
Het spel van online memes

Een analyse van de lusory attitude van memekenners

Masterscriptie voor de opleiding
New Media and Digital Culture
Geesteswetenschappen,
Universiteit Utrecht

Sandra Bouten
3468534
30-06-2014

Tutor: René Glas
Tweede lezer: Michiel de
Lange

Abstract

In deze scriptie wordt geargumenteed voor een spelersperspectief om meer inzicht te krijgen in de sociale processen rondom online memes met een focus op de sociale processen rondom de regels van online memes. Eerder onderzoek geeft geen adequate verklaring waarom memekenners onderhandelen over de regels van memes en hoe deze regels gehandhaafd worden. Met behulp van een tekstuele analyse wordt aangetoond dat regels bepalend zijn voor online memes. Wanneer iemand niet op de hoogte is van deze regels, kan hij of zij een meme-afbeelding niet juist interpreteren of zelf een meme-afbeelding maken. Participatory observation heeft uitgewezen dat er veelvuldig onderhandeld wordt over regels, zowel bij het ontstaan van nieuwe memes als bij bestaande memes. Hier is sprake van socially negotiated play. Ondanks dat de regels van memes niet statisch zijn, worden de algemeen geaccepteerde regels gehandhaafd door reacties te plaatsen, een downvote te geven of door een meme te maken die reageert op een foutieve meme of de maker hiervan. Concluderend valt er te zeggen dat memekenners een lusory attitude hebben. Deze lusory attitude zorgt ervoor dat de memekenners de regels accepteren en handhaven. De regels van memes zijn dan ook niet slechts regels, maar zijn spelregels.

Keywords:

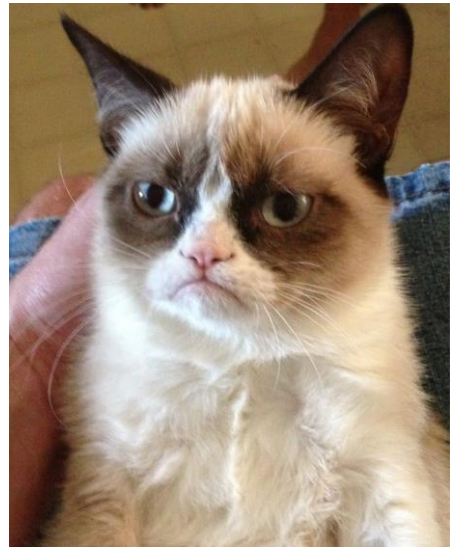
online memes, ludificatie, spel, participatiecultuur, speelsheid

Inhoudsopgave

1. Introductie: van afbeelding naar meme	p. 3
2. Memes en spel	p. 6
2.1 Memes	p. 6
2.2 Spel	p. 10
3. Methodologie	p. 14
4. De regels van online memes	p. 17
4.1 De individuele meme	p. 17
4.2 Memegenres	p. 18
5. Van regels naar spelregels	p. 21
5.1 Ontwikkeling	p. 21
5.2 Handhaving	p. 22
6. Conclusie	p. 25
6.1 Discussie	p. 26
7. Bronnenlijst	p. 27
Bijlagen	p. 31
Bijlage 1: Grumpy Cat	p. 31
Bijlage 2: Socially Awkward Penguin	p. 32
Bijlage 3: Over-Educated Problems	p. 33
Bijlage 4: Surprised Patrick	p. 34
Bijlage 5: Unflattering Beyonce	p. 35

1. Introductie: van afbeelding naar meme

Op 23 september 2012 wordt de foto van afbeelding 1 geplaatst op Reddit.com onder de titel 'Meet Grumpy Cat'. Deze foto's leiden tot een storm van reacties, waaronder bewerkte afbeeldingen van de originele foto waarbij de kat een 'lachend gezicht' gekregen heeft en er worden humoristische teksten bij de afbeeldingen geplaatst (zie bijlage 1). Er wordt gediscussieerd over een naam voor de kat. De ene Redditor noemt de kat droevig: "SHE LOOKS SO SAD!" De Redditor therealpilgrim noemt haar "a misunderstood kitty. That is a content look of success. Not a sad one" (2012, Reddit.com). Redditor RebelTactics noemt de kat "disapproval cat" (Ibid.). De afbeeldingen van de kat



Afb. 1 Meet Grumpy Cat. Cataliades, Reddit.com, 2012)

veranderen door deze discussies, aanpassingen en de verspreiding over het internet van afbeeldingen naar een *online meme*. De term 'meme' is een populaire term om "catchy and widely propagated ideas or phenomena" te beschrijven (Knobel en Lankshear 2007, 201). Deze "ideas or phenomena" kunnen zich manifesteren in verschillende vormen. Een meme kan bestaan uit "popular tunes, catch-phrases, clothing fashions, architectural styles, ways of doing things, icons, jingles and the like" (Idem, 199). Zoals blijkt uit het voorbeeld van Grumpy Cat, ontstaan online memes niet zomaar. Voordat een online meme daadwerkelijk een meme genoemd kan worden, is er sprake van een sociaal, speels proces waarin onderhandeld wordt over de regels van deze meme, de precieze betekenis ervan en in welke situaties de meme gebruikt kan worden. In mijn scriptie wil ik dit speelse proces verder onderzoeken en zal ik argumenteren dat om deze sociale processen rondom online memes te kunnen begrijpen een spelersperspectief noodzakelijk is.

In eerder onderzoek wordt verwezen naar de speelse kant van online memes, maar wordt hier niet verder op ingegaan. Zo toont mediawetenschapper Jean Burgess aan dat online memes alleen kunnen bestaan dankzij constituerende regels (2008, 8). Michele Knobel en Colin Lankshear, beiden gespecialiseerd in geletterdheid in nieuwe media en technologie, wijzen op de speciale kennis die nodig is om memes te kunnen begrijpen (2007, 215). Het is noodzakelijk om "in the know" te zijn, zoals Knobel en Lankshear het noemen (Ibid.). Het bestaande onderzoek over online memes richt zich voornamelijk op één van de vijf volgende 'niveaus': de memes zelf (Burgess 2008; Shifman 2011), memegenres (Burgess 2008; Shifman 2011), de sociale betekenis van de memes (Knobel en Lankshear 2007; Toepfl 2011), de verspreiding van memes binnen en buiten het internet (Coscia 2013; John 2012) en op het niveau van de subcultuur rondom memes (Mack 2010; Nercissians 2009). Deze vijf verschillende niveaus laten echter niet zien hoe de regels van nieuwe memes tot stand komen en hoe memes benaderd worden door internetgebruikers met kennis van memes. Memes analyseren vanuit een spelersperspectief kan hiervoor een oplossing bieden. In mijn scriptie zal ik beargumenteren dat er bij het ontstaan van nieuwe memes sprake is van onderhandeling over de regels en dat het noodzakelijk is om bekend te zijn met deze regels en deze regels te accepteren om memes juist te interpreteren. Door een spelersperspectief kunne deze processen geanalyseerd worden.

Een spelersperspectief maakt het namelijk mogelijk om de regels die de opbouw, het uiterlijk en de interpretatie van een meme bepalen, te analyseren. Ook biedt een spelersperspectief de mogelijkheid om te kijken hoe er door internetgebruikers omgegaan wordt met deze regels. Maar wat is 'spel' precies? Spel is een proces dat ontstaat door een samenloop van omstandigheden

(Eberle 2014). Spel is een activiteit die voorbereid wordt, verrassend en plezierig is. Spel vraagt begrip voor de medespelers, zowel een fysieke als een mentale kracht van de spelers en zoekt een balans tussen al deze elementen (Ibid.). Spel wordt geleid door regels (Brian Sutton-Smith 1997) en kan alleen plaatsvinden als de regels geaccepteerd worden door de spelers. Deze acceptatie van regels, ook al maken deze regels het moeilijker om het einddoel te bereiken, wordt ook wel de *lusory attitude* genoemd (Suits 2005, origineel uit 1978). Dat regels noodzakelijk zijn voor spel, betekent echter niet dat deze regels niet tijdens het spelen kunnen veranderen. Over regels kan onderhandeld worden. Dit wordt ook wel 'socially negotiated play' genoemd (Cheung et al. 2013). Dit sociaal onderhandelde spel is afhankelijk van participatie (T.L.Taylor 2006). Wanneer een grote groep spelers actief onderhandelt over regels en handhaving van deze regels, is het mogelijk om de spelregels te veranderen en er voor te zorgen dat deze regels geaccepteerd zullen worden door alle spelers.

In mijn scriptie wil ik de speelse kant van online memes onderzoeken, met name de vorming van regels, de onderhandelingen hierover en de handhaving van algemeen geaccepteerde regels binnen de gemeenschap van online memekenners. Dit leidt tot de volgende hoofdvraag voor dit onderzoek: "In hoeverre is het mogelijk om te spreken van een lusory attitude bij online memekenners wanneer dezen actief bezig zijn met memes?" Om een antwoord te vinden op deze vraag zal ik analyseren welke regels aanwezig zijn bij verschillende memes, hoe de regels rond deze memes ontstaan en welke ontwikkelingen er plaatsvinden in de regels. Ook zal ik analyseren hoe er onderhandeld wordt over de regels en welke gevolgen het niet opvolgen van de algemeen geaccepteerde regels heeft.

Om een antwoord te geven op deze vragen, zal ik de hoofdvraag opdelen in twee stukken. Eerst zal ik op zoek gaan naar de regels van online memes via een tekstuele analyse. Door verschillende online memes te analyseren uit een case study bestaande uit vijf verschillende online memes, is het mogelijk om verschillende hooks en signifiers te vinden (Burgess 2008, 6) die samen de regels bepalen hoe een meme opgebouwd is en eruit moet zien. Om te onderzoeken hoe deze regels ontstaan, hoe hier over onderhandeld wordt en hoe regels gehandhaafd worden, zal ik gebruik maken van participant observation, een methode van onderzoek afkomstig uit de etnografie (Boellstorff et al 2012; boyd 2008; Hine 2008). Participant observation is een methode waarin de onderzoeker lid wordt van een gemeenschap om deze te kunnen beschrijven en analyseren (DeWalt et al 2011). Hiervoor moet de onderzoeker gedurende een langere tijd lid worden van deze e, het taalgebruik en de gewoontes leren, meedoen aan de activiteiten van deze gemeenschap, interacteren met andere leden en observaties noteren en analyseren (Idem, 5). Gedurende een periode van vijf maanden heb ik actief geparticipeerd in de online gemeenschap van memes via verschillende content aggregatorwebsites waarop memes verzameld worden. Deze websites zijn 9GAG.COM, REDDIT.COM, QUICKMEME.COM en 4CHAN.ORG. Ik heb gereageerd op afbeeldingen, ben in discussie gegaan met anderen en heb afbeeldingen geüpvoled en gedownvoted. Op basis van de observaties van discussies en gebeurtenissen, zal ik de lusory attitude aantonen die aanwezig is bij kenners van online memes om de sociale interacties specifiek voor online memes te kunnen verklaren.

In het volgende hoofdstuk, hoofdstuk 2, zal ik eerst dieper ingaan op het theoretisch kader van dit onderzoek. Hiervoor zal ik beginnen met een uitgebreide beschrijving van het concept memes. Ook zal ik in dit hoofdstuk dieper ingaan op het concept spel en ingaan op de rol die participatiecultuur speelt binnen online memes en de ontwikkeling van regels. Vervolgens wordt in hoofdstuk drie

dieper in gegaan op de gebruikte methodes voor dit onderzoek. In hoofdstuk vier volgt een analyse van de regels van verschillende online memes. in hoofdstuk vijf ga ik dieper in op de onderhandelingen over deze regels en de handhaving hiervan. In dit hoofdstuk wordt beargumenteerd dat er sprake is van een lusory attitude bij deze sociale processen. Deze scriptie wordt afgesloten met een conclusie en enkele suggesties voor verder onderzoek.

2. Memes en spel

Wat een online meme precies is, is niet in enkele woorden te definiëren. Om dit concept helder te krijgen, zal ik in dit hoofdstuk eerst dieper ingaan op het concept online memes. Hierin zal ik een definitie geven die leidend is voor de rest van dit onderzoek. Ook zal ik ingaan op de vraag wat precies één meme is. Vervolgens ga ik dieper in op de grotere trend van ludificatie van cultuur, waarin online memes geplaatst kunnen worden. Tenslotte zal ik ingaan op het concept spel en speelsheid en welke rol participatiecultuur speelt binnen online memes.

2.1 Memes

De term 'memes' werd voor het eerst genoemd door Richard Dawkins (1976), een evolutiebioloog. Dawkins gebruikte deze term om de overdracht van culturele informatie te beschrijven. In zijn boek *THE SELFISH GENE* (2006; origineel uit 1976) constateert Dawkins dat niet alleen DNA, maar ook culturele informatie wordt doorgegeven van ouders op hun kinderen. Deze stukjes culturele informatie noemt Dawkins memes.¹ Voorbeelden hiervan zijn deuntjes, ideeën, zinsfrases, de manier waarop een huis gebouwd wordt en de kleding die gedragen wordt (2006, 192). Memes verspreiden zich volgens Dawkins op een gelijke manier als genen in het DNA:

Just as genes propagate themselves in the gene pool by leaping from body to body via sperms or eggs, so memes propagate themselves in the meme pool by leaping from brain to brain via a process which, in the broad sense, can be called imitation. (Ibid.)

Hoewel memes zich verspreiden middels imitatie, zijn memes niet statisch. Culturele ideeën veranderen, kledingstijlen moderniseren. Memes kunnen dan ook verdwijnen uit de *meme pool*, de verzameling van alle bestaande memes. Ook nieuwe memes kunnen ontstaan. Volgens Dawkins is dit een kwestie van natuurlijke selectie (2006, 194). Er is sprake van een evolutionair proces. Alleen memes die zich aan kunnen passen aan de actuele sociale en economische veranderingen zullen overleven in de meme pool.

