

Wie zijn de Koreanen?



Korean Political Life - Alex Nicholson Illustration

Over de representatie van Zuid-Korea in
Nederlandse reisprogramma's (2021)

Kayleigh Leijgraaf

Wie zijn de Koreanen?

Over de representatie van Zuid-Korea in Nederlandse reisprogramma's (2021)

Auteur: Kayleigh Leijgraaf
Studentnummer: 359823
E-mailadres: k.leijgraaf@student.fontys.nl
Reflectieonderzoek

Opleiding: Journalistiek
Organisatie: Fontys Hogescholen
Afstudeerperiode: mei 2021
Plaats en datum

Inhoudsopgave

1. Inleiding.....	3, 4
2. Onderzoeksmethode.....	5, 6
3. Theoretisch kader / Literatuuronderzoek.....	7, 8
4. Stereotypering in de journalistiek.....	9, 10
5. Zuid-Korea in Nederland.....	11, 12
6. Analyse.....	13 - 21
Trippers.....	14 - 18
Ellie op Patrouille.....	17, 18
Reizen Waes.....	19 - 21
7. Verantwoordelijkheid van de makers.....	22
8. Conclusie en Discussie.....	23, 24
9. Bronnenlijst.....	25 - 29

1. Inleiding

Zuid-Korea, gelegen in het noordoosten van Azië, is een sterk ontwikkelend en modern land. Het is de vierde grootste economie van Azië (Flanders Investment & Trade, 2021) en één van de slechts vijf volledige democratieën op het continent (Japan, Taiwan, Nieuw-Zeeland en Australië). Zuid-Korea is een van de belangrijkste partners van Nederland. Het is voor Nederland het op één na grootste exportland in Azië, buiten Europese landen om het derde exportland ter wereld (The Economist Intelligence Unit, 2021). Toch valt over de Nederlandse kennis over het land te twisten. Zo verscheen in april 2020, het begin van de coronacrisis in Nederland, een artikel in de Volkskrant waarin viroloog Marion Koopmans over Zuid-Koreaanse volk beweert dat het 'minder waarde hecht aan privacywetgeving en een enorme discipline heeft in sociaal afstand houden' (Keulemans, 2020). Dit citaat is tekenend voor het vraagstuk dat in dit onderzoek wordt behandeld: hoe de opvattingen en culturele stereotypen die in Nederland bestaan over Zuid-Korea en Azië in zijn geheel een rol spelen in de representatie van Zuid-Korea. De directe aanleiding voor het onderzoek is het programma *Trippers*, dat in 2019 een aflevering uitzond over de K-popindustrie en schoonheidsidealen in Zuid-Korea. Het doet denken aan de volgende uitspraak van programmamaker Sinan Can over de benadering van reisdocumentaires: 'De blanke heer reist af naar een exotisch gebied en verwondert zich over de gekkigheid van de donkere medemens. Het is niet van binnenuit. Het draait niet om het gebied en de mensen, maar om de verwondering van de blanke heer.' (Papaikonomou & Dijkman, 2018). Deze benadering is terug te zien in veel populaire Nederlandse reisprogramma's.

Relevantie

Het belang van goede, representatieve reisjournalistiek ligt in het feit dat de grote meerderheid van de mensen slechts met andere culturen in aanraking komt via dit soort reisprogramma's. Papaikonomou & Dijkman beschrijven in hun boek *Heb je een boze moslim voor mij?* de journalistiek als 'een publiek podium dat ruimte biedt voor allerlei manieren om naar de wereld en onze samenleving te kijken.' Bij reisjournalistiek is het belang van de juiste representatie nog groter. Het is namelijk vaak de enige manier om een beeld te krijgen van een cultuur die verschilt van de eigen cultuur. Daarnaast wordt vaak niet beseft dat er nog een maker tussen zit en zo wordt het beeld dat het programma schetst over het algemeen kritiekloos aangenomen (Huisman, Joye & Maesele, 2012). Deze reisprogramma's zijn toegankelijk en worden over het algemeen aangenomen als geloofwaardig, mensen vormen meningen en gedrag patronen op basis van wat ze zien. Daardoor oefent de reisjournalistiek een sterke invloed uit op het wereldbeeld en het sociale leven van het publiek. Amerikaanse journalist Thomas Harris verwoordt dit principe: 'today's mass media are not only a 'magic window' through which we see the world, but also a 'door' through which ideas enter our consciousness.' (Ndiaye & Ndiaye, 2014). In de context van de reisprogramma's in dit onderzoek kan uit deze uitspraak opgemaakt worden dat de kijker niet simpelweg naar de taferelen van de andere cultuur kijkt, maar deze indrukken ook meeneemt in het persoonlijke referentiekader en zo in de meningen en beeldvorming die daardoor gevormd worden. Als beelden en stereotypingen voortdurend worden herhaald, wordt deze beeldvorming in stand gehouden. Dit zorgt voor sociale ongelijkheid van bepaalde groepen in de samenleving (Stichting WOMEN Inc., 2017).

Racisme tegen Aziaten

In Nederland is racisme en discriminatie tegen Aziaten nog altijd volop aanwezig, het aantal meldingen is sinds de coronacrisis zelfs toegenomen (Goudsmit, 2021). Dit blijkt onder andere uit een aantal recente voorvallen als het lied 'Voorkomen is beter dan Chinezen' (De Volkskrant, 2020), maar ook de Stop Asian Hate-demonstraties die vanuit de Verenigde Staten zijn overgewaaid naar Nederland (Cools, 2021). Aziatische figuren komen al weinig voor in media en anders worden ze vaak stereotype afgebeeld, zoals bijvoorbeeld Meneer Chung in Ik Hou Van Holland en Ping Ping in De Dino Show (Lie, 2016). Het is belangrijk om te onderzoeken welke rol media spelen in het stereotype beeld dat bestaat over Aziatische landen.

De centrale vraag die met dit onderzoek moet worden beantwoord is: *Welke rol spelen opvattingen en culturele stereotypen bij de representatie van Zuid-Korea in de Nederlandse reisprogramma's Trippers, Ellie op Patrouille en Reizen Waes?* Om deze vraag te beantwoorden is literatuuronderzoek gedaan en zijn interviews gehouden, waarmee een theoretisch kader is gevormd en waarmee twee deelvragen worden beantwoord: *Hoe wordt er gestereotypeerd in de journalistiek?* En *Wat is het Nederlandse beeld van Zuid-Korea?* Deze informatie is meegenomen naar de analyse. Met behulp van een sequentieanalyse worden de stereotyperingen in de geselecteerde afleveringen over Zuid-Korea geanalyseerd. Met de informatie uit de literatuurstudie en de analyse volgen interviews met makers. Hier reageren de makers op de bevindingen in dit onderzoek. Met deze interviews wordt een derde deelvraag beantwoord: *Hoe zien makers hun eigen verantwoordelijkheid voor juiste representatie?* Als laatste wordt gereflecteerd op de inhoud en bevindingen in dit onderzoek.

2. Onderzoeksmethode

In de eerste fase van het onderzoek is een literatuurstudie gedaan over stereotypering, beeldvorming en het imago van Zuid-Korea in Nederland. Voor het vinden van literatuur en andere informatiebronnen zijn zoekmachines gebruikt als biep.nu, HBO Kennisbank, NexisUni en Google Scholar.

In de tweede fase worden drie afleveringen over Zuid-Korea geanalyseerd, uit drie verschillende programma's:

- Trippers – Seizoen 3 aflevering 5 – Zuid-Korea
uitzenddatum: 6 november 2019
- Ellie op Patrouille – Seizoen 2 aflevering 5 – Zuid-Korea
uitzenddatum: 12 mei 2019
- Reizen Waes – Seizoen 2 aflevering 6 – Zuid-Korea
uitzenddatum: 21 april 2017

Het programma *Trippers* wordt gemaakt door BNNVARA. Het heette voorheen *Sputten en Slikken Op Reis* en was toen de internationale versie van het televisieprogramma *Sputten en Slikken*, over seks en drugs in Nederland. Tegenwoordig wordt het programma gepresenteerd door Tim Hofman, Emma Wortelboer, Maurice Lede en Eva Cleven. Zij vertellen verhalen over jonge mensen in het buitenland (npostart.nl/trippers, 2019). In seizoen 3 gaan Emma Wortelboer en Eva Cleven naar Zuid-Korea en vertellen over schoonheidsidealen in de K-popindustrie.

