*, in deze scene zegt *The Joker* (de aartsvijand van *Batman*) oorspronkelijk: *it's simple, we uh, kill the Batman*.¹ Deze meme parodieert de scene en verwerkt er een stereotypering over de Chinese eetgewoontes in door *The Joker* door middel van uiterlijke kenmerken neer te zetten als Chinees en het woordje *kill* te vervangen door *eat*. Deze bewerking speelt in op het vermoeden dat het coronavirus is ontstaan door de consumptie van vleermuizen door de Chinese gemeenschap. De laatste meme in figuur 8 bestaat uit een bekend Brits mediafiguur: Winnie the Pooh. In deze meme wordt Xi Jinping afgebeeld als *Winnie the Pooh*. Op een filmposter-achtige wijze wordt de indruk gewekt dat het coronavirus een film is waarin *Winnie* (Jinping) en China de hoofdrol spelen. Deze vergelijking is overigens niet nieuw:

¹ <https://knowyourmeme.com/memes/its-simple-we-kill-the-batman>

Winnie the Pooh is sinds 2016 al meermaals op sociale media gebruikt om Xi Jinping af te beelden, wat resulteerde in een censuur op het *Disney* karakter in 2017 in China². Het verbannen van het *Disney* karakter door de Chinese regering leidde tot een tegendraadse reactie in de rest van de wereld: er ontstond een vermenigvuldiging van portretteringen van Jinping als Winnie the Pooh en het Disney karakter werd daarmee de belichaming van onderdrukking en corruptie in China (Dynel & Poppi, 2020, p.11).

Over de gehele linie worden de Westerse media-representaties in deze categorie gebruikt om culturele portretteringen te manifesteren over de Chinese gemeenschap. Door eigen, bekende culturele personages als Winnie the Pooh, Captain America en Lisa Simpson te gebruiken worden er stempels gedrukt op de Chinese cultuur, die middels deze personages wordt weggezet om onder andere de 'inferieure' producten en veronderstelde eetgewoontes. Dit vormt een continuüm van het othering-discours, waarbij het 'superieure' Westerse culturele goed wordt gebruikt om de 'inferieure' cultuur van het Oosten weg te zetten als anders (Said, 1978).



Figuur 8: Memes waarin westerse media-representaties worden gebruikt om de Chinese gemeenschap te stereotyperen (Knowyourmeme).

² <https://www.bbc.com/news/blogs-china-blog-40627855>

De vleermuissoep meme

Deze categorie memes wordt getekend door verwijzingen naar vleermuissoep. In figuur 9 zijn voorbeelden te zien uit deze categorie. In alle memes wordt een Chinees personage of figuur afgebeeld, met name door veronderstelde ‘typische’ Chinese uiterlijke kenmerken, in combinatie met een kop vleermuissoep. Zo is er een bewerking te zien van de *Country Feels*-meme: een meme van een persoon achter een bureau die omringd wordt door stereotyperingen die geassocieerd worden met een bepaald land.³ In dit geval slaan de stereotyperingen op China, dat wordt mede duidelijk door de uiterlijke kenmerken van de persoon achter het bureau: de spleetogen, gelige huid en rode communistische ster op het voorhoofd. Daarnaast wordt de stereotypering duidelijk door de kop vleermuissoep op het bureau. Ook in de bewerking van de *Doge*-meme is duidelijk een kop vleermuissoep te zien. *Doge* is een naam voor de Shiba die veel terugkomt in ludieke portrettingen van landen, bekende personen of ongemakkelijke situaties.⁴ Bij deze portretting is de Shiba middels stereotyperende uiterlijke kenmerken verwerkt tot een Chinees lijkend persoon die een bakje vleermuissoep voorschotelt. Een laatste voorbeeld van de vleermuissoep meme is de meme met ‘Xiao’ in figuur 9. De meme in de vorm van een strip portretteert de Chinese gemeenschap als ‘Xiao’, die een keuze moet maken welke voedingsbron hij kiest voor de Chinese beschaving. Hij kan daarbij de keuze maken tussen ‘veilig’ en ‘gedomesticeerd’ vee als voedingsbron óf voedsel van een ‘ongereguleerde’ Chinese markt waar ook ‘menselijke lichaamsdelen’ worden verkocht, waarmee verwezen wordt naar de markt in Wuhan. Xiao, die dus symbool staat voor de Chinese gemeenschap, kiest voor dat laatste en dat resulteert in de consumptie van vleermuissoep, waardoor vervolgens, zoals de tekst onderaan de meme impliceert, het coronavirus is ontstaan.