Richard Dawkins wijst op drie kenmerken waarmee memes gecategoriseerd kunnen worden. Een eerste kenmerk is 'longevity' (2006, 17, 194). Hiermee doelt Dawkins op de kracht van een meme om gedurende lange tijd aanwezig te zijn in het DNA. Hoe langer een meme bestaat, hoe meer kans de meme krijgt om verspreid te worden naar nieuwe personen. Hiermee krijgt de meme weer een grotere kans op een lange levensduur. In het geval van de traditionele meme, zoals Dawkins het zich concept voorstelde, betekent dit dat een bepaald stukje culturele informatie over meerdere generaties doorgegeven wordt. Het tweede kenmerk van memes is 'fecundity' (2006, 17, 194). Dit heeft te maken met hoe vaak een meme verspreid wordt binnen een bepaalde tijdsperiode. Stel dat de ene meme een lange levensduur heeft, maar niet vaak verspreid wordt binnen een bepaalde tijdsperiode, dan kan dit nadelig zijn. Een andere meme kan een korte levensduur hebben, maar heel vaak verspreid worden. Deze tweede meme kan door een plotselinge groei de eerste meme overschaduwen waardoor de meme zou kunnen verdwijnen. Het laatste kenmerk van memes is de 'fidelity' (2006, 17, 194). Dit laatste kenmerk doelt op de kracht van een meme om de originele vorm te behouden terwijl deze gekopieerd wordt. Hoewel verandering als positief gezien kan worden

¹ De uitspraak van het woord *meme* rijmt volgens Richard Dawkins op het Engelse *cream* (2006, 192).

vanuit evolutionair standpunt, heeft dit een nadelig effect op de originele meme; de originele meme verdwijnt (2006, 17).

Het concept van Dawkins is overgenomen door vele wetenschappers en overgebracht naar andere gebieden dan die van de biologie. Dit heeft er voor gezorgd dat er momenteel veel verschillende definities van dit concept zijn (Knobel en Lankshear 2007, 199). In de mainstreamcultuur wordt het woord memes tegenwoordig voornamelijk gebruikt om “catchy and widely propagated ideas or phenomena” op het internet te beschrijven (Idem, 201). Dit betekent echter niet dat de essentie van het concept veranderd is. Zoals Knobel en Lankshear aangeven, worden memes nog steeds gezien als stukjes culturele informatie, ongeacht de manier waarop ze verspreid worden. De drie kenmerken van memes zoals origineel aangewezen door Dawkins zijn nog steeds van kracht. Ze komen echter wel op een andere manier tot uiting. De longevity van memes is lastig te bepalen (Idem, 202). Traditionele memes behelzen verschillende generaties, terwijl het internet nog steeds relatief jong is. De levensduur van online memes is dan ook niet vergelijkbaar met die van traditionele memes en zal maximaal een aantal decennia zijn (Ibid.). Het tweede kenmerk fecundity wordt in het geval van online memes vaak beïnvloed door de locatie waar de memes te vinden zijn en het moment waarop een meme geplaatst wordt (Ibid.). Ook een humoristisch element, een intertekstuele verwijzing en opvallende juxtaposities dragen bij aan de fecundity van online memes (Idem, 209). Het kenmerk fidelity kan ten slotte volgens Knobel en Lankshear beter geformuleerd worden als “replicability” in het geval van online memes (Idem, 208). Online memes worden namelijk vaak verspreid niet door een direct kopie te maken, maar door het origineel te muteren. Online memes krijgen juist door deze mutaties de kans op een grote fecundity (Idem, 209).

Binnen het wetenschappelijke discours rondom memes is er discussie over welke aspecten van online memes de meeste nadruk zou moeten krijgen. Mediawetenschapper Limor Shifman beschrijft bijvoorbeeld memes in haar artikel ‘An Anatomy of a YouTube Meme’ (2011) als “dynamic entities that spread in response to technological, cultural and social *choices* made by people” (2011, 189; nadruk door originele auteur). Een meme moet volgens haar dan ook niet gezien worden als een geïsoleerde eenheid, maar als een onderdeel en zelfs als een bouwsteen voor de complexe culturen waarin mensen leven. Iedere meme interacteert met andere memes (Ibid.). Dit is met name zichtbaar bij online memes. Door de snelheid van het internet komen memes met elkaar in contact, worden memes snel aangepast en kunnen nieuwe memes razendsnel gecreëerd worden (Ibid.). Shifman legt met haar definitie de nadruk op het handelingsvermogen van mensen bij de verspreiding van memes en minder op de specifieke culturele informatie die verspreid wordt middels een individuele meme. In haar onderzoek formuleert Shifman zes inhoudelijke kenmerken van memes, waarin de nadruk op de keuzes van mensen wordt gelegd. Deze zes kenmerken zijn: “a focus on ordinary people, flawed masculinity, humor, simplicity, repetitiveness and whimsical content” (2011, 192). De technologische, culturele en sociale keuzes die mensen maken bij het produceren en verspreiden van memes worden volgens Shifman bepaald door een waardering voor één of meerdere van deze zes kenmerken in een meme.

Nieuwe mediawetenschapper Jean Burgess legt in tegenstelling tot Shifman meer nadruk op de rol van participatie binnen memes. Net als Dawkins (1976) en Knobel en Lankshear (2007) ziet ook Burgess memes als “ideas”, die al eeuwenlang verspreid worden binnen culturen. In haar artikel ‘All Your Chocolate Rain Are Belong To Us?’ argumenteert Burgess dat een meme of een idee alleen waarde kan krijgen wanneer mensen online actief bezig zijn met deze meme, oftewel participeren aan de verspreiding van de meme (2008, 5). Participatie in het geval van memes betekent volgens

Burgess dat mensen naast actief een meme verspreiden, een meme ook introduceren in nieuwe gebieden binnen de mainstreamcultuur en dat memes een intertextueel object worden doordat binnen één meme referenties te vinden zijn naar verschillende popculturen (Ibid.). Een meme verandert dan ook constant om verder te verspreiden; memes kunnen in geen geval statische objecten zijn wanneer er sprake is van participatie. Burgess formuleert de verspreiding van memes als volgt:

These ideas are propagated by being taken up and used in new works, in new ways, and therefore are transformed on each iteration – a ‘copy the instructions’, rather than ‘copy the product’ model of replication and variation; and this process takes place within and with reference to particular social networks or subcultures. (Burgess 2008, 8)

Hoewel dit proces vereenvoudigd wordt door het gebruik van nieuwe media, zijn deze processen al eeuwenoud (Burgess 2008, 8). Internet maakt het eenvoudig om content te verspreiden naar verschillende subculturen en om connecties te leggen tussen verschillende delen binnen de mainstreamcultuur. Burgess argumenteert dat doordat nieuwe media participatie faciliteren, dit ook gebeurt in het geval van memes.

Voor het verdere verloop van deze scriptie zal ik de meest bekende definitie van memes volgen: de definitie van Richard Dawkins (1976). Om memes te kunnen plaatsen binnen digitale media, is het echter noodzakelijk om verschillende elementen toe te voegen. Dawkins definieert memes als stukjes culturele informatie die doorgegeven en verspreid worden binnen een cultuur, voornamelijk van ouder tot kind. Met de huidige technologie, gaat de verspreiding echter veel gemakkelijker, sneller en via een veel groter netwerk dan alleen van ouder tot kind. Deze culturele informatie wordt verspreid via de technologische, culturele en sociale keuzes van mensen (Shifman 2011). Ook de manier waarop deze memes verspreiden, wordt bepaald door menselijk handelen. Toch staat het mensen niet helemaal vrij om een meme op een willekeurige manier te verspreiden. Zoals Burgess zegt, is er in het geval van memes sprake van een “a ‘copy the instructions’, rather than ‘copy the product’ model of replication and variation” (2008, 8). Dit houdt in dat wanneer een meme verspreid wordt, deze altijd lichtelijk zal veranderen. Om een meme te kunnen begrijpen, is het noodzakelijk om bekend te zijn met de regels en een algemene kennis van memes te hebben (Knobel en Lankshear 2007). De culturele informatie die verspreid wordt via online memes bouwt dan ook voort op al bestaande kennis bij de ontvanger.

Een belangrijke vraag hierbij is: wat is één individuele meme precies? Is het een individuele afbeelding of bestaat een meme altijd uit een serie van afbeeldingen? In het vervolg van dit onderzoek versta ik onder één meme een verzameling van verschijningsvormen die behoren tot dezelfde groep. Dit is in lijn met hoe Richard Dawkins memes benadert in zijn originele definitie. Eén meme is volgens Dawkins een stukje culturele informatie, dat voorkomt in verschillende verschijningsvormen (2006, 192). Deze definitie wordt ook gevolgd door andere wetenschappers die schrijven over online memes (Burgess 2008; Knobel en Lankshear 2007; Shifman 2011). Een meme is een verzameling van deze verschillende verschijningsvormen die allen dezelfde achterliggende culturele informatie hebben. Een voorbeeld hiervan is de *Unflattering Beyonce*-meme. Deze meme heeft verschillende verschijningsvormen door zowel het bestaan van een aantal verschillende onflatteuze foto's van Beyonce, als door de bewerkingen van producenten. De verschijningsvorm is anders, maar de kern van de meme blijft gelijk, zoals te zien is in onderstaande voorbeelden.



Afb. 2 Unflattering Beyonce.
Buzzfeed.com, 2013.



Afb. 3 Unflattering Beyonce. *KnowYourMeme.com*, 2013.

Een individuele meme heeft in deze scriptie geen betrekking op één individuele afbeelding, maar bestaat altijd uit meerdere verschijningsvormen die behoren tot dezelfde soort. Memes bestaan namelijk uit culturele informatie die verspreid wordt en constant geïmiteerd en gekopieerd wordt. Een losse afbeelding, zoals afbeelding 2 hierboven, heeft geen culturele betekenis zonder de overige afbeeldingen die tot *Unflattering Beyonce*-meme behoren. Een meme-afbeelding verkrijgt zijn betekenis door de afbeelding in relatie te plaatsen met de overige afbeeldingen van die groep.

Zoals de vele verschillende benaderingen van het concept memes laten zien, heeft een meme veel verschillende kanten en hebben memes verschillende niveaus waarop ze geanalyseerd kunnen worden. Een meme kan, zoals al eerder aangegeven geanalyseerd worden op vijf niveaus: op het niveau van een individuele meme, op het niveau van het genre waarin een meme zich begeeft, op het niveau van de dynamiek tussen de gebruikers van sociale platformen waarop memes verspreid worden, op het niveau van de verspreiding van memes en als laatste op het niveau van de subcultuur waarbinnen een meme verspreid wordt. Al deze niveaus leggen de nadruk op een ander aspect van memes. Het eerste niveau, de individuele meme, is uitsluitend gericht op de inhoud van de meme en de vorm waarin een meme verschijnt (Burgess 2008; Shifman 2011). Het tweede niveau, het genre, gaat niet over individuele memes maar over verbanden die tussen verschillende individuele memes gelegd kunnen worden (Burgess 2008; Shifman 2011). Het derde en vierde niveau, de gebruikersdynamiek en de wijze van verspreiding, zijn gericht op participatie. Het derde niveau is hierbij gericht op hoe gebruikers reageren op memes (Knobel en Lankshear 2007; Toepfl 2011). Het vierde niveau is gericht op de manier waarop memes verspreid worden, via welke media en hoe memes worden geïmiteerd en aangepast om verdere verspreiding te realiseren (Coscia 2013; John 2012). Het laatste niveau, het niveau van de meme-subcultuur, plaatst memes in een bredere context en behandelt alle memes met alle referenties naar mainstreamcultuur en plaatst deze samen in een subcultuur die alleen begrepen wordt door mensen die op de hoogte zijn van de regels en juiste interpretatie van online memes (Mack 2010; Nercissians 2009). Memes binnen deze subcultuur kunnen alleen gewaardeerd en begrepen worden door mensen die een uitgebreide kennis hebben van memes en een emotionele investering in het consumeren of produceren van memes hebben gedaan (Knobel en Lankshear 2007).

Deze vijf niveaus gaan niet in op het ontstaan van memes, de ontwikkeling van de regels omtrent individuele memes of memegenres en de onderhandelingen die plaatsvinden over deze regels. Ik stel daarom ook een zesde niveau voor wat inspeelt op deze tot nu toe onderbelichte elementen: het niveau van spel. Zoals ik zal aantonen in de volgende hoofdstukken hebben de memekenners een speelse benadering tot memes, waardoor het mogelijk wordt om te onderhandelen over de regels, de betekenis en de interpretatie van een meme. Dit zesde niveau komt terug in de eerder genoemde vijf niveaus van online memes.

Nu duidelijk is wat het concept online memes precies inhoudt, is het mogelijk om online memes in een spelperspectief te plaatsen. Om de speelse elementen van memes te kunnen analyseren, is het echter nodig om eerst definities van spel en speelsheid te formuleren. Hier zal ik dan ook nu dieper op in gaan.

2.2 Spel

Om de benadering van memekenners ten opzichte van online memes te kunnen doorgronden, is het noodzakelijk om een spelperspectief aan te nemen. Maar wat houdt de term 'spel' precies in?

Mediafilosofen Valerie Frissen, Jos de Mul en Joost Raessens argumenteren dat spel een steeds groter onderdeel wordt van de samenleving en cultuur (2013, 75). Dit speelse aspect is niet beperkt tot de recente groei van computergames, maar is te vinden in alle aspecten van cultuur. Frissen et al. constateren ludificatie van cultuur in de besteding van vrije tijd, in nieuwe vormen van educatie en zelfs in manier waarop oorlog gevoerd wordt (Ibid.). In hun artikel 'Homo Ludens 2.0: Play, Media and Identity' constateren Frissen et al. dat met de komst van digitale media spel gemakkelijker bereikt kan worden: digitale media zorgen voor nieuwe kansen tot spel (Idem, 84). In zijn artikel "Playful Identities, or the Ludification of Culture" argumenteert Joost Raessens dat digitale media niet alleen zorgen voor meer speelse activiteiten, maar ook voor een speelse identiteit (2006, 53). Deze ludificatie en nieuwe kansen tot spel binnen digitale media worden mogelijk gemaakt door de vier kenmerken van digitale media. Deze vier kenmerken zijn: multimediality, virtuality, interactivity en connectivity (Frissen et al. 2013, 83). Multimediality verwijst naar de vele vormen van media, zoals afbeeldingen, tekst en radio, die via digitale media bereikbaar zijn. De virtuality van digitale media zit in simulaties die digitale media kunnen creëren en de virtuele ruimte die tot stand komt wanneer twee mensen met elkaar communiceren via digitale media. Interactivity, ook wel participatie genoemd door Frissen et al (Ibid), is te zien in de vele mogelijkheden die digitale media bieden om als individu actief bij te dragen aan digitale media. Het laatste kenmerk, connectivity, wijst naar de opties van bijvoorbeeld sociale netwerk sites die mensen met elkaar in contact kunnen brengen (Ibid.).