Het tweede programma dat wordt behandeld is *Ellie op Patrouille* van AVROTROS. Hier gaat politieagente Ellie Lust mee op patrouille met politie-eenheden in het buitenland. In seizoen 2 reist ze naar Zuid-Korea en gaat daar onder andere mee met de politie op zee, een jeugdagente in Seoul en de speciale eenheden die de grens met Noord-Korea bewaken.

Als laatste is het programma *Reizen Waes* meegenomen in het onderzoek. Het programma wordt geproduceerd door de Vlaamse omroep De Mensen, maar wordt sinds 2014 ook uitgezonden door de VPRO. In dit programma reist presentator Tom Waes naar landen waar de gemiddelde toerist niet snel komt en bekijkt hier de cultuur vanuit de ogen van de 'gewone Vlaming' (Van Uffelen, persoonlijke communicatie).

Deze drie programma's zijn geselecteerd omdat ze door verschillende omroepen worden geproduceerd, ze hebben een andere doelgroep en een andere opbouw.

Naar de karaktereigenschappen van kwalitatief onderzoek van Wester & Peters is het beeldmateriaal twee keer bekeken, waarbij de tekst werd uitgeschreven. Deze transcripties zijn gebruikt als hulpmiddel voor de uiteindelijke analyse. De afleveringen werden opgedeeld in sequenties en daar is een analyse van gemaakt, de sequentieanalyse in Bijlage 1, om een goed overzicht te krijgen van alle elementen van de aflevering. Deze methode van analyse is uitgekozen naar voorbeeld van het onderzoek van Eva den Doop naar de representatie van de Mexicaanse cultuur in de aflevering 'Mexico' van *Sputten en Slikken op Reis*. Het onderzoek van den Doop is vergelijkbaar met dit onderzoek, het analyseert een vergelijkbaar programma (*Sputten en Slikken op Reis*) en focust zich daarbij ook op culturele stereotypen. Deze methode is duidelijk, overzichtelijk en goed toepasbaar op

de afleveringen die in dit onderzoek worden behandeld.

Aansluitend op de sequentieanalyse zijn de afleveringen geanalyseerd op uitingen van stereotype beeldvorming. Hiervoor is een lijst met criteria samengesteld met veelvoorkomende stereotypen over Zuid-Korea in Nederland. Dit aan de hand van literatuur, artikelen en interviews. Aan het woord over deze stereotypen is onder andere Jeroen Visser, voormalig Volkskrant-correspondent in Zuid-Korea. Daarnaast Remco Breuker, historicus en hoogleraar Koreastudies aan de Universiteit Leiden. Als laatste is ook mediawetenschapper Reza Kartosen-Wong geïnterviewd. Deze bevindingen zijn terug te vinden in hoofdstuk 5: *Zuid-Korea in Nederland*. Ook zijn algemene signalen van stereotypering meegenomen in de analyse. Deze zijn uitgewerkt in hoofdstuk 4: *Stereotypering in de journalistiek*. Alle criteria voor de analyse zijn nog eens samengevat in hoofdstuk 6: *Analyse*.

In hoofdstuk 6 over de analyse worden een aantal sequenties uitgelicht om te laten zien hoe de vertelstructuur en stilistische elementen als camera, montage en muziek invloed hebben op de representatie van de cultuur. Aansluitend op de analyse zijn interviews gedaan met programmamakers: Hidde Nieuwland, eindredacteur van *Ellie op Patrouille*, en Tomas van Uffelen, eindredacteur van *Reizen Waes*. Ook eerder genoemde Kartosen-Wong reageert op de resultaten van de analyse. Deze gesprekken zijn verwerkt in hoofdstuk 6: *Analyse* en hoofdstuk 7: *Verantwoordelijkheid van de maker*, over de rol die de maker speelt bij stereotypering in reisprogramma's en hoe er bij de programma's wordt omgegaan met stereotypering.

3. Theoretisch kader

In dit hoofdstuk volgt de theoretische inkadering van het onderzoek. Hier worden de belangrijkste begrippen en theorieën besproken. Deze begrippen en theorieën worden veelvuldig gebruikt in het onderzoek.

Stereotypering en beeldvorming

Het fenomeen **stereotypering** is leidend in dit onderzoek. Een stereotype kunnen we definiëren als de sociale klasse van bepaalde groepen en mensen, vaak zeer versimpeld en gegeneraliseerd, die een set waarden, oordelen en aannames laten zien over hun gedrag, eigenschappen of geschiedenis (Pakkasvirta, 2018). Over het algemeen hebben stereotypes vaak betrekking op etnische groepen, politieke stromingen, geslacht, leeftijdsgroepen en gebeurtenissen (Bordalo, Coffman, Gennaioli, & Shleifer, 2016). De Amerikaanse journalist Walter Lippmann, die dit concept introduceerde in 1922, wijt het fenomeen aan het steeds herhalen van een bepaald beeld. Volgens hem worden culturele stereotypen aan het publiek opgedrongen, waardoor hun beeld van bepaalde dingen wordt beïnvloed (Ndiaye & Ndiaye, 2014). Stereotypen kunnen positief, negatief of neutraal zijn. Ook kunnen ze kloppen of juist niet. Over het algemeen gaat het dus over een gemeenschappelijk kenmerk dat aan een bepaalde categorie mensen wordt gegeven (Westerik, Douma & Konig, 2017).

Stereotypen zijn als het ware een versimpeling van iemands beeld van de wereld en beïnvloeden zo de manier waarop mensen met informatie omgaan. Zo dienen stereotypen als het ware als filters bij het beoordelen van gedrag van degene waar het stereotype over gaat. Door het stereotype beeld bestaat er al een bepaalde verwachting van het gedrag, dit filter kan ertoe leiden dat deze verwachting juist wordt bevestigd. Dit wordt 'self-fulfilling prophecy' genoemd. Op die manier kunnen de stereotypen leiden tot verkeerde voorspellingen van het gedrag van anderen (Shadid, 2005). Zo kan stereotypering zorgen voor wrijving tussen bepaalde sociale groepen. Een positief stereotype kan er andersom toe leiden dat een bepaalde groep automatisch gerespecteerd of leuk gevonden wordt (Pakkasvirta, 2018).

Het beeld van een bepaald land of bepaalde cultuur kan ook praktische gevolgen hebben. Denk aan buitenlandse investeerders, handelspartners, ondernemers, toeristen en uitwisselingsstudenten. (Avraham & Ketter, 2014). Er wordt beleid gemaakt, zowel in de politiek als in het bedrijfsleven, gebaseerd op het beeld dat bestaat van een land of cultuur. Als het om Azië gaat zorgt het bestaande beeld er vaak voor dat we ons niet met hen willen vergelijken, omdat de volksaard te veel zou verschillen van die van Nederland (Breuker, 2021). Dit wordt verder uitgediept in hoofdstuk 5: *Zuid-Korea in Nederland*.

Een ander belangrijk begrip is **beeldvorming**. Stichting WOMEN Inc. omschrijft beeldvorming als 'Het continue proces waarbij men beelden waarneemt en zich daar een mening over vormt'. De informatie uit beelden, tekst en geluiden die het publiek krijgt vanuit media worden onbewust gefilterd en gecategoriseerd. De beeldvorming wordt direct beïnvloed door **representatie**, de wijze waarop de realiteit in beeld wordt gebracht (Stichting WOMEN Inc., 2017). Deze beeldvorming draagt bij aan het persoonlijke **referentiekader**, het geheel van waarden, normen en overtuigingen die men met zich meedraagt. Het is een soort bril, waarmee de eigen waarneming wordt gefilterd. Het referentiekader wordt voor een groot deel al bepaald door afkomst, geslacht, leeftijd, bevolkingsgroep, opleiding, religie, gezin, status, woonomgeving en politieke overtuiging (Het Tijdschrift voor Praktijkondersteuning, 2009). Beeldvorming is dus niet alleen het verwerken van de

beelden en informatie die men krijgt, maar vormt ook een soort vicieuze cirkel in de opvattingen die worden gevormd. Deze opvattingen bepalen weer welke beelden en informatie uit worden gekozen (Stichting WOMEN Inc., 2017).