Deze vier memes illustreren de stereotyperende assumptie die in deze categorie naar voren komt: door de constante verwijzing naar vleermuissoep te combineren met veronderstelde Chinese culturele en uiterlijke kenmerken, impliceren de memes dat het voor de Chinese gemeenschap ‘gebruikelijk’ is om vleermuizen te consumeren. Een verondersteld gebruik dat door de ogen van de Westerse (superieure) cultuur als ‘vreemd’ wordt beschouwd en daarmee het othering-discours weerspiegelt. Daarbij is het meer dan een weerspiegeling: het is een nieuwe, saillante en eigentijdse bijdrage aan het discours. Het is vergelijkbaar met het eerdergenoemde vooroordeel dat ontstond tijdens het eerste SARS-virus en toentertijd ook een nieuwe en eigentijdse boodschap uitdroeg: in meerdere artikelen in Britse kranten werd spugen op een generaliserende manier afgeschreven als gebruik waaraan de gehele Chinese gemeenschap schuldig was en waardoor ziektes als SARS veroorzaakt werden (Washer, 2004, p. 2566). En datzelfde geldt voor de stereotyperingen in de vleermuissoep memes: de veronderstelde vleermuisconsumptie lijkt tekenend voor de COVID-19 crisis (King, 2020). Met andere woorden: door vleermuissoep als iets typisch Chinees te bestempelen zet deze meme op een eigentijdse manier het othering-discours door. Bovendien voedt deze categorie ook de ongefundeerde (en toch regelmatig aangenomen) theorie dat de Chinezen middels vleermuisconsumptie het coronavirus hebben veroorzaakt.

³ <https://knowyourmeme.com/memes/country-feels>

⁴ <https://knowyourmeme.com/memes/doge>



Figuur 9: voorbeelden van de vleermuissoep memes waarin stereotyperingen over de Chinese eetgewoontes naar voren komen (Knowyourmeme).

De Corona-chan meme

De derde categorie memes bestaat uit een personificatie van het coronavirus, dit houdt in dat er menselijke eigenschappen worden toegekend aan het coronavirus (Pauliks, 2020, p.47). Zo is in figuur 10 een jongedame te zien met een traditionele *qipao* aan, in de ene hand houdt ze de Chinese vlag vast en in de andere een *Corona*-biertje. Op de andere afbeelding is een vergelijkbare versie van deze jongedame te zien.

De personificatie in figuur 10 wordt ook wel de *corona-chan* genoemd en is vergelijkbaar met de *Ebola-chan* (figuur 11) die populair werd ten tijde van de ebolacrisis.⁵ Zowel de *Corona*- als de *Ebola-chan* personifiëren het virus om het zo minder gevaarlijk te doen lijken: het doel van deze personificaties is om een onbekend virus een vorm te geven en zo met de onzekerheid die dat virus brengt om te kunnen gaan (Marcus & Singer, 2017, p.350). Er is overigens wel een noemenswaardig verschil tussen de *Corona*- en de *Ebola*-

⁵ Corona-chan: <https://knowyourmeme.com/memes/corona-chan>
Ebola chan: <https://knowyourmeme.com/memes/ebola-chan>

chan. Die laatste beeldt het virus op vrij neutrale manier uit, maar de *corona-chan* wekt minder neutrale associaties op: het coronavirus wordt afgebeeld als een meisje met Chinese kenmerken: de Chinese vlag, de qipao en het donkere haar. Deze link, tussen corona en China, weerspiegelt het veronderstelde verband tussen het ontstaan van het virus en de Chinese gemeenschap. Middels de meme in de vorm van een strip in figuur 10 wordt de *corona-chan* zelfs neergezet als een door China aangestuurd virus dat de wereld op zijn kop zet zodat China zichzelf vervolgens op te kunnen stellen als wereldmacht die de situatie red met het medicijn.