Deze vier kenmerken van digitale media zijn ook terug te zien in online memes. Online memes hebben verschillende verschijningsvormen. Er zijn meme-afbeeldingen, GIF's, video's en teksten. Multimediality is dan ook een groot onderdeel van online memes. Hetzelfde geldt voor het kenmerk virtuality. Er bestaan verschillende content aggregatorwebsites waarop online memes te vinden zijn. Voorbeelden hiervan zijn 4CHAN.ORG en QUICKMEME.COM. Deze websites creëren een ruimte online om memes te delen, te verspreiden en om over memes te discussiëren. Ook interactivity en connectivity zijn twee concepten die nauw verbonden zijn. Online memes kunnen bestaan dankzij interactivity, oftewel dankzij participatie. Online memes moeten gemaakt en verspreid worden. Gebeurt dit niet, dan houdt een meme op te bestaan. Connectivity speelt hier een belangrijke rol in. Een belangrijk onderdeel van memes is, naast de afbeelding zelf, de sociale

gemeenschap rondom deze memes. Mensen op internet die memes bekijken worden via de memes met elkaar in contact gebracht. Websites als REDDIT.COM of 9GAG.COM stimuleren deze communicatie door een uitgebreid reactiesysteem en het toekennen van punten voor iedere reactie en up- of downvote. Deze content aggregatorwebsites worden hierdoor niet alleen websites waarop online memes verzameld worden, maar worden een sociale netwerk site voor memekenners en – liefhebbers.

Spel is een vage term die moeilijk te bevatten is in een aantal functionele eisen (Eberle 2014) Dit betekent echter niet dat dit niet wordt geprobeerd. Zo geven bijvoorbeeld bioloog Gordon Burghardt (2005) en socioloog Thomas Henricks (2006) ieder een lijst van kenmerken waar een activiteit aan moet voldoen om spel genoemd te kunnen worden. Deze elementen geven aan dat spel geen doel heeft, vrijwillig is, plaatsvindt buiten de gewone wereld, plezierig is en wordt gestructureerd door regels (Eberle 2014, 215) . Filosoof Scott Eberle argumenteert dat deze functionele eisen tekort doen aan het concept spel. Hij is dan ook van mening dat spel gezien moet worden als een proces. Eberle zegt: “Play grows on fields and in woods, on playroom floors, neighborhood pavements, and backyard playgrounds; and play organizes in stadiums, rinks, courts, and rings. In all these places and many others, disparate elements assemble into a process that comprises play” (2014, 222). Dit proces van spel ontstaat door de samenkomst van zes factoren: anticipatie op het spel, verrassing door de gebeurtenissen tijdens het spelen, plezier in het spelen, begrip en respect voor andere spelers, kracht, zowel mentaal als fysiek om te kunnen spelen, en balans in al deze elementen (Ibid.).

Spel is echter alleen spel, wanneer de spelers de omstandigheden accepteren als spel. Deze houding wordt ook wel een *lusory attitude* genoemd. De term *lusory attitude* is voor het eerst genoemd door spelwetenschapper Bernard Suits in zijn boek *THE GRASSHOPPER: GAMES, LIFE AND UTOPIA* (2005, origineel uit 1978). Suits gebruikt deze term om te kunnen verklaren waarom mensen ervoor kiezen om de moeilijke weg naar een doel te kiezen, in plaats van de gemakkelijker weg te nemen (2005, 52). Hij definieert deze speelse houding als volgt: “the acceptance of constitutive rules just so the activity made possible by such acceptance can occur” (2005, 54). Spelen wordt dan ook alleen mogelijk, wanneer er sprake is van vormende regels, die bepalen hoe een spel verloopt. Een spel heeft vaak een specifiek doel, dat op verschillende manieren bereikt kan worden. Door het accepteren van regels worden bepaalde middelen uitgeschakeld, waardoor het moeilijker wordt om dit doel te bereiken. Suits verklaart dat de enige reden waarom iemand zulke tegenwerkende regels zou accepteren, is als deze persoon er bewust voor kiest om te spelen (2005, 52). Spelen is volgens Suits altijd een zeer bewuste activiteit, die mogelijk wordt gemaakt door het opstellen en accepteren van regels.

Iets waar de meeste spelwetenschappers het over eens zijn, is dat spel geleid wordt door regels (Eberle 2014, Brian Sutton-Smith 2005). Deze regels hoeven echter niet van tevoren vast te staan en kunnen gedurende het spel veranderen (Cheung). Dit wordt ook wel ‘socially negotiated play’ genoemd (Cheung et al. 2013). Gamedesigners Gifford Cheung, Alison Lee, Kevin Cheng en Hae Jin Lee beschrijven dit concept als volgt: “Socially negotiated play is an experience where the players together, determine the rules of play among themselves and implement them without work-arounds, preferably enacted immediately” (260-261). Dit soort spel waarin onderhandeld wordt over regels wordt gedragen door participatiecultuur (Taylor 2006). Sociologe T.L. Taylor beschrijft dit soort spel in *Massive Online Multi-Player Games*. De ontwikkeling van dit soort spel vindt vaak plaats in samenspraak tussen de designers van het spel en de spelers. Taylor zegt hierover: “Players are not merely consumers of games, but actively contribute to their creation and maintenance as evocative

lifeworlds through their engagement with them” (Ibid.). Dit soort spel is echter niet beperkt tot grote online games, maar kan ook gezien worden in speelse activiteiten. Zoals het voorbeeld over het ontstaan van de meme *Grumpy Cat* in de inleiding laat zien, vinden ook binnen online memes onderhandelingen plaats over de regels en juiste interpretatie van een meme.

Participatie van memekenners speelt dan ook een belangrijke rol in het ontstaan en de verspreiding van online memes. Participatie is een dergelijk groot onderdeel geworden van digitale media en digitale cultuur, dat het mogelijk is om te spreken van een participatiecultuur (Jenkins et al. 2006, 5; Schäfer 2008, 71). Volgens Jenkins et al. heeft participatiecultuur vijf kenmerken. Deze kenmerken zijn:

- relatively low barriers to artistic expression and civic engagement,
- strong support for creating and sharing creations with others,
- some type of informal mentorship whereby what is known by the most experienced is passed along to novices,
- members who believe that their contributions matter, and
- members who feel some degree of social connection with one another (at the least, they care what other people think about what they have created). (2006, 5-6)

Participatiecultuur bestaat echter uit meer dan alleen het bijdragen van de gebruiker aan culturele teksten (Schäfer 2008, 22; 25). Ook de beschikbare technologie en de producenten van de originele tekst hebben invloed op deze cultuur. Een andere belangrijke invloed is dat niet alle deelnemers aan deze participatiecultuur gelijk zijn (Jenkins 2006, 3). Bedrijven hebben vaak meer macht dan individuele gebruikers. Ook hebben bepaalde gebruikers meer macht, vaardigheden of mogelijkheden om te kunnen participeren dan anderen (Ibid.). Binnen online memes zijn deze verschillen in macht onder andere zichtbaar in de verschillen tussen de verschillende participanten: de contributors, lurkers en de creators van memes.

Zoals gezegd heeft in een participatiecultuur niet iedere participant eenzelfde rol (Jenkins 2006, 3). Over het algemeen kunnen de leden van een participatiecultuur ingedeeld worden in twee groepen: *creators* en *lurkers* (Wichmand en Siggard Jensen 2011, ZP). Lurkers zijn leden van een participatiecultuur die zelf slechts zelden content produceren, af en toe berichten van anderen liken en voornamelijk anoniem surfen op het web (Ibid.). De creators maken content en dragen actief bij aan het internetlandschap. Binnen deze groep zijn er twee gradaties aan te brengen. Onderzoek van onderzoeksbureau Nielsen Norman group wijst uit dat slechts één procent van de internetgebruikers actief bijdraagt aan het internet en regelmatig nieuwe berichten post of nieuwe content creëert (2006). Leden van deze groepen worden ook wel de *creators* genoemd (Leigh 2009, 132). Negen procent van de internetgebruikers reageert regelmatig en liket actief berichten van anderen en worden *contributors* genoemd (Nielsen Norman group 2006; Leigh 2009, 132). De overige negentig procent van de internetgebruikers bestaan uit lurkers (Nielsen Norman group 2006; Leigh 2009, 132). In het geval van online memes betekent dit dat er een zeer kleine groep bestaande uit producenten is die de memes produceert, een iets grotere groep bestaande uit contributors is die actief reageert en deelt en een relatief grote groep van lurkers die slechts berichten liket, maar verder niet reageert of een concrete bijdrage levert.

Ondanks deze relatief kleine bijdrage van de lurkers, hebben lurkers door hun grote aantal een belangrijke invloed op online memes. Mediawetenschapper Kate Crawford ziet lurkers als luisteraars (2009). Deze luisteraars creëren een groot publiek, luisteren mee bij discussies en reflecteren op wat er gezegd wordt (2009, 527). Door te luisteren krijgen lurkers de kans om meer te

leren over bijvoorbeeld online memes en om bekend te worden met de regels van de verschillende memes. Communicatiewetenschappers Mette Wichmand en Sisse Siggaard Jensen argumenteren dat lurkers een belangrijke rol hebben door middel van zogenaamde “micro transacties” (2012, ZP). In het geval van online memes kunnen deze micro transacties bestaan uit bijvoorbeeld een enkele upvote of downvote. Door het grote aantal lurkers die allemaal één up- of downvote geven, levert dit toch een heel aantal stemmen op. Door het grote aantal lurkers wat online aanwezig is, zijn lurkers dan een groep die niet te onderschatten valt.

Nieuwe mediawetenschapper Mirko Schäfer onderscheidt in zijn boek *BASTARD CULTURE!* op basis van deze algemene beschrijving van participatiecultuur drie vormen van participatie (2008, 77). Deze drie vormen zijn: accumulation, archiving en construction. Accumulation beschrijft alle activiteiten rondom populaire media content en producten, waarbij al deze activiteiten in het leven zijn geroepen door de originele producenten van een text (Ibid.). Dit soort activiteiten kan bestaan uit meedoen aan discussies online, het remixen van een populaire text of het aanpassen van al eerder geproduceerde content (Idem, 78). Archiving is het organiseren van content en teksten in nieuwe databases (Ibid.) Iedereen kan hier zijn of haar eigen bijdrage uploaden. Construction is het creëren en verspreiden van eigen content, buiten de gevestigde culturele industrie (Idem, 80). Deze drie vormen van participatie kunnen overlappen. Tot deze laatste categorie behoren de online memes. Online memes zijn vaak gebaseerd op afbeeldingen, uitspraken of gebeurtenissen binnen de mainstreamcultuur die remixed worden, maar komen los te staan van de mainstreamcultuur, zodra het een meme wordt (Mack 2010, 3). Memes worden verspreid en geproduceerd buiten de gevestigde culturele industrie en kunnen een eigen leven gaan leiden binnen de participatiecultuur van memes. Wanneer een meme zo bekend wordt dat deze onderdeel wordt van de mainstreamcultuur, vallen memes ook in de categorie accumulation. Memes worden ook via de verschillende content aggregators op verschillende manieren gearchiveerd, waardoor ook de categorie archiving van toepassing is op memes. Een bekend voorbeeld hiervan is de website KnowYourMeme.com, waar alle bestaande memes verzameld en uitgebreid beschreven worden.

In dit hoofdstuk heb ik geprobeerd om volledige definities van de concepten online memes en spel te geven. Het traditionele concept memes van Richard Dawkins (1976) is nog steeds actueel in dit digitale tijdperk. Online memes worden gevormd door regels en zijn afhankelijk van participatie. Ook spel wordt gevormd door regels, waarover onderhandeld kan worden. Nu deze concepten helder zijn, is het mogelijk om analyses uit te voeren. Voordat ik hier aan zal beginnen, zal ik in het volgende hoofdstuk eerst dieper ingaan op de methodes die ik ga gebruiken voor de analyses.

3. Methodologie

In mijn onderzoek probeer ik een antwoord te vinden op de volgende onderzoeksvraag: “In hoeverre is het mogelijk om te spreken van een lusory attitude bij online memekenners wanneer dezen actief bezig zijn met memes?” In mijn analyse zal ik deze vraag opdelen in twee stukken. In het eerste gedeelte zal ik een analyse uitvoeren van individuele memes om te onderzoeken wat de regels van verschillende online memes precies inhouden. Een voorwaarde voor de aanwezigheid van een lusory attitude is de aanwezigheid van regels waar de spelers zich vrijwillig aan houden (Suits 2005). Met behulp van een tekstuele analyse hoop ik te weten te komen welke regels van kracht zijn bij memes (Shifman 2011; Burgess 2008). Burgess argumenteert dat iedere succesvolle meme een aantal “textual hooks or key signifiers” heeft (2008, 6). Deze hooks worden steeds weer herhaald, waardoor het een essentieel onderdeel wordt van de meme (Idem, 7). In navolging van Burgess gebruikt Shifman een tekstuele analyse om deze textual hooks te vinden, in zowel vorm als inhoud. In dit proces zal ik verschillende individuele memes analyseren om tot algemene regels te komen voor memes.

Voor deze tekstuele analyse zal ik gebruik maken van een case study. Een case study is nodig voor het uitvoeren van een tekstuele analyse. Case study-onderzoek is een methode voor een gedetailleerde analyse van een individueel object (Kumar 2005, 155). Deze methode is gebaseerd op de aanname dat door het onderzoeken van één geval het mogelijk is om generaliserende conclusies te trekken (Yin 2009, 15). Een kritiekpunt op deze methode is dat het niet altijd mogelijk is te generaliseren (Ibid.). Om deze generaliserende conclusie zo goed mogelijk te onderbouwen, zal ik meerdere memes uit de meme pool van het internet analyseren. Van deze memes zal ik verschillende, geselecteerde voorbeelden analyseren. Memes bestaan in verschillende vormen. Een meme kan een video, een .GIF, een afbeelding of een spam e-mail zijn. In mijn onderzoek zal ik me alleen richten op memes die bestaan uit een afbeelding. Hoewel dit een behoorlijke beperking is, is uitsluiting noodzakelijk om het overzicht te behouden en een degelijke analyse te kunnen maken. Afbeeldingenmemes vormen een groot deel van de gehele meme pool. Afbeeldingenmemes zijn met name interessant omdat deze open staan voor veranderingen en participatie op een laagdrempelig niveau faciliteren. Ik verwacht dat met name in deze groep memes veel ruimte is voor speelse inbreng van de creators, contributors en lurkers. Verder onderzoek naar andere soorten memes zou kunnen gebeuren in een vervolgonderzoek.