Oriëntalisme

Een belangrijk begrip om te bespreken als het gaat over de westerse blik op het oosten is het 'oriëntalisme'. In zijn boek *Orientalism* beschrijft wetenschapper Edward Said het oriëntalisme als 'a way of coming to terms with the Orient that is based on the Orient's special place in European Western experience'. Hij benoemt echter dat de term een veel bredere betekenis omvat. Said beschrijft hoe er in Europa een beeld is gecreëerd van het oosten, 'the Orient', als tegenhanger van het westen. Deze beeldvorming bestaat uit stereotypen die door de eeuwen heen zijn ontstaan en die in de wetenschap, kunst, cultuur en politiek worden gebruikt om een beeld van westerse superioriteit in stand te houden. Dit komt volgens Said onder andere door kolonisatie van Aziatische landen door Europese landen en vanwege politieke belangen.

Volgens Said spelen televisie, film en andere media een grote rol in de stereotype beeldvorming die in Europa bestaat over het oosten. Media hebben de informatie zeggend steeds verder versimpeld, om het in het beeld van de kijker te laten passen. Deze versimpeling en culturele stereotypering hebben het beeld van het 'mysterieuze, exotische oosten' volgens Said steeds meer versterkt.

Stem van de documentaire

'The fact that documentaries are not a reproduction of reality gives them a voice of their own. They are a representation of the world, and this representation stands for a particular view of the world. The voice of documentary, then, is the means by which this particular point of view or perspective becomes known to us.' Dit schrijft filmtheoreticus Bill Nichols in zijn boek *Introduction to Documentary*. Een documentaire of programma-aflevering lijkt vaak objectief, maar er zit altijd een verzameling aan keuzes van de makers achter die bepalen hoe het verhaal overkomt op de kijker. Alle elementen zijn van invloed: de opbouw van het verhaal, de volgorde van de beelden en onderwerpen, wie er aan het woord komt en stilistische elementen als camera, montage en muziek (Nichols, 2001). Deze combinatie van hoe deze elementen zijn ingezet speelt in op het gevoel van de kijker. Muziek kan bijvoorbeeld worden gebruikt om te zorgen voor structuur, sfeer en het opwekken van emotie. Daarnaast heeft muziek ook de functie om iets voor de kijker herkenbaar te maken, om de beelden en informatie te verbinden met iets dat de kijker al kent (Lynn, 2009).

4. Stereotypering in de journalistiek

Met het oog op de journalistieke nieuwsredactie is te verklaren hoe stereotypen door media in stand kunnen worden gehouden. Stereotypering is iets dat erin sluipt, in tegenstelling tot de gedachte dat makers opzettelijk willen stereotyperen. Dit komt voor een groot deel doordat een maker nooit helemaal objectief kan zijn, omdat iedere maker een ander referentiekader heeft. Er zitten een hoop schakels in nieuwsproductie waar keuzes gemaakt worden, waarop dat referentiekader weer invloed heeft: het kiezen van een onderwerp of verhaal, het selecteren van interviewkandidaten, selectie van quotes en beelden, vormgeving, wat je benadrukt en wat je achterwege laat (Papaikonomou & Dijkman, 2018). In het boek *Heb je een boze moslim voor mij?* (2018) vertelt Zoë Papaikonomou over wat ze als docent aan de opleiding Journalistiek in Zwolle aan haar studenten meegeeft. Er wordt bijvoorbeeld veel aandacht besteed aan de vertelvorm. Het moet een aantrekkelijk verhaal zijn met een korte, knallende kop of intro die aandacht trekt (Papaikonomou & Dijkman, 2018). Tel daar tijdsdruk, het imago en concurrentie van andere media bij op en het is bijna onvermijdelijk om onbewust te stereotyperen (Müller & Frissen, 2014).

Deze theorie kan worden toegepast bij de programma's in dit onderzoek. Het moet een aantrekkelijk programma zijn dat de aandacht trekt, je moet willen blijven kijken en ook de volgende aflevering weer willen zien. BNNVARA heeft bijvoorbeeld een specifieke doelgroep die het wil bereiken, een jonge doelgroep tussen 13 en 34 jaar (BNNVARA, 2014). Een aflevering moet spannend en interessant blijven voor deze doelgroep en er is concurrentie van andere (reis)programma's.

Manieren van stereotypering

In media wordt op verschillende manieren gestereotypeerd. Een veelvoorkomende manier waarop dit in westerse media gebeurt is de 'wij-zij-verdeling van de samenleving' (Shadid, 2005). Shadid omschrijft dit als 'het benadrukken van een etnische wij-zij-deling in de samenleving, waarbij de 'wij'-groep wordt gepresenteerd als positief en normaal en de 'zij'-groep als negatief en vreemd.' Ook mediawetenschapper Reza Kartosen-Wong benoemen deze negatieve representatie van 'de ander' in westerse media. Deze ander wordt dan over het algemeen gepresenteerd als de 'geografische, politieke en culturele entiteit die we zelf niet (willen) zijn en die we bijgevolg negatieve karaktereigenschappen kunnen toedichten' (Huisman, Joye & Maesele, 2012). Volgens Kartosen-Wong gebeurt dit door bijvoorbeeld kleine, korte zinnetjes die benoemen dat 'wij het in Nederland anders doen'. De programma's laten op subtiele wijze, via de presentator of via montage of muziek, een Nederlandse identiteit zien die in contrast staat met de cultuur die ze laten zien en daarmee bevestigen ze ook oude, heersende stereotypes (Kartosen-Wong). Volgens Gray (2009) laat stereotypering en wij-zijdenken vooral een onvermogen zien om mensen uit andere landen en culturen te zien als echte mensen.

Levick waarschuwt in zijn analyse van nieuwsberichtgeving over Japan in Amerikaanse kranten (2005) voor woorden als 'uniek' of 'vreemd'. Dit soort woorden presenteert het land als exotisch en ongebruikelijk, anders dan we gewend zijn. Ook Breuker en Visser noemen een focus op 'rare dingen' als het om Aziatische landen gaat (*hoofdstuk 5*). Naast vervreemdende woorden benoemt Levick ook uitspraken die het land presenteren als onveranderd, alsof iedereen hetzelfde is. Denk hierbij aan uitspraken als 'Alle Koreanen...' of 'Typisch Koreaans.' Dit soort uitspraken sluiten aan bij het stereotype beeld dat Breuker en Visser noemen waarbij Azië en landen in Azië vaak worden gezien als monocultureel, met dezelfde 'volksaard'. Als laatste kan in media-uitingen verwezen worden naar

een historisch aspect van de cultuur, zoals samoerai in Japan (Levick, 2005). Met typerende traditionele muziek, gebouwen, historische figuren of verwijzingen naar gebeurtenissen wordt verwezen naar een historie die voor de kijker bekend aanvoelt, maar wellicht niet meer representatief is voor het heden (Gray, 2009).

5. Zuid-Korea in Nederland

‘In Nederland weten mensen wel iets over China en Japan, maar weinig over Zuid-Korea. Denken vaak: het is vast vergelijkbaar. Niet dus. Zuid-Korea is een origineel, temperamentvol land. Met een eigen geschiedenis, een eigen karakter. Een van de (ambitieuze) redenen dat ik in Seoul ging werken, was om Zuid-Korea meer op het Nederlandse netvlies te krijgen.’ (Yoo, 2008).