De memes in figuur 10 illustreren over de gehele linie hoe het coronavirus een vorm krijgt waarmee het nodige wordt geïmpliceerd over Chinese betrokkenheid bij het coronavirus. Deze sociale representatie vormt een eigentijdse weerspiegeling van het othering-discours, waarmee de ‘schuld’ van het coronavirus wordt afgeschoven op de Chinese bevolking.



Figuur 10: Corona-chan memes waarmee het coronavirus een gezicht krijgt (Knowyourmeme).



Figuur 11: voorbeeld van de Ebola-chan (Knowyourmeme).

4.2 De ‘typische’ uiterlijke kenmerken

Uit de analyse blijkt nog een vierde categorie dominant: de meme met ‘typische’ Chinese uiterlijke kenmerken. Deze categorie wordt gevormd door vooroordelen over uiterlijke eigenschappen die ‘typerend’ zouden zijn voor mensen uit de Chinese gemeenschap. Hoewel deze categorie niet zozeer het othering-discours weerspiegelt, draagt het wel bij aan stereotyperingen over de gemeenschap.

Deze categorie wordt duidelijk aan de hand van de memes in figuur 12: de strohoed, de spleetogen en de gelige huid zijn veronderstelde uiterlijke kenmerken van de Chinese gemeenschap. De eerdergenoemde *Country-Feels* meme, de *Doge*-meme en de *Joker*-meme impliceren onder andere dat de typische Chinese persoon een strohoed draagt, een gelige huid en spleetogen heeft. Daarnaast is ook een bewerking van de *coofer*-meme te zien, een stereotyperende portrettering van een persoon die besmet is met COVID-19. In deze versie van de *coofer*-meme is de persoon ‘corooner’ genoemd en portretteert het een ‘typisch’ Chinees persoon, te zien aan de strohoed en de gelige huid.

Middels het afbeelden van ‘typische’ uiterlijke kenmerken, schetsen deze memes een sociale portrettering van mensen uit de Chinese gemeenschap. Een portrettering die vooral gebaseerd is op een vanuit westers oogpunt gesocialiseerd beeld van de Chinese manier van kleden en Chinese lichamelijke kenmerken. Deze herhaalde portrettering manifesteren een gegeneraliseerd en vertekend beeld van het uiterlijk van de Chinese gemeenschap.



corooner

- >eats bats
- >turns on faucet so others hear, doesn't use it
- >never heard of hand sanitizer
- >doesnt wash hands, touches face anyway
- actually part of chinese science experiment
- >cant stop coughing
- sneezes on everyone

Figuur 12: memes die verwijzen naar 'typische' uiterlijke kenmerken van de Chinese gemeenschap (Knowyourmeme).

5. Discussie en conclusie

Over de gehele linie zijn er vier categorieën memes die bijdragen aan zowel het othering-discours als stereotyperingen in het algemeen richting de Chinese gemeenschap. Gezien internetmemes een dominant onderdeel van de nieuwe media en digitale cultuur zijn, lijken deze bevindingen niet zonder gevolgen: de boodschappen in internetmemes vinden tenslotte geregeld hun weg naar het maatschappelijk debat. Ervan uitgaande dat het handjevol memes dat in dit onderzoek is geanalyseerd de stereotyperingen doorzetten, is het waarschijnlijk dat er tal van andere memes zijn die hetzelfde doen. Dit is een kwade zaak, vooral tijdens een gezondheids crisis als COVID-19, omdat de stereotyperingen ook leiden tot ongefundeerde ideeën over mogelijke ‘schuldigen’ van de crisis. Gecombineerd met de groeiende nieuwswaarde van memes is de kans daarbij aanzienlijk dat zowel subtiele als onsubtiele stereotyperingen hun weg vinden in het werk van journalisten, en daarmee in de nieuwsmedia (Wagener, 2020; Dean, 2019).