Binnen de groep afbeeldingenmemes bestaan er verschillende individuele memes. Binnen deze groep zal ik een selectie moeten maken. Ik zal me in dit onderzoek uitsluitend richten op memes die bestaan uit een vaste afbeelding gecombineerd met een wisselende tekst en op memes die bestaan uit een gedeeltelijke afbeelding die in andere afbeeldingen zijn gefotoshopt. Uit de eerste groep, standaardafbeeldingen met een wisselende tekst, zal ik de volgende losstaande memes analyseren: de *Grumpy Cat*-meme, de *Socially Awkward Penguin*-meme en de *Over-Educated Problems*-meme. Uit de tweede groep, afbeeldingen die in andere afbeeldingen gefotoshopt zijn, zal ik de volgende memes analyseren: de *Surprised Patrick*-meme en de *Unflattering Beyonce*-meme. In de bijlagen kunnen afbeeldingen van deze vijf memes gevonden worden. Al deze memes hebben een grote online aanwezigheid en zijn gemakkelijk te vinden via verschillende zoekmachines en content aggregatorwebsites. Deze vijf memes kunnen gezien worden als representatief voor alle afbeeldingenmemes en kunnen mij daarom een goed idee geven hoe culturele informatie online verspreid wordt en welke speelse aspecten memes hebben (Kumar 2005, 155).

Voor het tweede gedeelte van mijn onderzoek heb ik de afgelopen maanden (van februari 2014 tot en met juni 2014) actief geparticipeerd in de gemeenschap van online memekenners. Deze gemeenschap is met name actief op content aggregatorwebsites waarop online memes verzameld worden, gedeeld kunnen worden en waar reacties achtergelaten kunnen worden. Voor dit onderzoek heb ik actief meegedaan op de websites REDDIT.COM, 9GAG.COM, QUICKMEME.COM en 4CHAN.ORG. Op basis van de observaties die ik gedaan heb op deze websites zal ik aantonen dat een lusory attitude aanwezig is bij de groep van memekenners, onder andere door situaties waarin onderhandeld werd over regels van zowel nieuwe als bestaande memes en situaties waarin mensen die de regels van een specifieke meme niet opvolgende, gecorrigeerd werden.

Om memes goed te kunnen begrijpen, is het noodzakelijk om “in the know” te zijn (Knobel en Lankshear 2007, 215). De enige manier om achter deze regels te komen, is zelf actief meedoen in de gemeenschap van memekenners. Dit etnografisch perspectief is een noodzakelijke keuze om mijn onderzoek uit te voeren. Etnografie, en met name participant observation, is een goede manier om de sociale kanten van online communities te onderzoeken (Hine 2008, 258). Sociologe Christine Hine argumenteert dat ethnografie een goede manier is om de sociale kanten van het internet te onderzoeken en waarde kan geven aan de grote variëteit in sociale interacties (2008, 257). De sociale interacties online staan echter niet los van de offline wereld (boyd 2008, 27). In mijn onderzoek ben ik niet volledig ondergedompeld in de online wereld van memes, maar blijf ik onderzoeker in de offline wereld. Ik volg de ontwikkeling van memes al een aantal jaren. Ik ben er voor dit onderzoek dieper ingedoken, heb aantekeningen gemaakt van opvallende situaties en heb de ontwikkeling van de memes uit de eerder genoemde case study gevolgd.

Ik volg onder andere content aggregatorwebsites als 9GAG.COM, QUICKMEME.COM, 4CHAN.ORG en REDDIT.COM. Op deze websites komen regelmatig memes voorbij. Doordat ik de memes al een aantal jaar volg, ben ik op de hoogte van de regels rondom verschillende memes, hoe memes gebruikt kunnen worden in verschillende contexten en in het geval van referenties naar mainstreamcultuur, waar de memes precies naar verwijzen. Als auteur van deze scriptie ben ik ‘in the know’. Ik heb echter nog nooit zelf een meme-afbeelding gemaakt. Dit is ook niet nodig om kennis te hebben van de culturele betekenis van memes. In dit onderzoek heb ik me opgesteld als lurker, de grootste groep van de participatiecultuur van het internet. Vaak worden onderzoekers aangemoedigd om actief te participeren door zelf aan het object van onderzoek bij te dragen door bijvoorbeeld zelf een game te spelen of te participeren in een subcultuur (Aarseth 2003) en om zich bewust te zijn van hun culturele positie tijdens het doen van onderzoek (Lammes 2007). Sybille Lammes argumenteert in haar artikel ‘Approaching game-studies: towards a reflexive methodology of games as situated cultures’ (2007) om een antropologische onderzoekspositie in te nemen. De antropologie geeft volgens haar een goed voorbeeld van hoe onderzoekers zich positioneren in een nieuwe omgeving en geeft een duidelijke bewustwording van de culturele achtergrond die iedere wetenschapper heeft. Een onderzoeker kan hierdoor een bewustwording krijgen van haar positie zowel als observeerder als participant (Lammes 2007, 28).

Volledige participatie is een manier om de culturele achtergrond van het studieobject aan te nemen. Toch is het niet altijd noodzakelijk om op alle mogelijke niveaus te participeren om een fenomeen goed te kunnen begrijpen. Espen Aarseth zegt hierover: “It all depends on *who* we are, and *why* we do it” (2003, 6). De manier van onderzoek en het niveau van participatie is afhankelijk van het soort onderzoek dat uitgevoerd wordt. Dit is ook het geval bij online memes. Binnen het online fenomeen memes is het mogelijk om op meerdere manieren te participeren. Memeparticipatie kan onder andere bestaan uit het creëren van memes, upvoten en downvoten van

memes,² het achterlaten van reacties of slechts uit het bekijken van de memes online. Als onderzoeker heb ik memes geüp voted, gedownvoted, reacties achtergelaten en memes bekeken. Deze activiteiten hebben mij in staat gesteld om grip te krijgen op de culturele informatie van memes, hoe anderen online omgaan met memes en het speelse element van memes te kunnen analyseren. Hoewel het mogelijk is om actiever te participeren, ben ik ervan overtuigd dat ik met mijn niveau van participatie voldoende informatie kan verkrijgen om zowel 'in the know' te zijn, als een degelijke analyse van het concept memes te kunnen maken. Zowel als participant als observator maak ik onderdeel uit van de meme-subcultuur.

Ik ben deels 'native', zoals antropologen dat zeggen. Dit heeft voordelen en nadelen. Een nadeel is dat er weinig ruimte is voor kritische reflectie. Henry Jenkins argumenteert in zijn boek *TEXTUAL POACHERS* voor de nieuwe antropoloog (2013, origineel uit 1992), die deel uit maakt van zowel de wetenschappelijke gemeenschap als de gemeenschap die hij of zij onderzoekt. De grenzen tussen deze twee groepen verdwijnen en participatie wordt even belangrijk als observatie (Idem, 4). Volgens Jenkins levert dit veel voordelen op. Zo kunnen leden van de gemeenschap die onderzocht wordt de onderzoeker bekritisieren op zijn werk, mocht de onderzoeker een foutief beeld scheppen. Ook zorgt de nieuwe antropoloog voor het doorbreken van wetenschappelijke categorisatie. De nieuwe antropoloog is niet gelimiteerd tot de vaststaande orde, maar heeft de vrijheid om verder te kijken en nieuwe concepten te ontwikkelen (Idem, 5). Objectief blijven kan hierdoor lastig zijn. In mijn onderzoek zal ik zowel het standpunt van een wetenschapper als het standpunt van een lid van de meme-gemeenschap aannemen. Het is onvermijdelijk dat deze standpunten af en toe in elkaar overlopen. Toch zal ik proberen gedurende dit hele onderzoek de beide kanten gescheiden te houden door de wetenschappelijke methodes van onderzoek te gebruiken. Deze methodes dwingen mij een academisch standpunt in te nemen, waardoor objectiviteit gewaarborgd wordt.

² Upvoten en downvoten van memes is een manier om respectievelijk waardering voor een meme-afbeelding te tonen (upvoten) of om aan te geven dat je de meme niet waardeert (downvoten).

4. De regels van online memes

Om te kunnen analyseren hoe memekenners omgaan met de regels van online memes, is het noodzakelijk om eerst te onderzoeken door welke regels online memes omringd worden. Zonder regels kan er geen sprake zijn van spel of een speelse activiteit. Ik zal in dit hoofdstuk een tekstuele analyse uitvoeren van de vijf memes in de case study van dit onderzoek. Deze vijf memes zijn: de *Grumpy Cat*-meme, de *Socially Awkward Penguin*-meme, de *Over-Educated Problems*-meme, de *Surprised Patrick*-meme en de *Unflattering Beyonce*-meme. De eerste drie memes zijn vaste afbeeldingen met een wisselende tekst. De twee laatstgenoemde memes bestaan uit een vaste afbeelding of foto die in andere foto's of afbeeldingen gefotoshopt is. In de verschillende bijlagen zijn de geanalyseerde voorbeelden van de verschillende memes terug te vinden.

4.1 De individuele meme

Het is mogelijk om de individuele meme op twee manieren te analyseren: op basis van de kenmerken, zowel inhoudelijk als wat uiterlijk betreft en op basis van de regels die van toepassing zijn op een bepaalde meme. Uiterlijke kenmerken zijn onder andere het lettertype dat gebruikt wordt, de compositie van de meme en het al dan niet consequent gebruik van bepaalde woorden of afbeeldingen. Inhoudelijke kenmerken van online memes zijn gedefinieerd door Limor Shifman (2011). Zij stelt op basis van een aantal succesvolle online memes de volgende zes inhoudelijke kenmerken van memes voor: "a focus on ordinary people, flawed masculinity, humor, simplicity, repetitiveness en whimsical content" (2011, 192). Met zowel deze inhoudelijke kenmerken als de uiterlijke kenmerken hoop ik de "textual hooks", oftewel de regels omtrent memes te vinden.

De *Grumpy Cat*-meme, de *Socially Awkward Penguin*-meme en de *Over-Educated Problems*-meme hebben alle drie een vaste opbouw. Alle drie de memes maken gebruik van een vaste afbeelding, met tekst verdeeld over de boven- en onderkant van de afbeelding waardoor de kern van afbeelding duidelijk zichtbaar is. In het geval van *Grumpy Cat* en *Over-Educated Problems* wordt er gebruik gemaakt van een vast lettertype genaamd Impact. *Socially Awkward Penguin* heeft geen vast lettertype, maar maakt wel consequent gebruik van grote witte letters met een zwarte rand. Deze drie memes maken ieder gebruik van humor: *Grumpy Cat* focust op een negatief wereldbeeld via 'ordinary people' en 'whimsical content', *Socially Awkward Penguin* op ongemakkelijke sociale situaties via 'flawed masculinity' en 'repetitiveness' en *Over-Educated Problems* focust op humor over intellectualiteit via 'ordinary people'.

De *Surprised Patrick*-meme en de *Unflattering Beyonce*-meme verschillen behoorlijk van de drie eerder besproken memes. In tegenstelling tot de andere memes, is er bij deze twee memes geen sprake van een vaste achtergrond of een consequente opbouw. De *Surprised Patrick*-meme bestaat uit een vaste afbeelding van Patrick³ die op verschillende manieren in afbeeldingen uit de mainstreamcultuur gefotoshopt is. Repetitiveness is een belangrijk onderdeel van deze meme. In het geval van *Unflattering Beyonce* wordt er gebruik gemaakt van een groep foto's afkomstig van één concert (Buzzfeed.com 2013). Deze afbeeldingen zijn of bewerkt of in andere afbeeldingen gefotoshopt. De inhoudelijke kenmerken zoals voorgesteld door Shifman, zijn niet van toepassing op deze meme. Zo is er bijvoorbeeld te veel variatie om te spreken van repetitiveness.

³ Patrick Ster is een karakter uit de populaire kinderserie *SpongeBob SquarePants*, in Nederland uitgezonden door Nickelodeon (SpongeBob.nl 2014).

Iedere meme heeft zijn eigen kenmerken. De vraag die hierop volgt is of er alleen sprake is van kenmerken, of dat het mogelijk is om te spreken van regels. In het geval van de eerste drie memes zijn de regels vrij duidelijk. In de *Grumpy Cat*-meme wordt consequent dezelfde afbeelding en hetzelfde lettertype gebruikt. Ook waar de tekst geplaatst wordt is consequent. De inhoudelijke thema's variëren, maar zijn wel altijd te plaatsen onder het kopje humor. De regels van *Grumpy Cat* zijn dan ook dat een specifieke afbeelding gebruikt moet worden, met een bepaald lettertype met humor gebaseerd op een negatief wereldbeeld. In het geval van de *Socially Awkward Penguin*-meme zijn er ook verschillende regels van toepassing: niet alleen de achtergrondafbeelding wordt consequent gebruikt, ook wordt gebruikt gemaakt van een bepaald type humor. Alle grappen in deze memes gaan over ongemakkelijke sociale situaties. Ook in het geval van de *Over-Educated Problems*-meme zijn de regels erg duidelijk: net als bij de *Socially Awkward Penguin* moet hier gebruik gemaakt worden van een specifieke achtergrondafbeelding en lettertype en mag alleen een bepaald soort grap gemaakt worden. In dit geval mogen alleen grappen over problemen van hogeropgeleiden gemaakt worden.

Bij de laatste twee memes, de *Surprised Patrick*-meme en de *Unflattering Beyonce*-meme, zijn de regels minder duidelijk. De enige regel in het geval van *Surprised Patrick* lijkt te zijn dat een bepaalde afbeelding van het cartoonkarakter gebruikt moet worden. Hoe deze afbeelding vervolgens gebruikt wordt, lijkt niet onderworpen aan regels. Toch zijn deze er wel. Patrick moet namelijk zo in de nieuwe afbeelding geplaatst worden dat het aannemelijk is dat Patrick verbaasd is over de situatie. Ook moet Patrick geplaatst worden in een afbeelding die duidelijk herkenbaar is voor de memekenners. Een duidelijke verwijzing naar mainstreamcultuur behoort tot de regels. In het geval van de *Unflattering Beyonce*-meme zijn de regels nog minder duidelijk. In deze meme wordt er namelijk geen gebruik gemaakt van een vaste afbeeldingen, maar kan de producent van de meme kiezen uit een serie aan foto's. De enige regel die duidelijk naar voren komt, is dat een onflatteuze foto van Beyonce, nog minder flatteus gemaakt moet worden. Hoe dit precies gedaan wordt, lijkt aan de producent van de afbeelding. Toch is hier, net als in het geval van de *Surprised Patrick*-meme sprake van een regel ook in deze meme moet een duidelijke verwijzing naar mainstreamcultuur gemaakt worden. Zo kan de Beyoncefoto veranderd worden in een afbeelding die verwijst naar een cultureel object binnen de mainstreamcultuur of naar een situatie in de mainstreamcultuur die over het algemeen als onflatteus gezien wordt.