Met deze tekst introduceert Zuid-Koreacorrespondent Sang-Ah Yoo haar boek *Standplaats Seoul*. Dat Nederlanders het land slecht kennen vindt ook hoogleraar Koreastudies Remco Breuker. Het land wordt volgens Breuker vaak verwisseld of geassocieerd met Noord-Korea, waar wel een duidelijk beeld van bestaat. Daarnaast wordt Zuid-Korea vaak in verband gebracht met K-pop en de bijbehorende popcultuur, die het afgelopen decennium een flinke opmars heeft gemaakt. Omdat we het land slecht kennen is de manier waarop Nederlanders naar Zuid-Korea kijken erg verbonden met de manier waarop we naar Azië in zijn geheel kijken.

Volgzame volksaard

Een vooroordeel dat volgens Breuker in Nederland bestaat over Zuid-Koreanen en veel andere culturen in Azië is dat ze volgzzaam en gehoorzaam zouden zijn. Ze zouden in het belang van de groep denken, waar Nederlanders meer individualistisch in het leven zouden staan. De uitspraak van Marion Koopmans in de inleiding van dit onderzoek, over de discipline van Zuid-Koreanen, is daar een goed voorbeeld van. Een ander voorbeeld is Paul de Leeuw die deze opmerking maakte bij talkshow Op1: ‘Het gaat hier ook over de mentaliteit van Aziatische mensen, die doen gelijk wat de baas zegt.’ (Algemeen Dagblad, 2021). Dit is een stereotype dat ook volgens Kartosen-Wong veel naar voren komt in Nederlandse media.

Jeroen Visser woonde van 2016 tot 2019 in Seoul als correspondent Zuid-Korea en Japan voor de Volkskrant. Ook hij herkent dit vooroordeel. ‘Ze zouden groepsdieren zijn en braaf doen wat de overheid zegt. Dat soort clichés komen vaak voorbij, over de zogenaamde volksaard van de Aзия. Verschillen tussen Europa en Azië worden vaak uitvergroot door Azië als één te zien. Het is echt niet zo dat iedereen in Azië gelijk vrijwillig doet wat de overheid ze opdraagt.’

Monocultuur en surveillance

Aziatische landen en Azië in zijn geheel worden volgens Breuker vaak gezien als mono-cultureel, waarmee wordt bedoeld dat het hele gebied eenzelfde cultuur heeft. Europa heeft in de loop van de eeuwen wel zekere samenhangende culturele, economische en politieke kenmerken ontwikkeld, maar voor Azië geldt dit veel minder. Er zijn namelijk veel meer verschillende staatsvormen, religies en economische systemen te vinden (Rietbergen, 2011). Toch heerst volgens Breuker vaak nog het idee dat Aziatische landen dezelfde cultuur delen. Kartosen-Wong legt de oorzaak hiervan onder andere bij de Nederlandse media, waar volgens hem alle Aziaten op een hoop worden gegooid. Daar komt bij dat Aziatische landen vaak worden geassocieerd met een autoritair regime. Deze gedachte berust deels op waarheid, want Azië heeft in 2021 vijf volledige democratieën en zeven autoritaire regimes. (The Economist Intelligence Unit, 2021).

Dit beeld van Azië wordt echter geprojecteerd op Zuid-Korea, terwijl het land sinds 1987 een democratie is en sinds 2021 een volledige democratie (The Economist Intelligence Unit, 2021). Bij een autoritair systeem hoort surveillance. Daardoor is volgens Breuker het beeld ontstaan dat in Aziatische landen alles nauw in de gaten wordt gehouden. Dit is weer verbonden met het beeld dat Zuid-Koreanen volgzzaam en gehoorzaam zijn. Breuker: “Wij hebben geen democratie in Zuid-Korea gebracht, dat hebben ze zelf gedaan”. In het westen en met name in Europa heerst volgens Breuker

nog altijd het idee dat 'Azië volgt, wij waren eerst'. Ook Saïd beschrijft in zijn boek over Oriëntalisme (2009) dat het westen zichzelf ziet als de acteur, en het oosten als een passieve reactor, wat daar gebeurt is een antwoord op wat in het westen gebeurt. Het westen is 'the spectator, the judge and jury, of every facet of Oriental behavior'. Het westen weet wat het beste voor hen is, beter dan zichzelf (Saïd, 2009).

Gekke Koreanen

Volgens Visser worden Koreanen vaak gezien als 'die gekke Koreanen', ze worden vaak in beeld gebracht alsof ze gekke en rare dingen doen. 'Dat klopt van geen kant natuurlijk. Het woord gek is sowieso raar, want niemand is gek, ze doen het gewoon anders dan in Nederland.' Ook Breuker benoemt dat er in media vaak een focus is op 'rare dingen' als het om Zuid-Korea of andere Aziatische landen gaat. Hij noemt als voorbeeld het eten van hond of het feit dat tatoeages verboden zijn. Beiden zijn waar, maar komen heel anders over zonder context. Kartosen-Wong dicht de focus op rare dingen bij Aziaten toe aan het beeld dat Aziaten moreel inferieur zouden zijn. Hij benoemt het stereotype van Chinezen en andere Aziaten die van alles zouden eten. Dit resulteert volgens Kartosen-Wong in het feit dat presentatoren zich in sommige programma's neerbuigend en laatdunkend kunnen opstellen tegenover mensen die ze tegenkomen.

Het belang van goede representatie

De onjuiste beeldvorming komt volgens Breuker voor een groot deel doordat er te weinig Nederlandse correspondenten in Zuid-Korea zijn. Er is wel degelijk belang bij een juiste representatie van Zuid-Korea. Ten eerste zou een juiste representatie zorgen voor een gezond publiek debat. Daarnaast is Zuid-Korea één van de belangrijkste handelspartners van Nederland. Veel grote Zuid-Koreaanse bedrijven hebben hun Europese hoofdkwartier in Nederland, omdat het logistiek een handige ligging heeft (Breuker, persoonlijke communicatie).

Bovendien wordt er in Nederland beleid bepaald op basis van de beeldvorming die over Zuid-Korea bestaat. Het beleid op het gebied van de coronacrisis is daar een goed voorbeeld van. Zuid-Korea had vanaf het begin van de crisis een effectief beleid, is snel begonnen met testen en heeft de besmettingen relatief laag weten te houden. Ook is er geen harde lockdown geweest en heeft de Zuid-Koreaanse economie aanzienlijk minder geleden dan Europese economieën. (Kraak, 2020). Toch heeft Nederland volgens Breuker lang niet het Zuid-Koreaanse voorbeeld willen volgen, omdat het land een andere volksaard zou hebben. In media werd gesproken over de collectivistische aard van de Zuid-Koreanen en dat ze beter zouden opvolgen wat de overheid zegt (Keulemans, 2020 & Algemeen Dagblad, 2020 & Dröge, 2020). Zowel Breuker als Visser verklaren dat dit beeld niet klopt. Visser: 'Er zijn superveel Zuid-Koreanen die enorm individualistisch zijn. En er zijn veel mensen die geloven dat corona een complot is. Het zit niet in de aard van de Koreaan om het hoofd te buigen en gehoorzaam te doen wat de overheid zegt. Dat ze het virus tot dusver succesvol bestreden, is vooral te danken aan eerdere ervaringen met uitbraken, zoals sars en mers. De bevolking en de overheid waren er klaar voor.' (Kraak, 2020).

6. Analyse

In dit hoofdstuk wordt geïllustreerd hoe de analyse van de afleveringen over Zuid-Korea heeft plaatsgevonden. Tijdens de analyse wordt gelet op uitingen in tekst, beeld en geluid van de volgende stereotyperingen:

- volgzzaamheid / gehoorzaamheid / collectivische volksaard
- mono-cultureel / in verband gebracht met 'Aziaten' of 'Heel Azië'
- autoritair regime / surveillance
- uiting van westerse superioriteit/passiviteit vanuit Azië
- neerbuigende houding, verwijzen naar 'gekke Koreaan',

- Wij-zij framing

Denk hierbij aan uitspraken van de presentator waarbij een vergelijking wordt gemaakt met de Nederlandse of westerse cultuur of een extreme uiting van verbazing.