Het is zowel aan de journalistiek als de wetenschap om het ongewisse en racisme, dat gepaard gaat bij het aanwijzen van culturele oorzaken voor deze crisis, te bestrijden. Dit kan bijvoorbeeld door de pijlen te richten op de biologische oorzaken van het virus. De coronacrisis is tenslotte een kwestie van gezondheid en niet van ras of etniciteit.

Daarnaast is het in de digitale wereld relatief makkelijk om een racistische of stereotyperende boodschap te vermommen als iets humoristisch. Het is ook aan de ‘normale’ mensen, die verantwoordelijk zijn voor de massale bewerking en verspreiding van memes, om waakzaam te zijn voor deze subtiele vermomming. En vooral bewust te zijn van de mogelijke impact ervan op de Chinese gemeenschap.

Tot slot kunnen de vier categorieën uit dit onderzoek gebruikt worden voor vervolgonderzoek. Zoals gezegd blijven internetmemes als onderzoeksobject binnen *journalism studies* redelijk onder de radar. Grootschaliger onderzoek kan zich verder baseren op de vier categorieën, door bijvoorbeeld te kwantificeren op welke schaal de stereotyperingen voorkomen en daarmee te duiden welke ervan het dominantst aanwezig zijn binnen de digitale cultuur.

Bijlagen



1. "Corona-Chan (Enhanced)"; KnowYourMeme;
<https://knowyourmeme.com/photos/1715925-corona-chan>



2. "Create conditions for a problem, sell a solution"; KnowYourMeme;
<https://knowyourmeme.com/photos/1809114-covid-19-pandemic>

Xiao, my son



you are of industrial civilization now



and must choose where to get protein



safe and tasty livestock

domesticated thousands of years ago



Or mystery meat from unregulated chinese market

where roadkills and human bodyparts are sold



present day CHINA IN LOCKDOWN

LIKE A BAT OUTTA HELL China coronavirus: Fears outbreak is linked to bat soup sold at Wuhan market

China Shuttters All 70,000 Movie Theaters in Response to Coronavirus Outbreak

- 3. "Corona Virus"; KnowYourMeme; <https://knowyourmeme.com/photos/1718548-mehmet-my-son>



4. "Corooner #1"; KnowYourMeme; <https://knowyourmeme.com/photos/1782513-coofer>



5. "Dude, that's a BUTTERFLY!" - "Oh, sorry, thought it was a bat!"; KnowYourMeme; <https://knowyourmeme.com/photos/1808715-covid-19-pandemic>



6. "Doge China"; KnowYourMeme; <https://knowyourmeme.com/photos/1729966-doge>



7. "corona virus was made in China lmao"; KnowYourMeme; <https://knowyourmeme.com/photos/1804489-covid-19-pandemic>



8. "Corona 2"; KnowYourMeme; <https://knowyourmeme.com/photos/1805088-covid-19-pandemic>



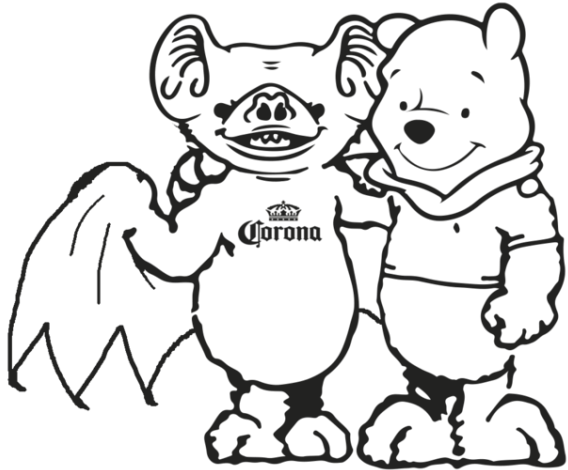
9. "Wuhan (China) feels"; KnowYourMeme; <https://knowyourmeme.com/photos/1734638-country-feels>