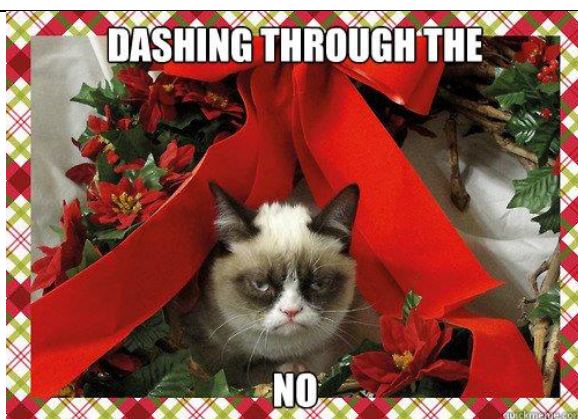
In het geval van deze vijf memes is duidelijk sprake van een model waarin de instructies gekopieerd moeten worden, in plaats van dat de volledige afbeelding gekopieerd moet worden. De regels van memes bestaan uit instructies om de boodschap van de meme weer te geven in een eigen interpretatie. Om dit te bereiken hoeft slechts een bepaald aantal onderdelen van de meme gekopieerd te worden. Zo is het bijvoorbeeld in het geval van de *Socially Awkward Penguin*-meme een vereiste dat de blauwe achtergrond met de naar links kijkende pinguïn gekopieerd wordt. Zonder deze achtergrond en pinguïn, is het niet mogelijk om de boodschap van de meme over te kunnen brengen. In het geval dat het hele product gekopieerd zou worden, dan zou de meme geen ontwikkeling doormaken en hetzelfde blijven. Veranderingen zijn een essentieel onderdeel van memes en noodzakelijk voor een blijvende verspreiding van de meme (Dawkins 2006, 192). De hier geconstateerde regels zijn noodzakelijk voor het voortbestaan van de memes.

4.2 Memegenres

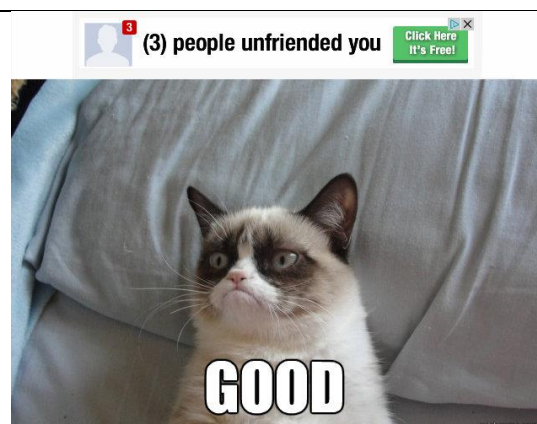
Ook binnen memegenres zijn regels te vinden. Binnen de groep memes met een vaste afbeelding en een wisselende tekst, blijkt uit analyse van de *Grumpy Cat*-meme, de *Over-Educated Problems*-meme

en de *Socially Awkward Penguin*-meme, dat er drie algemene kenmerken zijn voor deze groep. De eerste regel is dat binnen dit genre consequent gebruik gemaakt moet worden van één afbeelding binnen een meme. Regel twee bestaat uit het gebruik maken van een consequente compositie. Deze compositie moet bestaan uit een afbeelding met de kern in het midden van de afbeelding. De tekst op de afbeelding wordt geplaatst aan de boven- en onderzijde van de afbeelding, waardoor de kern van de afbeelding intact blijft. De laatste regel is dat er gebruik gemaakt moet worden van een goed leesbaar lettertype, bestaande uit witte letters met een zwarte rand. Wanneer een producent zich niet aan deze regels houdt, zijn de consequenties duidelijk: de afbeelding behoort dan niet meer tot de individuele meme en behoort dus ook niet meer tot het genre. Stel dat de eerste regel gebroken wordt, dan is het niet meer duidelijk of een afbeelding wel of niet tot een bepaalde meme behoort. Wanneer de tweede regel gebroken wordt, wordt het vaak lastig om te begrijpen wat de boodschap van de afbeelding is. In het geval dat de jongeman in de *Over-Educated Problems*-meme overschaduwd wordt door tekst, is niet duidelijk hoe de tekst op de afbeelding geïnterpreteerd moet worden. Een gelijk argument kan gemaakt worden voor het breken van de derde regel. Als de tekst niet goed leesbaar is, kan de contributor of lurker alleen afgaan op de afbeelding. De grap van de afbeelding gaat hierbij verloren. Het is dan ook niet mogelijk om de regels te veranderen: zodra de regels ontwikkelen of aan veranderingen onderhevig zijn, resulteert dit in een nieuwe meme met nieuwe, eigen regels.

Ondanks de gevolgen van het breken van de regels, lijken er een aantal uitzonderingen te zijn. Zo kan in het geval van de *Grumpy Cat*-meme gebruik worden gemaakt van verschillende achtergrondafbeeldingen. Er is een afbeelding van *Grumpy Cat* op een deken of in een kerstfeer. Deze twee alternatieven kunnen echter alleen gebruikt worden voor een subcategorie grappen binnen de *Grumpy Cat*-meme. Zo wordt de kerstversie van *Grumpy Cat* alleen gebruikt voor grappen over kerst. De afbeelding van *Grumpy Cat* op een deken wordt gebruikt om grappen te maken over het 'unfrienden' van mensen op sociale netwerk sites. Deze afbeelding heeft namelijk, behalve een foto van de kat een tekst met daarin "(3) people unfriended you". Door een andere afbeelding te kiezen, verandert de meme. Ook al lijkt het mogelijk om een andere afbeelding te gebruiken als achtergrond, toch wordt op die manier de eerste regel van dit genre gebroken.



Afb. 4 Kerstversie van Grumpy Cat. *Quickmeme.com*, ZD.



Afb. 5 'Unfriended' versie van Grumpy Cat. *Quickmeme.com*, ZD.

Ook binnen de groep memes met een wisselende achtergrondafbeelding waarin steeds dezelfde afbeelding gefotoshopt wordt, zijn een aantal algemene kenmerken te vinden. Zoals al bleek uit de analyse van de individuele memes *Surprised Patrick* en *Unflattering Beyonce* zijn de

kenmerken van deze memes minder duidelijk aanwezig dan bij memes met een vaste afbeelding en een wisselende tekst. Toch zijn ook voor dit genre verschillende kenmerken te vinden. Een eerste kenmerk is dat consequent dezelfde foto of afbeelding gebruikt wordt. In het geval van de *Unflattering Beyonce*-meme kan er gebruik gemaakt worden van een serie foto's. Deze foto's lijken sterk op elkaar. Het is voor de contributor of lurker van de meme duidelijk dat de foto's tot dezelfde serie behoren. Dus ook al wordt niet één-op-één dezelfde afbeelding gebruikt, de afbeeldingen lijken genoeg op elkaar om onder één noemer geschaard te kunnen worden. Een tweede kenmerk van dit genre memes is dat de afbeelding waar de originele foto of afbeelding in verwerkt wordt, een duidelijke verwijzing naar de mainstreamcultuur bevat. Het gevolg van deze nieuwe combinatie van afbeeldingen moet een humoristisch effect geven. Een laatste kenmerk is dat er geen gebruik wordt gemaakt van tekst, in welke vorm dan ook. De afbeelding moet voor zichzelf kunnen spreken om tot deze groep te kunnen behoren. De humor van de afbeelding komt alleen voort uit de afbeelding.

Op basis van deze algemene kenmerken van dit soort memes, is het mogelijk om een aantal regels voor dit genre te formuleren. De eerste regel is dat er consequent gebruik moet worden gemaakt van dezelfde afbeelding of een groep afbeeldingen die duidelijk herkenbaar tot dezelfde serie behoren. De tweede regel is dat de nieuwe afbeelding in goed herkenbare verwijzing naar mainstreamcultuur moet bevatten. Deze nieuwe afbeelding moet zorgen voor een humoristisch effect. De laatste regel van dit genre memes is dat dit humoristische effect voort moet komen uit alleen de afbeelding; gebruik van tekst is niet toegestaan. Zodra één van deze regels gebroken wordt, is het niet meer mogelijk om de afbeelding tot dit genre memes te rekenen. Wanneer de eerste regel gebroken wordt, is het niet meer mogelijk om de intentie van de producent om een afbeelding die behoort tot een bepaalde meme te herkennen. De afbeelding is dan slechts een afbeelding en kan niet meer gerekend worden tot een bepaalde meme. Wanneer de tweede regel gebroken wordt, is niet meer duidelijk naar welk gedeelte van de mainstreamcultuur een afbeelding verwijst. De humor van de afbeelding gaat hiermee verloren. Het is hierbij belangrijk om te wijzen op het feit dat niet iedereen dezelfde culturele kennis en achtergrond heeft. Wat voor de één een duidelijke verwijzing is, kan voor de ander onbegrijpelijk zijn. Het is daarom ook belangrijk om, zoals Knobel en Lankshear het noemen, "in the know" te zijn (2007, 215). Door de voorwaarde te stellen dat een contributor of lurker 'in the know' is, is het mogelijk om als producent uit te gaan van een vaste basis in culturele kennis. Verschillen in culturele kennis zullen dan ook niet veel voorkomen bij mensen die veel memes zien en maken. Ten slotte, wanneer de laatste regel gebroken wordt en er wel gebruik wordt gemaakt van tekst, past de afbeelding niet meer in dit genre memes. Om een afbeelding tot deze categorie te laten behoren, is het niet mogelijk om deze regel te verbreken.

Alleen regels maken nog geen spel. Regels moeten door de spelers benaderd worden met een zogenaamde lusory attitude. Om te bepalen in hoeverre er in het geval van online memes sprake is van een lusory attitude bij de verschillende spelers, zal ik in het volgende hoofdstuk dieper ingaan op de onderhandelingen over deze regels en hoe de regels gehandhaafd worden.

5. Van regels naar spelregels

Zoals in het vorige hoofdstuk is aangetoond, worden online memes omringd door regels. Dat er sprake is van regels, betekent echter nog niet dat er sprake is van spelregels. Om regels te kunnen veranderen in spelregels, is het noodzakelijk dat er sprake is van een lusory attitude bij de spelers. Deze lusory attitude zorgt ervoor dat de spelers een set beperkende regels accepteren om hun doel te bereiken (Suits 2005). Zoals ik in dit hoofdstuk zal aantonen, is er bij memekenners sprake van een lusory attitude. Creators, contributors en lurkers accepteren, onderhandelen en handhaven regels om hun doel te bereiken: een meme maken, verspreiden en waarderen. Eerst zal ik dieper ingaan op de lusory attitude die naar voren komt tijdens de onderhandeling over de regels en vervolgens zal ik dieper ingaan op de handhaving van deze regels.

5.1 Ontwikkeling

Regels veranderen in spelregels, wanneer er sprake is van een lusory attitude (Suits 2005). Een vraag hierbij is wanneer de regels van online memes gezien kunnen worden als spelregels. Zoals aangetoond in het vorige hoofdstuk, worden online memes omringd door regels. Niet al deze regels maken het makkelijker om het einddoel te bereiken. Dit is bijvoorbeeld te zien in de *Surprised Patrick*-meme. De regel dat de afbeelding van Patrick op een dusdanige manier verwerkt moet worden, dat het passend is, kan lastig zijn om na te leven. Hoewel de regels geaccepteerd worden, is er ruimte voor onderhandelingen over deze regels. Bij het ontstaan van nieuwe online memes vinden onderhandeling plaats over de regels van deze nieuwe meme. Deze regels zijn niet statisch en kunnen gedurende het bestaan van de meme veranderen. Ook bij memes die al langere tijd bestaan kan er onderhandeld worden over de regels. Dit soort onderhandelingen kan twee gevolgen hebben. Ten eerste kunnen vernieuwingen van regels zorgen voor de ontwikkeling van een meme. Ten tweede kunnen nieuwe of veranderende regels zorgen voor het ontstaan van een geheel nieuwe meme.

Een eerste manier waarop onderhandeld wordt over regels is bij het ontstaan van nieuwe memes. In de introductie van deze scriptie gaf ik het voorbeeld van *Grumpy Cat*. In dit voorbeeld wordt de gemeenschap van Reddit.com voorgesteld aan een kat die uit zal groeien tot de meme *Grumpy Cat*. Hoewel de originele poster de kat voorstelt als "Grumpy cat", wordt er onder deze post gereageerd met alternatieven voor de naam van de kat (Cataliades *Reddit.com*, 2012). Zo wordt de kat zowel "sad" als "unimpressed" genoemd, en "a content look of succes" toegeschreven (Ibid.). Dit is het begin van de onderhandelingen over de naam en de juiste interpretatie van de 'gezichtsuitdrukking' van de kat. Ook op andere platformen vinden onderhandelingen plaats. Zo bestempelt bijvoorbeeld Buzzfeed.com de kat als "not impressed" (Shenoy, *Buzzfeed.com* 2012). Ook onder deze post worden verschillende suggesties geplaatst over hoe de afbeelding van de kat geïnterpreteerd kan worden. Na enige discussie, komt de naam 'Grumpy Cat' steeds vaker bovendrijven. Overeenstemming lijkt dan ook bereikt: de kat van deze afbeeldingen wordt voortaan Grumpy Cat genoemd en juiste interpretatie van de afbeelding is een chagrijnige kat. Grappen die gemaakt worden met deze meme, zullen voortaan moeten voldoen aan deze eisen en relevant zijn voor een chagrijnige kat.