- Vervreemdende woorden

Denk hierbij aan woorden als 'raar' of 'vreemd'

- Generaliserende uitspraken

Denk hierbij aan uitspraken als 'Alle Koreanen...' of 'Typisch Koreaans.'

- Typerende geschiedenis/historische verwijzingen

Denk aan typerende traditionele muziek, gebouwen, historische figuren of verwijzingen naar gebeurtenissen.

Trippers seizoen 3 afl. 5: Zuid-Korea

Verhaalopbouw en vertelstructuur

De aflevering van Trippers in Zuid-Korea is opgebouwd uit verschillende elementen. Allereerst zie je de twee presentatoren aan het woord, in deze aflevering zijn dat Eva Cleven en Emma Wortelboer. Zij geven achtergrondinformatie via een voice-over of stand-up en ze praten met de mensen die aan het woord komen in de aflevering. Op deze manier wordt het verhaal verteld door de presentatoren en de geïnterviewden.

De aflevering volgt een aantal personen die afwisselend terugkomen: Yeonji, Meji en Ri-Eun. Zij vormen de rode draad van de aflevering. Daarnaast zijn er een aantal sprekers die één keer aan het woord komen, zoals onder andere K-popster Dong Han Kim, tattoo-artist Teo en chirurg Jung Hoon Choi. Deze mensen geven achtergrondinformatie vanuit hun expertise of zijn bijvoorbeeld familieleden van de hoofdpersonages. Elk segment gaat Eva of Emma langs bij een van de hoofdpersonages of andere sprekers.

Eva en Emma komen tussendoor regelmatig zelf aan het woord. Vrijwel ieder nieuw segment van de aflevering (op sequentie 11 na) wordt geïntroduceerd door een voice-over of stand-up. Verder is de aflevering zo opgebouwd dat ook in het midden van een segment (sequenties 5, 7, 8, 10, 12 en 13) of aan het einde (sequenties 3 en 5) een van de presentatoren aan het woord komt. Ze deelt dan haar eigen visie of probeert te duiden wat er gebeurt, wat alleen aan de kijker gericht is.

Deze vertelstructuur kan zorgen voor een tweedeling tussen de presentatoren en de Zuid-Koreanen, doordat de presentatoren hun persoonlijke mening of interpretatie delen waarbij het perspectief van de presentatoren voor de kijker normaal en herkenbaar is en dat van de Zuid-Koreanen vreemd en moeilijk voor te stellen. Dit illustreert het wij-zij-frame dat in hoofdstuk 4 werd benoemd.

Bizar en insane

Gedurende de aflevering gebruikt Emma een aantal woorden en uitdrukkingen die benadrukken dat wat ze ziet en meemaakt anders is dan haar eigen beleavingswereld. Bijvoorbeeld het gebruik van de woorden 'bizar' (sequentie 7, 13.38) en 'insane' (sequentie 12, 34.23) of de uitspraak 'ik vind dat heel moeilijk voor te stellen, maar dat is wel een beetje de wereld waarin ze hier allemaal leven' (sequentie 12, 36.44).

Een andere manier waarop in de aflevering een contrast kan worden gecreëerd tussen Nederland en Zuid-Korea is doordat ze niet altijd helemaal serieus worden genomen. Een voorbeeld hiervan is het interview van Emma met K-popster Dong Han Kim. Na de eerste ontmoeting met Dong Han Kim richt Emma zich tot de camera en zegt tegen de kijker: 'Nou, wel lekker make-uppie op.' (04.36). Als laatste vraagt Emma na het interview om een knuffel, waarna ze tegen de kijker zegt: 'Meest awkward hug ever.' Samen met de intonatie waarmee Emma deze uitspraken doet, kan worden beargumenteerd dat ze de K-popster niet helemaal serieus neemt tegenover de kijker.

Kartosen-Wong beaamt dat Wortelboer hier een wij-zij-scheiding benadrukt, dat het beeld wordt geschetst dat 'de Koreanen wel heel raar zijn'. Ook benoemt hij dat Wortelboer de K-popster niet alleen belachelijk maakt, maar ook geen open kaart speelt naar degene die ze interviewt, zodat hij zich er niet van bewust is dat hij belachelijk wordt gemaakt. Het dragen van make-up door een man is in Nederland en in het westen heel raar, maar in Azië over het algemeen juist normaal.

In de volgende paragrafen wordt geïllustreerd hoe de uitspraken in dit segment worden versterkt door presentatie en cameravoering.

Monocultuur

Ook een aantal generaliserende uitspraken en het stereotype beeld dat Azië een monocultuur is komen terug in de aflevering. Emma noemt de K-popindustrie 'een soort landcultuur' (sequentie 5, 06.44) en Eva benoemt dat Zuid-Korea 'lijkt op een land met een monocultuur.' (sequentie 6, 07.23). Ook zegt Eva dat 'Zuid-Koreaanse vrouwen er graag uit willen zien als een K-popster' (sequentie 8, 16.16). Deze drie uitspraken kunnen impliceren dat het voor iedereen in Zuid-Korea geldt en dat ze geen individuen zijn, wat aansluit bij het door Breuker genoemde stereotype beeld dat Aziatische landen vaak worden gezien als mono-cultureel.

Stilistische elementen

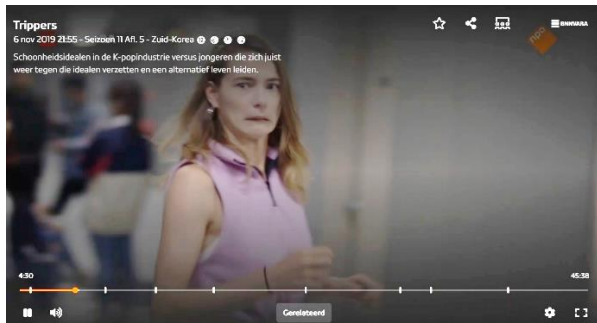
Camera

Op sommige momenten is duidelijk de verbazing of bespottende op Emma's gezicht te zien. Op afbeelding 1 (34.13) kijkt Emma geschokt naar de camera als plastisch chirurg Jung Hoon Choi een voor- en na-foto laat zien van een meisje dat hij heeft geopereerd. De kijker identificeert zich doorgaans met Emma en hierdoor kan worden beargumenteerd dat de kijker Emma's reactie overneemt en het zelf ook sneller schokkend kan vinden. Vervolgens zegt Emma: 'Dat is wel echt insane.'

Ook hier wordt volgens Kartosen-Wong weer een wij-zij-scheiding benadrukt. Hij beargumenteert dat het logisch is dat je ergens verbaasd op reageert als je het nog nooit hebt gezien, maar dat er normaliter goede research is gedaan en dat de verbazing in die fase opduikt. Een reactie als deze duidt volgens Kartosen-Wong dus op een hang naar sensatie, het benadrukken hoe raar en anders andere volken zijn. Daarmee wordt dus duidelijk dat er hier uit wordt gegaan van Nederland en het westen als norm, Emma Wortelboer belichaamt hier die norm.

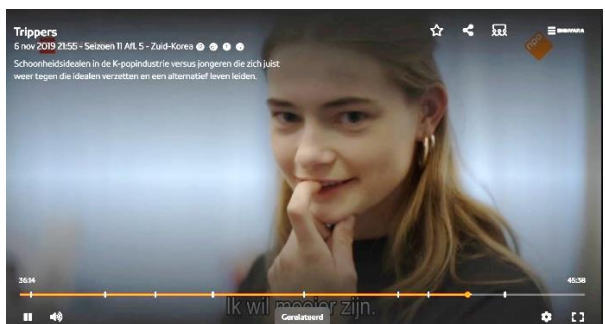


Afbeelding 1

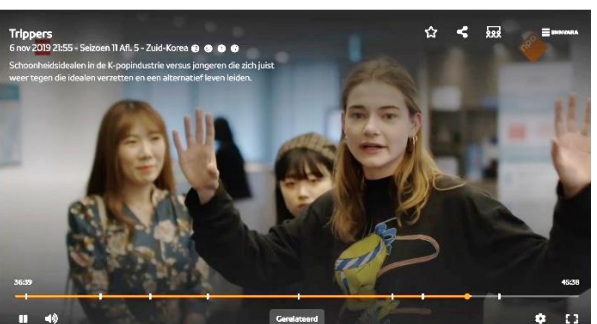


Afbeelding 2

Emma kijkt verward en spottend in de camera (afbeelding 2, 04.30) als ze door een medewerker naar de kamer wordt gewezen waar ze moet zijn voor haar interview met K-popster Dong Han Kim. Hiermee kan het beeld worden gegeven, in combinatie met uitspraken van voor en tijdens het interview dat de situatie raar en verwarrend is voor Emma.