10. "Drink up, retard"; KnowYourMeme; <https://knowyourmeme.com/photos/1720433-coronavirus-bat-soup-conspiracy-theory>



11. "China Lied People Died"; KnowYourMeme; <https://knowyourmeme.com/photos/1964180-covid-19-pandemic>



LEFT TO DIE
WORLD IS A FUCK
病毒 Kill Em All 2020
I am biohazard man
410,757,864,530 DEAD HAN

12. "bat & winnie the pooh"; KnowYourMeme; <https://knowyourmeme.com/photos/1720988-born-to-die-world-is-a-fuck-kill-em-all-1989-i-am-trash-man-410757864530-dead-cops>



13. "le obvious joke has arrived"; KnowYourMeme; <https://knowyourmeme.com/photos/1765251-sbubby>



14. "Hong Kong Circa 2020"; KnowYourMeme; <https://knowyourmeme.com/photos/1951841-cliff-booth-and-bruce-lee-fight-braddu-pittu-prease>



15. "It's simple we uh, eat the batman"; KnowYourMeme; <https://knowyourmeme.com/photos/1777146-covid-19-pandemic>



16. "Coronabae"; KnowYourMeme; <https://knowyourmeme.com/photos/1837766-covid-19-pandemic>

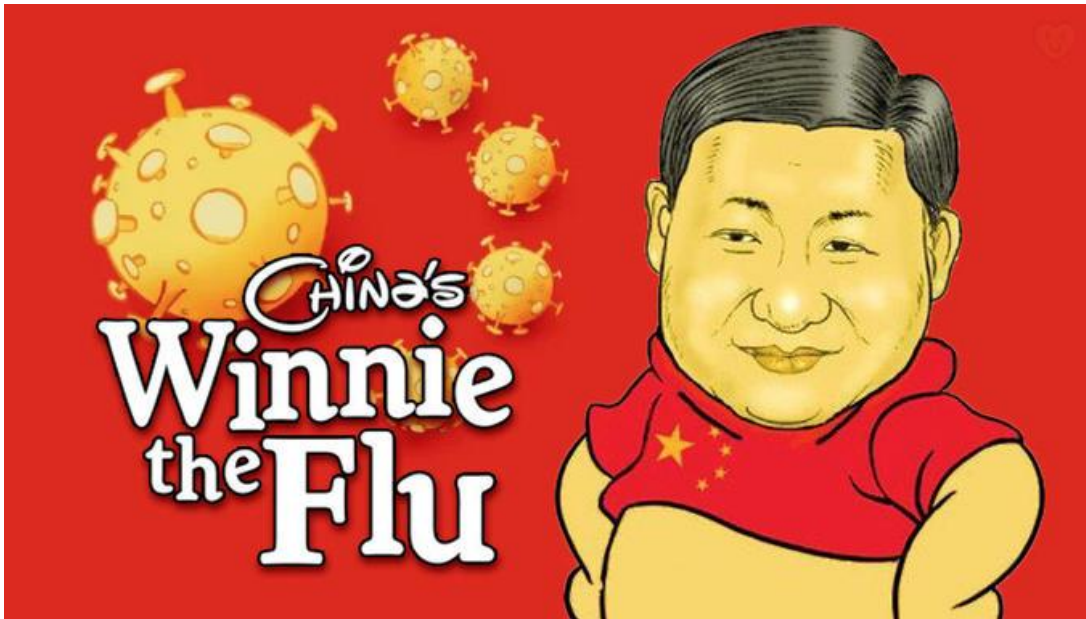
Batman arrives in China:



Chinese people:



17. "big enough to feed the whole town"; KnowYourMeme;
<https://knowyourmeme.com/photos/1813234-coronavirus-bat-soup-conspiracy-theory>



18. "Winnie the Flu"; KnowYourMeme; <https://knowyourmeme.com/photos/1821969-covid-19-pandemic>



19. "Wait a minute"; KnowYourMeme; <https://knowyourmeme.com/photos/1719509>

Products
made in china

Virus
made in china



20. "true"; KnowYourMeme; <https://knowyourmeme.com/photos/1804711-covid-19-pandemic>

Literatuur

- AD. (2020, 10 februari). Aangifte tegen dj om discriminerend coronalied 'Voorkomen is beter dan Chinezen'. Geraadpleegd op: <https://www.ad.nl/binnenland/aangifte-tegen-dj-omdiscriminerend-coralied-voorkomen-is-beter-dan-chinezen~a421146c/>
- Allan, S., and C. Peters. (2020) The Visual Citizen in a Digital News Landscape. *Communication Theory* 30(2), 149–168.
- Barrow, H. (2020). The West's double standards are on full display as it racialises the coronavirus pandemic. *Euronews*. Geraadpleegd op: <https://www.euronews.com/2020/04/09/the-west-s-double-standards-are-on-full-display-racialises-the-coronavirus-pandemic-view>
- Bauckhage, C., Kristian, K., & Fabian, H. (2013) "Mathematical Models of Fads Explain the Temporal Dynamics of Internet Memes." *ICWSM*.
- Bauckhage, Christian. *Insights into Internet Memes*. ICWSM. 2011
- BBC. (2021, 16 april). Capitol riot: Prosecutors get first guilty plea 100 days after attack. *BBC-news*. Geraadpleegd op: <https://www.bbc.com/news/world-us-canada-55626148>
- Blackmore, S. (2000) *The meme machine*. Vol. 25. Oxford University Press.
- Bostock, B. (2021, 22 maart). Trump's first tweet about a 'Chinese virus' caused an increase of anti-Asian hashtags on Twitter, study finds. *Business Insider*. Geraadpleegd op: <https://www.businessinsider.com/trump-chinese-virus-tweet-sparked-anti-asian-hashtags-spike-study-2021-3?international=true&r=US&IR=T>
- Brideau, K., & Berret, C. (2014). A brief introduction to Impact: "The meme font." *Journal of Visual Culture*, 13, 307–313.
- Burgess, Jean. (2008) All your chocolate rain are belong to us?. Viral videos, YouTube and dynamics of participatory culture,(ed) *Video Vortex Reader: Responses to YouTube*. *Institute of Network Cultures, Amsterdam*, 101-109.
- Chan, C., & Montt Strabucchi, M. (2021). Many-faced orientalism: racism and xenophobia in a time of the novel coronavirus in Chile. *Asian Ethnicity*, 22(2), 374-394.