Ondanks dat de regels na de aanvankelijke discussie voor de *Grumpy Cat*-meme bepaald zijn, blijft het mogelijk om verder te onderhandelen over de specifieke regels. Dit kan leiden tot veranderingen in de regels en ontwikkeling van de meme, of tot een geheel nieuwe meme met eigen regels. Dit heeft te maken met de fidelity van een meme, oftewel de kracht om ondanks

veranderingen die noodzakelijk zijn vanuit een evolutionair standpunt toch in essentie gelijk te blijven (Dawkins 2006, 194). Wanneer de fidelity hoog is, zal een meme blijven bestaan ondanks de veranderingen. Het gebeurt echter vaker dat er door veranderingen van de regels een geheel nieuwe meme ontstaat. In dit geval is de fidelity te laag om de essentie te behouden. Dit is ook gebeurd in het geval van de Grumpy Cat-meme. Zoals in het vorige hoofdstuk aangegeven, is een kerstversie ontstaan van de *Grumpy Cat*-meme. Deze voldoet niet aan de regels van de 'gewone' Grumpy Cat, maar is een afstammeling hiervan. De meme heeft zich dusdanig ontwikkeld dat er een geheel nieuwe meme is ontstaan. Het origineel bestaat ook nog. De ontwikkeling van de regels heeft in dit geval gezorgd voor een nieuwe manier om met Grumpy Cat om te gaan, naast de oudere manieren.

Een lusory attitude zorgt ervoor dat spelers de regels van een spel accepteren, ook al maken deze regels het moeilijker om het einddoel te bereiken (Suits 2005). Dit betekent echter niet dat de geaccepteerde regels niet ter discussie kunnen staan en kunnen zorgen voor een ontwikkeling binnen het spel of de speelse activiteit. Zoals de voorbeelden over de onderhandelingen over de regels van online memes laten zien, worden de regels erg serieus genomen en geaccepteerd, maar is er ook ruimte voor vooruitgang en ontwikkeling. Binnen online memes is er sprake van socially negotiated play. Het spel ontwikkelt door onderhandelingen, veranderingen in de regels en het constante ontstaan van nieuwe memes (Cheung 2013). Socially negotiated play is alleen mogelijk, wanneer alle betrokken partijen een stem hebben in deze onderhandelingen (Taylor 2006). Dit is het geval bij online memes. Creators hebben de meest zichtbare positie binnen deze onderhandelingen: zij maken immers de afbeeldingen die de contributors en lurkers te zien krijgen. Deze zichtbaarheid van de creators betekent echter niet dat zij ook de sterkste positie hebben binnen deze onderhandelingen. Ondanks dat ze niet zichtbaar zijn, hebben lurkers de grootste invloed op de onderhandelingen. Door de zogenaamde micro-transacties (Wichmand en Siggaard 2012), bijvoorbeeld een up- of downvote, hebben lurkers door hun grote aantal een grote invloed op welke meme-afbeeldingen wel en niet gewaardeerd worden. Ook contributors hebben een rol in deze onderhandelingen. Contributors nemen een positie in tussen de creators en de lurkers. Contributors maken af en toe een meme-afbeeldingen, reageren en up- en downvoten. Vanwege hun kleinere aantal (ongeveer negen procent van de memekenners, Nielsen 2006) is hun invloed kleiner dan die van lurkers via bijvoorbeeld up- en downvoten, maar groeit hun invloed op de onderhandelingen doordat deze groep ook regelmatig meme-afbeeldingen produceert waarin een bepaalde set regels terug te zien is.

5.2 Handhaving

De gemeenschap van online memes in een behoorlijk harde gemeenschap: wanneer een meme verschijnt die niet gemaakt is volgens de regels, wordt de maker van de meme hard aangepakt. Als de regels van een meme algemeen geaccepteerd zijn, moeten deze regels ook gehandhaafd worden. Wanneer regels van een specifieke meme regelmatig niet opgevolgd worden, kan dit leiden tot het ontstaan van een nieuwe meme. Een voorbeeld hiervan is de kerstversie van de *Grumpy Cat*-meme, zoals terug te lezen in het vorige hoofdstuk op pagina 19. Handhaving van de regels gebeurt op verschillende manieren. Ten eerste kan het ongenoegen van andere memekenners duidelijk gemaakt worden door een reactie te plaatsen onder de meme-afbeelding of door een downvote voor een specifieke afbeelding. Een tweede manier is door het plaatsen van een reactie-meme. Deze meme reageert op de fouten die gemaakt worden door anderen. Deze verschillende manieren om onvrede te laten blijken over een bepaalde afbeelding zorgt ervoor dat zowel creators als contributors en lurkers hun onvrede over een meme-afbeelding kunnen laten blijken.

De snelste manier om kritiek te leveren op een foutieve meme-afbeelding is door een downvote aan een afbeelding te geven. Veel downvotes hebben als resultaat dat een meme-afbeelding zakt in de volgorde waarin de afbeeldingen getoond worden. Een foutieve meme-afbeelding ontvangt veel negatieve feedback door middel van downvotes en verdwijnt langzaam uit het beeld van de memekenners. Met een downvote is het echter niet duidelijk of een meme verkeerd gebruikt is, of dat iemand een meme-afbeelding simpelweg niet leuk vindt. De correcte memes komen hierdoor vanzelf bovendien. Wanneer een memekenner wil laten weten dat een meme niet alleen niet gewaardeerd wordt, maar ook daadwerkelijk verkeerd gebruikt is, kan er een reactie geplaatst worden. Reacties worden geplaatst door creators, contributors en door lurkers. voorbeelden van reacties op verschillende memes zijn: "This has over 4000 upvotes over at /r/radviceanimals... unbelievable" (ask_me_if_im_naked Reddit.com, 2014), "This can't be real" (Wearebastill, Idem), "I don't know how to react" (walkerism, Idem) en "wtf is this" (DeePrincess, Idem). Corrigeren van foutieve memes gebeurt niet. Als een creator een fout maakt, dan wordt dit aangegeven. Hoe een creator zichzelf kan verbeteren wordt echter niet aangegeven.

Wanneer een bepaalde meme regelmatig verkeerd gebruikt wordt, zorgt dit voor irritatie bij de memekenners. Dit kan een creator inspireren om een meme-afbeelding te maken, die directe kritiek levert op een specifieke afbeelding of op hoe een bepaalde meme gebruikt wordt. Dit laatste is regelmatig het geval bij de *Over-Educated Problems*-meme. In deze meme worden grappen gemaakt over problemen die verschil in opleiding op kunnen leveren. De problemen die voorkomen in deze meme, worden echter niet door alle memekenners als even groot of als resultaat van een verschil in opleiding ervaren. Dit heeft geleid tot de volgende meme-afbeelding.



Hoewel op deze afbeelding niet het standaardplaatje voor de *Over-Educated Problems*-meme gebruikt wordt, is het wel duidelijk dat deze meme bedoeld is voor makers van de *Over-Educated Problems*. Deze afbeelding is namelijk geplaatst op het Redditbord voor *Over-Educated Problems* afbeeldingen. Deze afbeelding levert kritiek op het soort problemen dat in de *Over-Educated Problems*-meme weergegeven wordt. Deze afbeelding bekritiseert de makers van dit soort meme-afbeeldingen op het niveau van hun problemen: de meeste problemen die weergegeven worden in deze meme, worden niet veroorzaakt doordat de één een hogere opleiding heeft dan een ander. Dit

soort kritische afbeeldingen komen niet alleen voor bij de *Over-Educated Problems*-meme, maar komen ook regelmatig voor bij onder andere de *Socially Awkward Penguin*-meme, wanneer een beschreven situatie niet daadwerkelijk leidt tot sociaal ongemak of bij de *Unflattering Beyonce*-meme, wanneer bijvoorbeeld de originele afbeelding van Beyonce geplaatst wordt met slechts een tekst erbij en zonder bewerkingen op de afbeelding zelf. Interessant bij dit soort afbeeldingen is dat deze kritische afbeeldingen ook kritisch bekeken worden. Dit kan leiden tot een nieuwe discussie over de regels van een specifieke meme, zoals gebeurd is in het geval van bovenstaande afbeelding (Reddit.com 2014). Kritiek kan dan ook leiden tot nieuwe regels of zelfs volledig nieuwe memes.

Een kenmerk van lusory attitude is dat spelers bewust beperkende regels accepteren (Suits 2005). In het geval van online memes betekent dit dat de makers van memes, oftewel de creators, zich moeten houden aan deze regels om de boodschap van hun meme-afbeelding juist over te kunnen brengen. Voor contributors en lurkers heeft het opvolgen van de regels tot resultaat dat een meme-afbeelding juist geïnterpreteerd kan worden. Uit de eerder gegeven voorbeelden blijkt dat er een lusory attitude aanwezig is bij de verschillende memekenners. De regels van individuele memes worden serieus genomen en strikt gehandhaafd. Wanneer een meme deze regels niet opvolgt, wordt de meme en de maker van de meme niet serieus genomen. Het niet opvolgen van de regels kan heftige reacties tot gevolg hebben. Alle drie de groepen van memekenners, creators, contributors en lurkers, spelen een rol in de handhaving van regels. Creators kunnen hun onvrede laten horen door een nieuwe meme-afbeelding te maken, die kritiek levert op een individuele meme-afbeelding of ingaat op veel gemaakte fouten binnen bijvoorbeeld de *Socially Awkward Penguin*-meme. Contributors en lurkers kunnen hun onvrede over een meme laten blijken door een negatieve reactie te plaatsen of een downvote te geven. Reacties waarin onvrede over een bepaalde meme-afbeelding geplaatst wordt, worden vaak gewaardeerd door andere memekenners, die via een reactie aangeven het eens te zijn met deze negatieve reactie of de originele reactie een waardering geven door middel van een upvote.

Regels zijn voor memekenners niet slechts regels, maar worden gezien als spelregels. Als deze spelregels niet opgevolgd worden, is er sprake van spelbreuk wat hard aangepakt wordt. De spelregels van online memes worden bewust geaccepteerd en gehandhaafd. Op het gebied van handhaving van de regels rondom online memes is er dan ook sprake van een lusory attitude bij alle betrokken groepen: creators, contributors en lurkers.

6. Conclusie

In mijn scriptie heb ik geargumenteed dat aan de vijf bestaande lagen van online memes een zesde toegevoegd zou moeten worden: de laag van spel. Een niveau van spel is noodzakelijk om de sociale processen rondom de regels van online memes beter te kunnen begrijpen. Hiervoor heb ik in mijn onderzoek geprobeerd een antwoord te vinden op de volgende vraag: “In hoeverre is het mogelijk om te spreken van een lusory attitude bij online memekenners wanneer dezen actief bezig zijn met memes?” Dit heb ik gedaan door twee verschillende analyses uit te voeren: een tekstuele analyse en een analyse door middel van participatory observation. De tekstuele analyse heb ik uitgevoerd met behulp van een case study, bestaande uit vijf verschillende online memes. Deze vijf memes kunnen geplaatst worden in twee memegenres. Deze analyse wijst uit dat online memes omringd worden door regels. Iedere meme en ieder memegenre heeft zijn eigen regels. Wanneer de regels niet opgevolgd worden, heeft dit tot gevolg dat een afbeelding niet tot een bepaalde meme gerekend kan worden. Een afbeelding is in dat geval slechts een afbeelding. Om tot de groep memekenners te kunnen behoren, is het essentieel om op de hoogte te zijn van de regels van verschillende memes. Alleen door bekend te zijn met de regels, is het mogelijk om een meme op de juiste manier te interpreteren en om eventueel zelf ook meme-afbeeldingen te kunnen produceren.

Om deze regels van online memes te kunnen interpreteren als spelregels en online memes als een speelse activiteit, heb ik een tweede analyse uitgevoerd. Gedurende vijf maanden heb ik als onderzoeker actief geparticipeerd in de online gemeenschap van memekenners, waardoor ik zelf ook een memekenner geworden ben. Deze diepgaande kennis van memecultuur heeft mij in staat gesteld om de lusory attitude binnen deze cultuur te kunnen duiden. Online memes hebben regels, die spelregels worden door de aanwezigheid van deze lusory attitude. De regels worden geaccepteerd door de memekenners en worden opgevolgd ondanks dat deze regels het moeilijk kunnen maken om het doel te bereiken: een leuke meme-afbeelding maken, verspreiden en waarderen. De regels van de memes zijn niet statisch. Over de regels kan onderhandeld worden, wat kan resulteren in een ontwikkeling van een meme of in het ontstaan van een geheel nieuwe meme. In het geval van online memes is er sprake van socially negotiated play. Ondanks deze constante onderhandelingen, worden de regels streng gehandhaafd. Wanneer iemand zich niet aan de regels houdt, wordt deze persoon hier op aangesproken via reacties, downvotes of een reagerende meme. De combinatie van acceptatie, onderhandelingen en handhaving van de regels maakt het mogelijk om te concluderen dat de regels van memes niet slechts regels zijn, maar dat er sprake is van spelregels.

Concluderend kan gezegd worden dat memekenners een lusory attitude hebben ten opzichte van online memes. Online memes worden omringd door regels. Over deze regels wordt onderhandeld en het niet opvolgen van deze regels heeft consequenties voor de persoon die de regels niet opgevolgd heeft ongeacht of het niet opvolgen van de regels bewust of onbewust gebeurt. Dit gedrag van onderhandelingen en correcties wanneer de regels niet opgevolgd worden, is te verklaren door de lusory attitude van de memekenners. Een spelperspectief ten opzichte van online memes is dan ook noodzakelijk om dit gedrag te kunnen verklaren. Aan de vijf niveaus van online memes (te weten: de individuele meme, memegenres, de sociale betekenis van memes, de verspreiding van memes en de memesubcultuur) kan dan ook een zesde laag toegevoegd worden: de laag van spel.

6.1 Verder onderzoek

Gedurende dit onderzoek is voor mij gebleken dat het waardevol is om een internetfenomeen te analyseren vanuit een spelperspectief. Dit spelperspectief heeft mij de mogelijkheid gegeven om online memes in een nieuw licht te plaatsen en dit fenomeen vanuit een ander perspectief te bekijken dan in andere onderzoeken. Online memes zijn een fenomeen dat alleen kan bestaan dankzij participatie. Wanneer deze participatie wegvalt, verdwijnen de online memes. Participatiecultuur is een fenomeen dat gezien kan worden als onderdeel van de ludificatie van de samenleving. Online memes is een goed voorbeeld van hoe participatiecultuur bijdraagt aan de speelsheid van een samenleving. De keuze voor een case study heeft hierbij geholpen om focus in het onderzoek aan te brengen. De tekstuele analyse en de participant observation hebben beiden waardevolle inzichten opgeleverd. In zoverre is deze aanpak erg succesvol geweest voor dit onderzoek.