Afbeelding 3



Afbeelding 4

Op afbeelding 3 (36.14) en 4 (36.39) is te zien hoe de presentatoren in de aflevering doorgaans in beeld worden gebracht als ze hun woord tot de kijker richten en hun eigen visie op de ervaringen delen. Dit is dus in een close-up of in het kader samen met degene(n) die geïnterviewd zijn/worden. Hier vertelt de presentator in het Nederlands iets aan de kijker over de situatie, in het bijzijn van degenen waar het over gaat en zonder dat zij dit zelf kunnen verstaan. Dit laatste kan een duidelijk contrast creëren tussen de presentator en kijker, en de Zuid-Koreanen.

Montage

De montagestijl van de aflevering vertoont geen opvallendheden.

Muziek

In de aflevering is vooral K-popmuziek gebruikt, omdat het voor een groot deel over de K-popcultuur gaat. Sommige nieuwe segmenten worden geïntroduceerd met een kort stukje popmuziek (sequenties 8, 9 en 11). Tijdens het interview van Emma met Yeonji (sequentie 7) is zacht een berekenend, emotioneel muziekje te horen. Tegen het eind, bij Meji in de tattoosalon (sequentie 11) en Yeonji in de cosmetische kliniek (sequentie 12) zijn droevige tonen te horen. Het gebruik van droevige, emotionele muziek kan de kijker het gevoel geven dat hij medelijden moet hebben met Meji en Yeonji. Tijdens de intro van de aflevering, als Meji aan Eva vertelt over de plastische chirurgie die ze heeft gehad, klinkt een aanwezige, onheilspellende toon.

Tekst

Wat opvalt is de beschrijving van de aflevering. Hierin staat beschreven: 'Emma onderzoekt wat het betekent dat de in onze ogen wat onechte K-popindustrie het Koreaanse schoonheidsideaal domineert.' Deze zin, die de kijker doorgaans zal lezen voor het bekijken van de aflevering, bevat een duidelijk oordeel. De uitspraak 'de in onze ogen wat onechte K-popindustrie' kan zorgen voor een tweedeling. 'Wij', de makers, vinden de Zuid-Koreaanse K-popindustrie 'onecht'. De kijker identificeert zich met de makers en kan de neiging hebben dit oordeel over te nemen. Daardoor kan het zo zijn dat de kijker al met een oordeel aan de aflevering begint.

Ellie op Patrouille seizoen 2 afl. 5: Zuid-Korea

Verhaalopbouw en vertelstructuur

In deze aflevering gaat Ellie mee met politie-eenheden in Zuid-Korea. Er wordt gebruik gemaakt van een voice-over die achtergrondinformatie geeft of uitlegt wat er gebeurt. Deze wordt niet ingesproken door Ellie zelf. Tussendoor is Ellie aan het woord of ziet de kijker wat ze meemaakt tijdens haar patrouille. Vrijwel ieder nieuw segment van de aflevering wordt geïntroduceerd met de voice-over, sequentie 2 en 10 met een stand-up van Ellie zelf. De aflevering begint en eindigt met Ellie, die aan het begin vertelt wat ze in Zuid-Korea gaat doen en aan het eind een samenvatting geeft van wat ze heeft meegemaakt. De manier waarop deze vertelstructuur in de aflevering wordt gebruikt zorgt voor een vrij objectieve, open blik naar Zuid-Korea.

Ook Ellie zelf komt over het algemeen neutraal en open over. De opbouw van de aflevering is vergelijkbaar met die van *Trippers*, het verschil is dat Ellie geen persoonlijke mening geeft over wat er gebeurt.

Strengere regels voor de jeugd

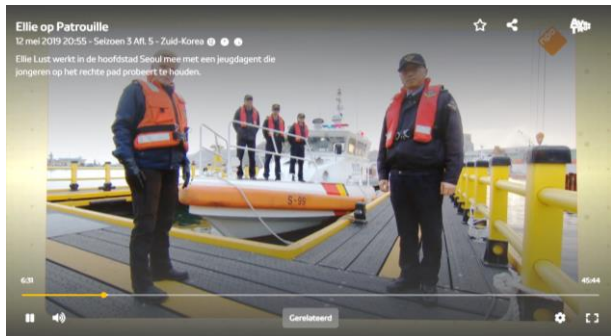
De voice-over doet een aantal uitspraken tijdens de patrouille met jeugdagent Lee Baek-Hyun die benadrukken dat de Zuid-Koreaanse jongeren wel erg streng in de gaten worden gehouden. De voice-over beschrijft in de teaser dat de jeugdpolitie de jongeren 'streng controleert' (sequentie 1, 00.34) en zegt tijdens de patrouille: 'En zo voelen deze tieners dat er elke avond op ze gelet wordt' (sequentie 6, [19.20](#)). Het woord 'streng' komt vaker terug als het om wetgeving voor jongeren gaat, de voice-over stelt in sequentie 5 ook dat Zuid-Korea 'strengere wetten voor jongeren' heeft (11.06). Deze uitspraken vallen samen met het stereotype dat Zuid-Korea een strenge surveillancestaat zou zijn. Nieuwland verklaart dat er zo'n nadruk is gelegd op hoe streng de regels zijn omdat de makers hier veel verbazing bij voelden. 'Wat mij het meeste is bijgebleven van dat item is de bevlogenheid van die man. Dat hij ze bij naam kende, dat zou hier ondenkbaar zijn. Misschien hebben we iets te vaak het woord 'streng' gebruikt, dat kan. We zijn mensen en we nemen van alles mee wat we zelf zien en meemaken. Daarnaast vertelt een verhaal zich lekkerder als je het wat aanzet.'

In de aflevering worden ook een aantal uitspraken gedaan die juist afbreuk doen aan de bestaande stereotype beelden van Zuid-Korea. De voice-over noemt Zuid-Korea bijvoorbeeld een vrij westers georiënteerd land (sequentie 5, 11.03) en in haar laatste stand-up noemt Ellie het 'een modern land waar alles mogelijk is' (sequentie 10, 44.58). Ook laat ze af en toe bewondering blijken. Een voorbeeld hiervan is als Ellie met jeugdagent Lee Baek-Hyun op pad is in Seoul: 'Hij kent ze echt allemaal. Dat vind ik echt heel knap. We hebben in Nederland ook jeugdagenten, maar die krijgen niet altijd de tijd en de gelegenheid om hun werk zo intensief te doen.' (sequentie 6, 18.40). Hiermee laat ze zien dat dit in Zuid-Korea beter geregeld is en doet ze afbreuk aan het stereotype dat Azië inferieur is aan het westen.

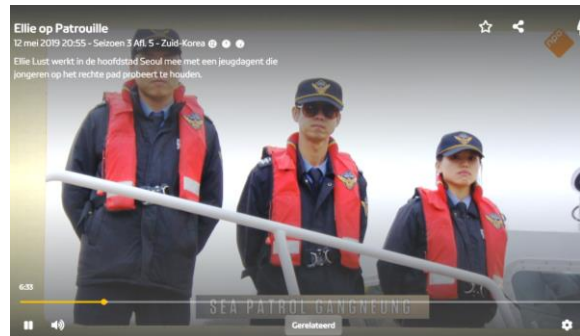
Stilistische elementen

Camera

Ook de cameravoering in de aflevering van Ellie op Patrouille ziet er vrij neutraal uit. Ellie wordt over het algemeen gefilmd als onderdeel van de Zuid-Koreanen, ze werkt samen met hen en draagt ook vaak hetzelfde uniform. Bij elk nieuw segment van de aflevering wordt het team waar Ellie mee gaat werken geïntroduceerd. Dit gebeurt steeds op dezelfde manier. Eerst wordt Ellie samen met het gehele team afgebeeld, waarbij iedereen in de camera kijkt (afbeelding 5). Daarna komen nog twee close-ups van teamleden (afbeelding 6). Als Ellie maar met één ander op pad gaat, krijgen ze beiden een eigen close-up.