- Cohen, J. (2020, 26 januari). Wuhan Seafood Market may not be Source of Novel Virus Spreading Globally. *Science*. Geraadpleegd op: <https://www.sciencemag.org/news/2020/01/wuhan-seafood-market-may-not-be-source-novel-virus-spreading-globally>
- Dawkins, R. (2006). *The selfish gene*. 30th Anniversary Edition. Oxford university press.
- Dean, J. 2019. “Sorted for Memes and Gifs: Visual Media and Everyday Digital Politics.” *Political Studies Review* 17(3), 255–266.
- Dorothy, N., & Gilman, S. L. (1988). Placing Blame for Devastating Disease. *Social Research*, 55(3), 361-378.
- Dynel, M. (2021). COVID-19 memes going viral: On the multiple multimodal voices behind face masks. *Discourse & Society*, 32(2), 175-195.
- Dynel, M., & Poppi, F.I.M. (2020). Caveat emptor: Boycott through digital humour on the wave of the 2019 Hong Kong protests. *Information, Communication & Society*, 1-19.
- Eichelberger, L. (2007). “SARS and New York’s Chinatown: The Politics of Risk and Blame During an Epidemic of Fear.” *Social Science and Medicine* 65, 1284–1295.
- Fairclough, N. (2003). *Analysing discourse*. New York, NY: Routledge.
- Fairclough, N. & Wodak, R. (1997). Critical discourse analysis. In van Dijk, T.A. (Ed.), *Discourse as social interaction* (pp. 258-284). Thousand Oaks, CA: SAGE.
- Gover, A. R., Harper, S. B., & Langton, L. (2020). Anti-Asian hate crime during the COVID-19 pandemic: Exploring the reproduction of inequality. *American journal of criminal justice*, 45(4), 647-667.
- Hodges, B.D., Kuper, A., & Reeves, S. (2008). Discourse analysis. *British Medical Journal*, 337.
- Huang, J., & Liu, R. (2020). Xenophobia in America in the Age of Coronavirus and Beyond. *Journal of Vascular and Interventional Radiology*, 31(7), 1187-1188.
- Huntington, H. E. (2016). Pepper spray cop and the American dream: Using synecdoche and metaphor to unlock internet memes’ visual political rhetoric. *Communication Studies*, 67(1), 77-93.
- Joffe, H. (1999). *Risk and 'the Other'*. Cambridge University Press

- Jørgensen, M.W. en L.J. Phillips. (2002). *Discourse Analysis as Theory and Method*. Londen: Sage Publications.
- Joffe, H., & Haarhoff, G. (2002). Representations of far-flung illnesses: The case of Ebola in Britain. *Social Science & Medicine*, 54, 955–969.
- Katz, Y., & Shifman, L. (2017). Making sense? The structure and meanings of digital memetic nonsense. *Information, Communication & Society*, 20(6), 825–842
- King, M. T. (2020). Say no to bat fried rice: changing the narrative of coronavirus and Chinese food. *Food and foodways*, 28(3), 237-249.
- Knobel, M., and Lankshear, C. (2007). Online memes, affinities and cultural production. In C. Lankshear, M. Knobel, C. Bigum, and M. Peters (eds.), *A New Literacies Sampler* (pp. 199-227).
- Kress, G., & van Leeuwen, T. (2006). *Reading images: The grammar of visual design*. Routledge.
- Machin, D., & Mayr, A. (2012). *How to do critical discourse analysis*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Marcus, O. R., & Singer, M. (2017). Loving Ebola-chan: Internet memes in an epidemic. *Media, Culture & Society*, 39(3), 341-356.
- Mayor, E., Eicher, V., Bangerter, A., Gilles, I., Clémence, A., & Green, E. G. (2013). Dynamic social representations of the 2009 H1N1 pandemic: Shifting patterns of sense-making and blame. *Public Understanding of Science*, 22(8), 1011-1024.
- Miller, Vincent 2011. *Understanding digital culture*. London: Sage.
- Milner, R. M. (2012). *The world made meme: Discourse and identity in participatory media* (Doctoral dissertation, University of Kansas). Geraadpleegd op: <https://kuscholarworks.ku.edu/handle/1808/10256>
- Milner, R. M. (2013). Hacking the Social: Internet Memes, Identity Antagonism, and the Logic of Lulz. *The Fibreculture Journal* 22
- Milner, R. M. (2016). *The world made meme: Public conversations and participatory media*. Information Society Series.