Toch is er op enkele punten verbetering mogelijk. Zo was het in dit onderzoek niet mogelijk om te onderzoeken in hoeverre er sprake is van een emotionele investering en in hoeverre de achtergrond van de individuele leden van de meme-gemeenschap een rol spelen in de interpretatie en productie van memes. Hiervoor is aanvullend onderzoek nodig met een andere aanpak. Dit kan bijvoorbeeld in de vorm van diepte interviews of enquêtes. Ook op andere punten is het mogelijk om verder onderzoek te doen. In dit onderzoek heb ik slechts twee verschillende genres van memes onderzocht. Deze twee genres hebben een eigen set regels. Een interessante vraag die hierbij gesteld kan worden, is of dit betekent dat ieder genre memes een eigen, uniek soort van onderhandeling en handhaving hebben. Aangezien de regels anders zijn, is het ook aannemelijk dat verschillende soorten memes ieder een eigen vorm van handhaving en onderhandeling hebben. Ook zou ander onderzoek verder de diepte in kunnen gaan bij iedere laag van de online memes. Een laatste suggestie voor verder onderzoek is onderzoek naar de acceptatie van nieuwe spelers in het spel van memes en hoe nieuwe leden de ongeschreven regels van memes kunnen leren. Hierbij kan onder andere onderzocht worden hoe er door 'those in the know' omgegaan wordt met nieuwe leden en op welke manieren deze nieuwe leden geholpen worden in het leren van de ongeschreven regels rondom memes. Ik hoop dat mijn onderzoek een opzet is naar verder onderzoek naar dit fascinerende internetfenomeen.

7. Literatuurlijst

- Aarseth, Espen. "Playing Research: Methodological approaches to game analysis." *Paper van spilforskning.dk Conference*, zp, augustus 28-29, 2003.
- Ask_me_if_im_naked. "This has over 4000 upvotes at /r/adviceanimals... unbelievable." *Reddit.com* 2014. 29-06-2014. <http://www.reddit.com/r/shittyadviceanimals/comments/29dj9j/this_has_over_4000_upvotes_over_at_radviceanimals/>.
- boyd, danah. "How Can Qualitative Internet Researchers Define the Boundaries of Their Projects: A Response to Christine Hine." *Internet Inquiry: Conversations About Methods*. Ed Annette Markham en Nancy Baym. Los Angeles: Sage, 2008. 26-32.
- Boellstorff, Tom. "A Ludicrous Discipline? Ethnography and Game Studies." *Games and Culture* 1:1 (2006): 29-55.
- Burgess, Jean. "All Your Chocolate Rain Are Belongs to Us? Viral Video, YouTube and the Dynamics of Participatory Culture." *Video Vortex Reader: Responses to YouTube*. Ed. Geert Lovink en Sabine Niederer. Amsterdam: Institute of Network Cultures, 2008. 101-109.
- Burghardt, Gordon. *The Genesis of Animal Play: Testing the Limits*. Cambridge: The MIT Press, 2005.
- Cataliades. "Meet grumpy cat." *Reddit.com*. 2012. 29-06-2014. <http://www.reddit.com/r/pics/comments/10bu17/meet_grumpy_cat/>.
- Cheung, Gifford, Alison Lee, Kevin Cheng en Hae Jin Lee. "Dispensable, Tweakable, and Tangible Components: Supporting Socially Negotiated Gameplay." *Games and Culture* 8:4 (2013): 259-288.
- Coscia, Michele. "Competition and Success in the Meme Pool: a Case Study on Quickmeme.com." *Association for the Advancement of Artificial Intelligence*. 2013.
- Crawford, Kate. "Following you: Disciplines of listening in social media." *Continuum: Journal of Media & Cultural Studies* 23:4 (2009): 525-535.
- Dawkins, Richard. *The Selfish Gene*. 30th Anniversary Edition. Oxford University Press, Oxford; New York. 2006.
- DeWalt, Kathleen en Billie R. DeWalt. *Participant Observation: A Guide For Fieldworkers*. Tweede editie. Plymouth, AltaMira Press, 2011.
- Eberle, Scott G. "The Elements of Play. Towards a Philosophy and a Definition of Play." *Journal of Play* 6:2 (2014): 214-233.
- Frissen, Valerie, Jos de Mul & Joost Raessens. "Homo Ludens 2.0: Play, Media and Identity." *Contemporary Culture. New Directions in Art and Humanities Research*. Ed. Judith Thissen, Robert Zwijnenberg en Kitty Zijlmans. Amsterdam: Amsterdam University Press, 2013. 75-92.
- greekish. "How I feel about the over educated problems meme." *Reddit.com*. 2013. 29-6-2014. <http://www.reddit.com/r/AdviceAnimals/comments/uppg7/how_i_feel_about_the_over_educated_problems_meme/>.
- "Grumpy Cat." *KnowYourMeme.com* 2013. 29-4-2014 <<http://knowyourmeme.com/memes/grumpy-cat/>>.
- Hine, Christine. "Virtual Ethnographies: Modes, Varieties, Affordances." *The SAGE Handbook of Online Research Methods*. Ed Nigel Fielding, Raymond M. Lee en Grant Blank. Londen: SAGE, 2008. 257-270.
- Henrick, Thomas S. *Play Reconsidered: Sociological Perspectives on Human Expressions*. University of Illinois, 2006.
- Jenkins, Henry. *Convergence Culture. Where Old and New Media Collide*. New York University: New York University Press. 2006.
- Jenkins, Henry. *Textual Poachers. Television Fans and Participatory Culture*. Updated Twentieth Anniversary Edition. New York en Londen: Routledge. 2013.
- Jenkins, Henry, Ravi Purushotma, Margaret Weigel, Katie Clinton en Alice J. Robison. *Confronting the Challenges of Participatory Culture. Media Education for the 21st Century*. MacArthur Foundation. 2006.

- John, Nicholas A. "Sharing and Web 2.0: The emergence of a keyword." *New Media Society* 15:2 (2012): 167-182.
- "Karakters." *SpongeBob.nl* 2014. 29-04-2014. <<http://www.spongebob.nl/>> .
- Knobel, Michele en Colin Lankshear. "Online Memes, Affinities and Production." A New Literacy Sampler. Ed. Colin Lankshear, Michele Knobel, Chris Bigum en Micheal Peters. New York: Peter Lang Publishing, Inc., 2007. 199-228.
- Kumar, Ranjit. *Research Methodology. A step by step guide for beginners*. 1999. Vierde editie. Los Angeles: SAGE Publications, Inc.. 2014.
- Lammes, Sybille. "Approaching game-studies: towards a reflexive methodology of games as situated cultures." *Situated Play, Proceedings of DiGRA 2007 Conference*. Authors & Digital Games Research Association (DiGRA): 2007. 25-30.
- Leigh, Claudia. "Lurkers and Lolcats: An Easy Way From Out To In." *Journal Digital Research & Publishing* Vol. 2 (2009): 131-141.
- Mack, Kendra. "Anonymous Youth: How a Virtual Subculture is Reviving Classical Subculture in a Postmodern Setting." *Kendra Mack* (2010): n. pag. Web. 30-04-2014.
- Nercissians, Emilia. "Evolutionary Cobreeding of Cooperative and Competitive Subcultures." *World Academy of Science, Engineering and Technology* 58 (2009): 681-683.
- Nielsen, Jakob. "Participation Inequality: Encouraging More Users to Contribute." *NNGroup.com* 09-10-2006. 22-05-2014. <<http://www.nngroup.com/articles/participation-inequality/>>.
- "Over-Educated Problems." *KnowYourMeme.com* 2013. 29-04-2014 <<http://knowyourmeme.com/memes/over-educated-problems>>.
- Raessens, Joost. "Playful Identities, or the Ludification of Culture." *Games and Culture* 1:1 (2006): 52-57.
- Schäfer, Mirko Tobias. *Bastard Culture! User participation and the extension cultural industries*. Utrecht: Universiteit Utrecht, 2008.
- Shifman, Limor. "An Anatomy of a YouTube meme." *New Media Society* 14:2 (2011): 187-203.
- "Socially Awkward Penguin." *KnowYourMeme.com* 2011. 29-04-2014 <<http://knowyourmeme.com/memes/socially-awkward-penguin>>.
- Suits, Bernard. *The Grasshopper. Games, Life and Utopia*. 1978. Herprint. Canada: Broadview Press Ltd., 2005.
- "Surprised Patrick." *Know YourMeme.com* 2013. 29-04-2014 <<http://knowyourmeme.com/memes/surprised-patrick>>.
- Sutton-Smith, Brian. *The Ambiguity of Play*. Verenigde Staten: Harvard University Press. 1997.
- Taylor, T.L. "Beyond Management: Considering Participatory Design and Governance in Player Culture." *First Monday Special Issue #7* (2006): ZP.
- Toepfl, Florian. "Managing public outrage: Power, scandal, and new media in contemporary Russia." *New Media Society* 13:8 (2011): 1301-1319.
- "Unbelievable." *Reddit.com* 2012. 29-06-2014. <<http://www.reddit.com/r/terriblefacebookmemes/comments/pjta3/unbelievable/>>.
- "Unflattering Beyonce" *KnowYourMeme.com* 2013. 29-4-2014 <<http://knowyourmeme.com/memes/unflattering-beyonce>>.
- Wichmand, Mette en Sisse Siggard Jensen. "Small is Beautiful – Lurkers Engaging Through Micro Contributions." *4th European Communication Conference*. 2012. ZP.
- Yin, Robert K.. *Case Study Research: Design and Methods*. Thousands Oaks: SAGE Publications, Inc.. 2009.

Afbeeldingen

(Nummer bronvermelding correspondeert met het nummer van de afbeelding)







1. Cataliades. "Meet grumpy cat." *Reddit.com*. 2012. 29-06-2014. <http://www.reddit.com/r/pics/comments/10bu17/meet_grumpy_cat/>.
2. "Unflattering Beyonce" *KnowYourMeme.com* 2013. 29-4-2014 <<http://knowyourmeme.com/memes/unflattering-beyonce>>.

3. "Unflattering Beyonce" *KnowYourMeme.com* 2013. 29-4-2014
<<http://knowyourmeme.com/memes/unflattering-beyonce>>.
4. "Dashing through the no." *Quickmeme.com* ZD. 29-04-2014
<<http://www.quickmeme.com/meme/3rvhaz>>.
5. "good." *Quickmeme.com* ZD. 29-04-2014 <<http://www.quickmeme.com/meme/3rplnm>>.
6. greekish. "How I feel about the over educated problems meme." *Reddit.com*. 2013. 29-6-2014.
<http://www.reddit.com/r/AdviceAnimals/comments/uppg7/how_i_feel_about_the_over_educated_problems_meme/>.
7. "Grumpy Cat." *KnowYourMeme.com* 2013. 29-4-2014
<<http://knowyourmeme.com/memes/grumpy-cat/>>.
8. "Grumpy Cat." *KnowYourMeme.com* 2013. 29-4-2014
<<http://knowyourmeme.com/memes/grumpy-cat/>>.
9. "My blood type is be negative." *Imgur.com* ZD. 29-04-2014 <http://i.imgur.com/UXv9KfK.jpg>>.
10. "Grumpy Cat." *KnowYourMeme.com* 2013. 29-4-2014
<<http://knowyourmeme.com/memes/grumpy-cat/>>.
11. "Grumpy Cat." *KnowYourMeme.com* 2013. 29-4-2014
<<http://knowyourmeme.com/memes/grumpy-cat/>>.
12. "I don't like morning people Or mornings... or People." *Quickmeme.com* ZD. 29-04-2014
<<http://www.quickmeme.com/meme/3rzhve>>.
13. "Grumpy Cat." *9Gag.com* ZD. 29-04-2014 <<http://9gag.com/gag/anqqXb>>.
14. "Grumpy cat." *9Gag.com* ZD. 29-04-2014 <<http://9gag.com/gag/axNjpVL>>.
15. "Socially Awkward Penguin." *KnowYourMeme.com* 2011. 29-04-2014
<<http://knowyourmeme.com/memes/socially-awkward-penguin>>.
16. "Socially Awkward Penguin." *KnowYourMeme.com* 2011. 29-04-2014
<<http://knowyourmeme.com/memes/socially-awkward-penguin>>.
17. "Socially Awkward Penguin." *KnowYourMeme.com* 2011. 29-04-2014
<<http://knowyourmeme.com/memes/socially-awkward-penguin>>.
18. "Socially Awkward Penguin." *KnowYourMeme.com* 2011. 29-04-2014
<<http://knowyourmeme.com/memes/socially-awkward-penguin>>.
19. "Socially Awkward Penguin." *KnowYourMeme.com* 2011. 29-04-2014
<<http://knowyourmeme.com/memes/socially-awkward-penguin>>.
20. J., Madeleine. "The Best Of Socially Awkward Penguin." *Buzzfeed.com* 23-07-2010. 29-04-2014
<<http://www.buzzfeed.com/anteater/the-best-of-socially-awkward-penguin>>.
21. J., Madeleine. "The Best Of Socially Awkward Penguin." *Buzzfeed.com* 23-07-2010. 29-04-2014
<<http://www.buzzfeed.com/anteater/the-best-of-socially-awkward-penguin>>.
22. J., Madeleine. "The Best Of Socially Awkward Penguin." *Buzzfeed.com* 23-07-2010. 29-04-2014
<<http://www.buzzfeed.com/anteater/the-best-of-socially-awkward-penguin>>.
23. J., Madeleine. "The Best Of Socially Awkward Penguin." *Buzzfeed.com* 23-07-2010. 29-04-2014
<<http://www.buzzfeed.com/anteater/the-best-of-socially-awkward-penguin>>.
24. "Overly-Educated Problems." *9Gag.com* ZD. 29-04-2014 <<http://9gag.com/gag/a6wn5D9>>.
25. "Forever Alone Level – Over Educated." *9Gag.com* ZD. 29-04-2014
<<http://9gag.com/gag/4429322>>.
26. "Over-Educated Problems." *KnowYourMeme.com* 2013. 29-04-2014
<<http://knowyourmeme.com/memes/over-educated-problems>>.
27. "Over-Educated Problems." *KnowYourMeme.com* 2013. 29-04-2014
<<http://knowyourmeme.com/memes/over-educated-problems>>.
28. "Over-Educated Problems." *KnowYourMeme.com* 2013. 29-04-2014
<<http://knowyourmeme.com/memes/over-educated-problems>>.
29. "Over-Educated Problems." *KnowYourMeme.com* 2013. 29-04-2014
<<http://knowyourmeme.com/memes/over-educated-problems>>.
30. "My area of study has become so complex i can no longer just wikipedia the answer." *Quickmeme.com* ZD. 29-04-2014 <<http://www.quickmeme.com/meme/3s3m9y>>.