Afbeelding 5



Afbeelding 6

Hierdoor wordt Ellie gepresenteerd als één van het team, als eenheid met de Zuid-Koreanen. Tijdens de patrouilles stelt ze hen vragen, luistert ze goed naar de instructies en begeeft ze zich tussen hen in. Zulke elementen, samen met het gegeven dat ze vaak dezelfde uniforms draagt, zijn beeldelementen die zorgen voor een gevoel van gelijkwaardigheid.

Montage

In de montage zijn geen opvallende signalen van stereotypering of verkeerde representatie te zien.

Muziek

Volgens Nieuwland wordt muziek bij dit programma vooral gebruikt om voor spanning te zorgen of ter ondersteuning. Er is dan ook weinig overheersende muziek gebruikt in deze aflevering. Toch valt op dat als Ellie met de jeugdagent op pad gaat in de uitgaansstraat, zacht een oriëntaals klinkend muziekje te horen is (sequentie 6, 13.25-13.42: [link](#)). Nieuwland: 'Dit was een stukje van tien seconden, je hebt daar een opvulling nodig die niet te overheersend is. Ik kan me voorstellen dat de editor en regisseur hebben gekozen voor de meest rechtlijnige gedachtegang, een Koreaans of Aziatisch muziekje. Het is een overgang, een opvulling, niet meer of minder. Ik zou dat nu niet anders doen.'

Op sommige momenten wordt spannende en onheilspellende muziek (sequentie 2, 3, 6, 7 en 9) en emotionele muziek (sequentie 7) gebruikt.

Reizen Waes seizoen 2 afl. 6: Zuid-Korea

Verhaalopbouw en vertelstructuur

In deze aflevering neemt de presentator Tom Waes de kijker mee op reis door Zuid-Korea. De aflevering is opgebouwd uit voice-overs en stand-ups van Tom en scènes waarbij Tom een activiteit onderneemt of iemand interviewt. Tom wordt begeleid door Bright, zijn Koreaanse gids. Het programma bezoekt de Freedom Bridge, een cosmetische kliniek, Tom bezoekt het nachtleven in Seoul, gaat kijken bij de bekende zelfmoordbrug, laat zich levend begraven tijdens een therapiesessie en duikt mee met haenyeo-duiksters.

Noord-Korea

De aflevering begint met Tom aan de grens van Noord-Korea, waar hij twee maanden eerder op reis was voor het programma. De aflevering wordt gepresenteerd als het vervolg op die reis, waarbij Zuid-Korea wordt beschreven als de tegenpool, de 'buur en aartsvijand' van het 'koude, koele, strenge en totalitaire' Noord-Korea (sequentie 1). Tom zegt: 'De volgende zes dagen ga ik dus het zuiden verkennen. Eens kijken hoe zij het er sinds de scheiding in 1953 vanaf hebben gebracht.' (sequentie 1, 01.23). De aflevering en het bezoek aan Zuid-Korea worden hierdoor vanaf het begin in de context geplaatst van hoe het land zich verhoudt tot Noord-Korea. Een groot deel van de aflevering staat in het teken hiervan (sequentie 1, 2, 3, en 10). Bij het einde van de aflevering komt Tom er weer op terug, hij benoemt dat het 'twee landen met één volk' zijn en dat hij hoopt dat ze ooit weer samenkomen (sequentie 10, 42.50). In *Hoofdstuk 5: Zuid-Korea in Nederland* vertelt Breuker dat Nederlanders Zuid-Korea over het algemeen slecht kennen en het daarom vaak in verband brengen met Noord-Korea. Het kader dat in deze aflevering wordt geschetst zou de associatie met Noord-Korea kunnen versterken.

Volgens Van Uffelen was de verhouding met Noord-Korea de voornaamste reden om Zuid-Korea te bezoeken. Hij verklaart dat de aflevering vooral vanuit het perspectief van Tom Waes komt: 'Je reist naar die twee landen in een korte periode na elkaar, het is wel logisch dat je dat in dat perspectief plaatst. Tom reist naar Zuid-Korea omdat hij ook geïnteresseerd is in Noord-Korea, dus het is logisch dat hij daarop terugkomt. Hij moet dan op het eind wel concluderen wat hij in beide landen heeft ervaren.'

Onveranderd

Op een aantal momenten trekt Tom een snelle conclusie uit wat hij ziet of hoort met een aantal generaliserende uitspraken: 'Zuid-Koreanen zijn heel gereserveerd...' (sequentie 3, 06.31), 'Blijkbaar wil iedereen zowat zo'n Gangnam-face...' (sequentie 4, 10.10), 'Zuid-Koreanen werken bijzonder hard.' (sequentie 5, 15.18). Hierdoor kan volgens Levick het beeld worden gecreëerd dat het volk onveranderd is, dat iedereen hetzelfde is. De uitspraak 'Zuid-Koreanen zijn heel gereserveerd' noemt Van Uffelen 'kort door de bocht'. Hij benoemt het verschil tussen de formulering 'de Zuid-Koreaan is zo', die volgens hem stereotyperend is, en 'mijn beeld van de Zuid-Koreanen is zo', die wel geschikt zou zijn omdat het vanuit Tom zelf komt. Volgens van Uffelen had deze zin anders geformuleerd kunnen worden. Hij bekent dat de contrasten door de makers vaak dik in de verf worden gezet.

Wat Levick ook benoemt is het gebruik van vervreemdende woorden. Tom gebruikt de woorden 'ongelofelijk' (sequentie 4, 12.16) als hij de foto's ziet van een meisje voor haar cosmetische ingrepen. Het woord 'gek' wordt genoemd in de zin: 'Zo gek is dat nu ook weer niet. De vragen op het invulformulier zijn dat dan weer wel.' Deze vervreemdende woorden kunnen ervoor zorgen dat deze aspecten van de Zuid-Koreaanse cultuur gepresenteerd worden als ongebruikelijk, anders dan

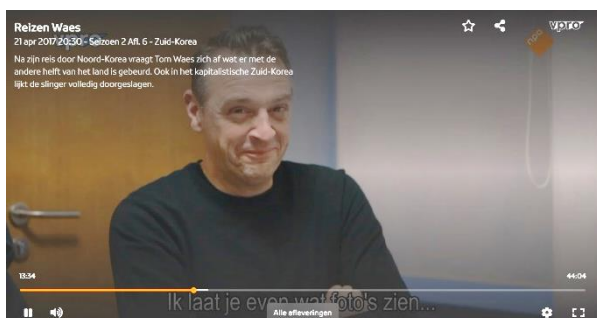
we gewend zijn. Van Uffelen beargumenteert dat het de verantwoordelijkheid is van de kijker om bij dit soort woorden te begrijpen dat het Tom is die dat raar vindt, dat het niet per se de waarheid is over Zuid-Korea.

Tom doet in de aflevering nog een aantal uitspraken die kunnen zorgen voor een tweedeling tussen wij, Tom en de kijkers, en zij, de Zuid-Koreanen. Dit gebeurt vooral in sequentie 7, als Tom op bezoek gaat bij Happy Dying. Tom zegt: '...maar als de verantwoordelijke me de doodskisten toont, moet ik toch even slikken.' Na de zogenaamde begraving: 'Maar het is wel ver gekomen als je jezelf moet laten begraven om rust in je hoofd te krijgen.' Deze uitspraken laten beide zien dat Tom moeite heeft met wat hij ziet of om te begrijpen wat er gebeurt. Het zou kunnen dat de kijker, die zich met Tom identificeert, daardoor ook eerder een afstand voelt met de Zuid-Koreanen.