- Moes, G. (2020, 22 september). Trump in toespraak VN: Het is allemaal de schuld van China. *Trouw*. Geraadpleegd op: <https://www.trouw.nl/buitenland/trump-in-toespraak-vn-het-is-allemaal-de-schuld-van-china~b75a83ef/>
- Nissenbaum, A., & Shifman, L. (2018). Meme Templates as Expressive Repertoires in a Globalizing World: A Cross-Linguistic Study. *Journal of Computer-mediated Communication*, 23(5), 294-310.
- Nissenbaum, A., and Shifman, L. (2015). Internet memes as contested cultural capital: The case of 4chan's /b/ board. *New Media and Society* 19(4), 483-501.
- Palmer, J. (2020). Don't blame bat soup for the coronavirus. *Foreign policy*. Geraadpleegd op: <https://foreignpolicy.com/2020/01/27/coronavirus-covid19-dont-blame-bat-soup-for-the-virus/>
- Pauliks, K. (2020). Memes of the virus: Social criticism of the corona pandemic on the Internet. *TelevIZIon*, 33(E), 46-49.
- Peters, C., & Allan, S. (2021). Weaponizing Memes: The Journalistic Mediation of Visual Politicization. *Digital Journalism*, 1-13.
- Porter, T. (2020, May 18). Trump official Navarro accuses China of plot to "seed" coronavirus. *Business Insider*. Geraadpleegd op: <https://www.businessinsider.com/trump-official-navarro-accuses-china-of-plot-to-seed-coronavirus-2020-5>
- Punch. 1858. "Chanson for Canton." April 10, 1858. http://find.gale.com.libproxy.lib.unc.edu/dvnw/infomark.do?&source=gale&prodId=DVNW&userGroupName=unc_main&tabID=T003&docPage=article&docId=DX1901549749&type=multipage&contentSet=LTO&version=1.0
- Reny, T. T., & Barreto, M. A. (2020). Xenophobia in the time of pandemic: othering, anti-Asian attitudes, and COVID-19. *Politics, Groups, and Identities*, 1-24.
- Rogers, R. (2004). *An introduction to Critical Discourse Analysis in education*. Mahwah, NJ: L. Erlbaum Associates.
- Said, E. (1978). *Orientalism*. London: Penguin Books.

- Schwarzenegger, C., and Wagner, A. J. M. (2018). Can it be fun if it is hate? Discursive ensembles of hatred and laughter in extreme right satire on Facebook. *SCM Studies in Communication and Media* 7(4), 473-498.
- Sharma, G. (2020, March 5). Why are there so many conspiracy theories around the coronavirus? *China News Al Jazeera*. Geraadpleegd op: <https://www.aljazeera.com/news/2020/03/conspiracy-theories-coronavirus-200303170729373.html>
- Shifman, L. & Thelwall, M. (2009) "Assessing global diffusion with Web memetics: The spread and evolution of a popular joke." *Journal of the American Society for Information Science and Technology* 60(12): 2567--2576.
- Shifman, L. (2013) *Memes in Digital Culture*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Ungar, S. (1998). Hot crises and media reassurance: a comparison of emerging diseases and ebola zaire. *Br J Sociol.* 49:36–56
- van Leeuwen, T. (2004). Ten reasons why linguists should pay attention to visual communication. In P. LeVine & R. Scollon (Eds.), *Discourse and Technology: Multimodal Discourse Analysis*. Washington DC: Georgetown University Press.
- Van Leeuwen, T. (2009) Critical discourse analysis. In Renkema, J. (2009). *Discourse, of Course : An Overview of Research in Discourse Studies*. John Benjamins Publishing Co.
- Wagener, A. (2020). The postdigital emergence of memes and GIFs: meaning, discourse, and hypertextual creativity. *Postdigital Science and Education*.
- Washer, P. (2004) Representations of SARS in the British newspapers. *Social Science and Medicine* 59(12): 2561–2571.
- Wiggins, B. E. (2019). *The discursive power of memes in digital culture: Ideology, semiotics, and intertextuality*. Routledge.
- Zannettou, S., Caulfield, T., Blackburn, J., De Cristofaro, E., Sirivianos, M., Stringhini, G., & Suarez-Tangil, G. (2018, oktober). On the origins of memes by means of fringe web communities. In *Proceedings of the Internet Measurement Conference 2018* (pp. 188-202).

Zhang, J. G. (2020). Pinning coronavirus on how Chinese people eat plays into racist assumptions. *Eater*. Geraadpleegd op: <https://www.eater.com/2020/1/31/21117076/coronavirus-incites-racism-against-chinese-people-and-their-diets-wuhan-market>