31. "Corrected friends on misconceptions and pseudoscience they tell me I don't know what I'm talking about." *Quickmeme.com* ZD. 29-04-2013
<<http://www.quickmeme.com/meme/3taznq>>.
32. "Surprised Patrick." *Know YourMeme.com* 2013. 29-04-2014
<<http://knowyourmeme.com/memes/surprised-patrick>>.
33. "Surprised Patrick." *Know YourMeme.com* 2013. 29-04-2014
<<http://knowyourmeme.com/memes/surprised-patrick>>.
34. "Surprised Patrick More Surprised Than Scream." *9Gag.com* ZD. 29-04-2014
<<http://9gag.com/gag/6957160>>.
35. "Surprised Patrick King!" *9Gag.com* ZD. 29-04-2014 <<http://9gag.com/gag/6963896>>.
36. "Surprised Patrick is Surprised." *9Gag.com* ZD. 29-04-2014 <<http://9gag.com/gag/6937082>>.
37. "Surprised Patrick Star." *9Gag.com* ZD. 29-04-2014 <<http://9gag.com/gag/6994637>>.
38. "Surprised patrick." *9Gag.com* ZD. 29-04-2014 <<http://9gag.com/gag/7029274>>.
39. *Imgur.com* ZD. 29-04-2014 <<http://i.imgur.com/EGdQbPx.jpg>>.
40. "Surprised Patrick." *Tumblr.com* ZD. 29-04-2014 <<http://abreathoffrenchhair.tumblr.com/image/82071753565>>.
41. "Unflattering Beyonce" *KnowYourMeme.com* 2013. 29-4-2014
<<http://knowyourmeme.com/memes/unflattering-beyonce>>.
42. "Unflattering Beyonce" *KnowYourMeme.com* 2013. 29-4-2014
<<http://knowyourmeme.com/memes/unflattering-beyonce>>.
43. "My first reaction to Beyonce's unflattering football photos." *9Gag.com* ZD. 29-04-2014
<<http://9gag.com/gag/6543016>>.
44. "Unflattering Beyonce" *KnowYourMeme.com* 2013. 29-4-2014
<<http://knowyourmeme.com/memes/unflattering-beyonce>>.
45. "Unflattering Beyonce" *KnowYourMeme.com* 2013. 29-4-2014
<<http://knowyourmeme.com/memes/unflattering-beyonce>>.
46. "Beyonce unflattering." *9Gag.com* ZD. 29-04-2014 <<http://9gag.com/gag/6564368>>.
47. "Unflattering Beyonce" *KnowYourMeme.com* 2013. 29-4-2014
<<http://knowyourmeme.com/memes/unflattering-beyonce>>.
48. "Unflattering Beyonce" *KnowYourMeme.com* 2013. 29-4-2014
<<http://knowyourmeme.com/memes/unflattering-beyonce>>.
49. Bellassai, Matt. "The Best Of The Internet's Response to Beyoncé's 'Unflattering' Photos." *Buzzfeed.com* 7-02-2013. 29-04-2014 <<http://www.buzzfeed.com/mattbellassai/the-best-of-the-internets-response-to-beyonces-unflattering>>.

8. Bijlagen

8.1 Bijlage 1: Grumpy Cat

 <p>JUST PUT ME DOWN</p>	 <p>I HAD FUN ONCE IT WAS AWFUL</p>	 <p>MY BLOOD TYPE IS BE NEGATIVE</p>
Afb. 7 Grumpy Cat. <i>KnowYourMeme.com, 2013.</i>	Afb. 8 Grumpy Cat. <i>KnowYourMeme.com, 2013.</i>	Afb. 9 Grumpy Cat. <i>Imgur.com, ZD.</i>
 <p>YOU HAD THE RED DOT THIS WHOLE TIME</p>	 <p>I TRIED TO SITS. I DIDN'T FITS.</p>	 <p>I DON'T LIKE MORNING PEOPLE OR MORNINGS... OR PEOPLE</p>
Afb. 10 Grumpy Cat. <i>KnowYourMeme.com, 2013.</i>	Afb. 11 Grumpy Cat. <i>KnowYourMeme.com, 2013.</i>	Afb. 12 Grumpy Cat. <i>Quickmeme.com, ZD.</i>
 <p>ROW ROW ROW YOUR BOAT GENTLY OFF A CLIFF</p>	 <p>IF YOU'RE HAPPY AND YOU KNOW IT I DON'T CARE</p>	
Afb. 13 Grumpy Cat. <i>9Gag, ZD.</i>	Afb. 14 Grumpy Cat. <i>9Gag, ZD.</i>	

8.2 Bijlage 2: Socially Awkward Penguin

<p>BE POLITE, HOLD THE DOOR</p>  <p>THEY'RE SLIGHTLY TOO FAR AWAY</p>	<p>ENJOY YOUR MEAL</p>  <p>YOU TOO</p>	<p>YOU START TYPING BUT SEE "YOUR FRIEND IS TYPING" SO YOU STOP</p>  <p>SO DO THEY</p>
<p>PHONE VIBRATES</p>  <p>"BATTERY LOW"</p>	<p>NEW NOTIFICATIONS</p>  <p>ALL SPAM</p>	<p>PLAN ALL YOUR CONVERSATIONS IN ADVANCE</p>  <p>PERSON SAYS SOMETHING UNEXPECTED</p>
<p>Pretend to be talking on cell so people dont talk to you</p>  <p>Cellphone rings in your ear</p>	<p>SAY GOODBYE</p>  <p>START WALKING THE SAME WAY</p>	<p>WALK INTO ROOM WITH STRANGERS</p>  <p>WALK BACK OUT</p>

Afb. 15 Socially Awkward Penguin. KnowYourMeme.com, 2011.

Afb. 16 Socially Awkward Penguin. KnowYourMeme.com, 2011.

Afb. 17 Socially Awkward Penguin. KnowYourMeme.com, 2011.

Afb. 18 Socially Awkward Penguin. KnowYourMeme.com, 2011.

Afb. 19 Socially Awkward Penguin. KnowYourMeme.com, 2011.

Afb. 20 Socially Awkward Penguin. The Best Of Socially Awkward Penguin. BuzzFeed.com, 2010.

Afb. 21 Socially Awkward Penguin. The Best Of Socially Awkward Penguin. BuzzFeed.com, 2010.

Afb. 22 Socially Awkward Penguin. The Best Of Socially Awkward Penguin. BuzzFeed.com, 2010.

Afb. 23 Socially Awkward Penguin. The Best Of Socially Awkward Penguin. BuzzFeed.com, 2010.

8.3 Bijlage 3: Over-Educated Problems



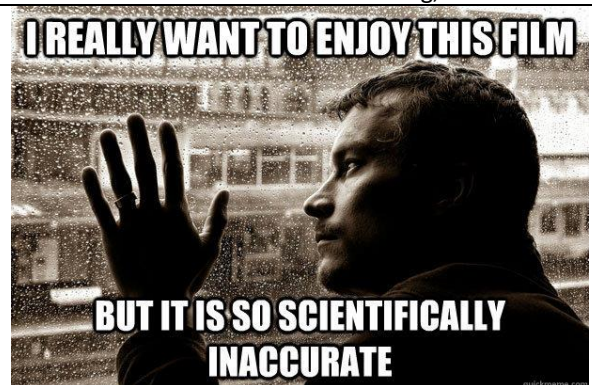
Afb. 24 Over-Educated Problems. 9Gag, ZD.



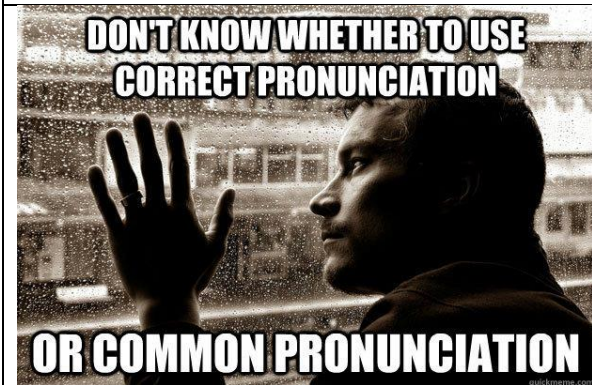
Afb. 25 Over-Educated Problems. 9Gag, ZD.



Afb. 26 Over-Educated Problems. KnowYourMeme.com, 2013.



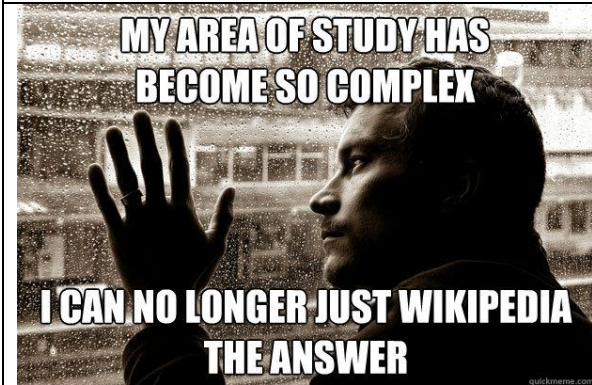
Afb. 27 Over-Educated Problems. KnowYourMeme.com, 2013.



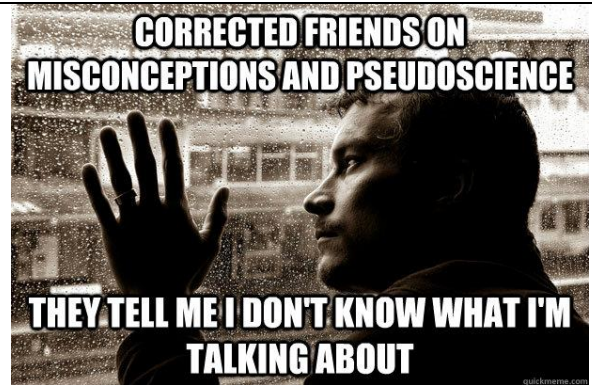
Afb. 28 Over-Educated Problems. KnowYourMeme.com, 2013.



Afb. 29 Over-Educated Problems. KnowYourMeme.com, 2013.



Afb. 30 Over-Educated Problems. Quickmeme.com, ZD.

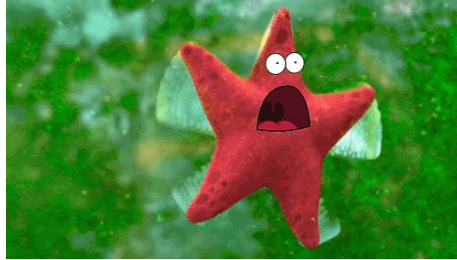


Afb. 31 Over-Educated Problems. Quickmeme.com, ZD.

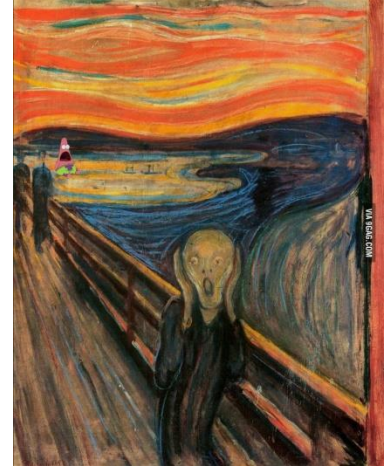
8.4 Bijlage 4: Surprised Patrick



Afb. 32 Surprised Patrick.
KnowYourMeme.com, 2013



Afb. 33 Surprised Patrick.
KnowYourMeme.com, 2013



Afb. 34 Surprised Patrick.
9Gag.com, ZD.



Afb. 35 Surprised Patrick.
9Gag.com, ZD.



Afb. 36 Surprised Patrick. 9Gag.com, ZD.



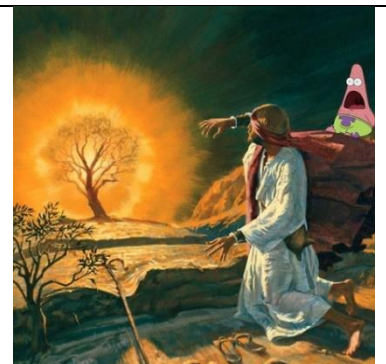
Afb. 37 Surprised Patrick.
9Gag.com, ZD.



Afb. 38 Surprised Patrick.
9Gag.com, ZD.



Afb. 39 Surprised Patrick. Imgur.com, ZD.

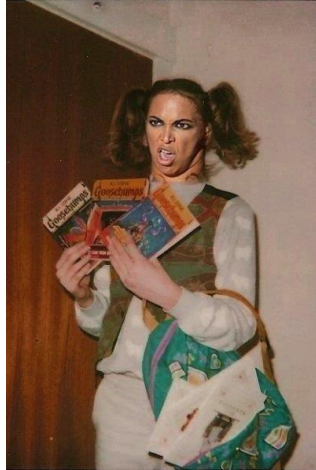


Afb. 40 Surprised Patrick.
Tumblr.com, ZD.

8.5 Bijlage 5: Unflattering Beyonce



Afb. 41 Unflattering Beyonce. *KnowYourMeme.com*, 2013.



Afb. 42 Unflattering Beyonce. *KnowYourMeme.com*, 2013.



Afb. 43 Unflattering Beyonce. *9Gag.com*, ZD.



Afb. 44 Unflattering Beyonce. *KnowYourMeme.com*, 2013.



Afb. 45 Unflattering Beyonce. *KnowYourMeme.com*, 2013.



Afb. 46 Unflattering Beyonce. *9Gag.com*, ZD.



Afb. 47 Unflattering Beyonce. *KnowYourMeme.com*, 2013.



Afb. 48 Unflattering Beyonce. *KnowYourMeme.com*, 2013.



Afb. 49 Unflattering Beyonce. The Best Of The Internet's Response To Beyonce Unflattering. *Buzzfeed.com*, 2013.