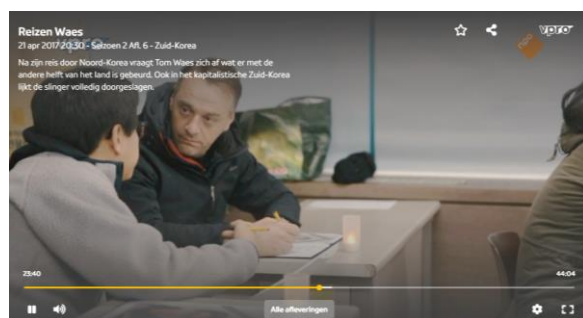
Stilistische elementen

Camera

De cameravoering van de aflevering ziet er vrij neutraal uit. Er zijn wel momenten waar Tom heimelijk naar de camera lacht of waar een duidelijk verbaasde uitdrukking te zien is. Op afbeelding 7 (13.34) is te zien dat Tom tijdens zijn gesprek met de cosmetisch chirurg naar de camera grinnikt als de chirurg hem gaat vertellen wat er aan zijn gezicht kan worden gedaan. Hierbij wordt geen stereotype geuit en houdt hij de chirurg ook niet voor de gek, maar er kan een gevoel worden gecreëerd van een 'onderonsje' tussen Tom en de kijker, wat het contrast en de tweedeling met de Zuid-Koreanen kan versterken.



Afbeelding 7



Afbeelding 8

Op afbeelding 8 (23.40) kijkt Tom duidelijk verbijsterd naar Bright. Ze zijn bij Happy Dying het vragenformulier aan het invullen, als Bright zegt dat Tom zijn doodsoorzaak moet invullen. Als Bright hem dit vertelt, kijkt hij hem ongelovig aan. In combinatie met de uitspraak dat de vragen op het formulier wel heel gek zijn, kan het beeld ontstaan dat de Zuid-Koreanen 'raar' worden gevonden.

Montage

In de montage zijn geen opvallende signalen van stereotypering of verkeerde representatie te zien.

Muziek

Muziek speelt een grote rol in deze aflevering. Wat opvalt is dat er onder andere veel traditioneel oosters klinkende muziek wordt gebruikt. In sequentie 2 (02.03-03.47) klinkt *Red Corner* van Thomas Newman, de soundtrack van een film die zich in China afspeelt. Bij het grootste deel van sequentie 8, 9 en 10 klinkt traditionele oosterse muziek. Dit is een combinatie van muziek van The UK Chinese

Ensemble, de soundtrack van Kung Fu Panda en de track *Chinese Mist* van muziekcatalogus APM Music. De combinatie van deze muziek beslaat in totaal ruim tien minuten van de aflevering, bijna aan één stuk.

Wat opvalt is dat alle muziekstukken een Chinese context hebben. Dit is opmerkelijk, omdat de aflevering zich niet afspeelt in China, maar in Zuid-Korea. In hoofdstuk 3: *Theoretisch kader* werd al beschreven dat muziek naast het zorgen voor sfeer en emotie ook de functie van herkenbaarheid kan vervullen (Lynn, 2009). De traditionele Chinese muziek verbindt de beelden en informatie met iets dat de kijker al kent, namelijk de traditionele oosterse klanken die doen denken aan Azië. Dit gebruik van muziek kan het beeld versterken van 'de monocultuur Azië', dat Remco Breuker in hoofdstuk 5: *Zuid-Korea in Nederland* beschrijft. Daarnaast draagt het gebruik van de traditionele oosterse klanken ook bij aan het mysterieuze, exotische beeld dat bestaat over het oosten, beschreven door Edward Said (2009).

Kartosen-Wong ziet de keuze voor traditionele muziek vaker terugkomen in reisprogramma's. Hij bevestigt dat de keuze voor traditionele muziek te maken heeft met het oriëntalistische idee van Azië, dat het mystiek is en niet modern. Deze muziekkeuze sluit volgens Kartosen-Wong aan bij het creëren van een wij-zijverdeling, het stereotype van een traditioneel en mysterieus Azië en het beeld dat alle Aziatische culturen op elkaar lijken. Door muziek uit een ander Aziatisch land te gebruiken wordt het beeld versterkt dat alle Aziatische landen en culturen hetzelfde zijn.

Volgens van Uffelen is er niet bewust gezocht naar Chinese muziek, wel naar Aziatische soundtracks. De muziek wordt uitgekozen door de regisseur, volgens Van Uffelen was het niet de beste keuze. Toch vindt hij het niet per se onjuist om Chinese muziek te gebruiken, omdat op deze manier wordt geprobeerd sfeer mee te geven aan de kijker, die het toch niet zou herkennen als Chinese muziek. Van Uffelen vindt dat ze erop moeten letten, maar dat het niet bijdraagt aan negatieve stereotypering, omdat de kijker het niet ervaart als niet-Koreaanse muziek.

7. Verantwoordelijkheid van de makers

In het theoretisch kader werd al beschreven dat een documentaire of programma-aflevering altijd een verzameling is van keuzes van de makers, die bepalen hoe het verhaal overkomt op de kijker (Nichols, 2001). De eindredacteur is vaak eindverantwoordelijk voor deze keuzes. Volgens Van Uffelen wordt bij *Reizen Waes* bewust gewerkt vanuit clichés. Het is een reisprogramma gemaakt voor een breed publiek, waarbij vanuit de presentator Tom Waes naar een cultuur wordt gekeken. Hierbij representeert hij de 'gewone Vlaming', die naar een land vertrekt vanuit de stereotypen die hij al kent over dat land en de cultuur. Volgens Van Uffelen wordt wel geprobeerd die stereotypes te onderzoeken en verder te kijken. 'Ik ben me ervan bewust dat je als televisiemaker graag wil dat iets in een hokje past. Het alternatief is om te zeggen: Ik weet niets over dit land, maar dat is niet zo. We zijn daar wel bewust mee bezig, maar het blijft een reisprogramma, we maken het voor een breed publiek, dus soms zal het wel stereotiep ervaren worden.'

Ellie op *Patrouille* wordt door Nieuwland niet beschreven als een reisprogramma, maar als een programma waarvoor wel reizen moeten worden gemaakt. Het doel is niet om leuke plekken op te zoeken, maar het volgen van politiewerk. Ondanks dat het programma zich op politiewerk focust, speelt cultuur toch een grote rol. Politiewerk zegt wat over cultuur.

Volgens Nieuwland wordt er bij Ellie op *Patrouille* niets geregisseerd of in scène gezet. Ellie en de cameraploeg volgen puur het politiewerk dat er op dat moment gebeurt, er wordt slechts geregistreerd. Toch is de westerse blik van de maker volgens Nieuwland onvermijdelijk als het gaat over een programma dat zich in andere landen afspeelt. 'Er is volgens mij geen juiste manier om een cultuur te laten zien. Ik kijk met andere ogen naar een cultuur die niet van mij is. Alles wat wij kunnen doen is kijken of we het verhaal kunnen vertellen, wat wij zien en wat wij meemaken.'

Verantwoordelijkheid

Nieuwland beargumenteert dat een programmamaker een verantwoordelijkheid heeft om een beeld te schetsen dat klopt, omdat mensen een juist beeld van een land horen te hebben. Volgens hem moet een programmamaker hierbij vooral gezond verstand gebruiken en niet overslaan in een enkelzijdig beeld. Volgens Van Uffelen ligt er ook verantwoordelijkheid bij de kijker: 'Je mag de kijker niet onderschatten. Er wordt duidelijk gezegd dat het over Tom Waes gaat. Zo is het format nou eenmaal. Je moet niet zeggen dat alle Zuid-Koreanen een pot nat zijn, wij laten alleen zien hoe Tom het beleeft. Ik vind het de verantwoordelijkheid van de kijker om te snappen dat het Tom is die iets vindt.'

Van Uffelen is ervan overtuigd dat mensen door het kijken naar *Reizen Waes* een genuanceerder wereldbeeld krijgen. Het wordt gemaakt voor een publiek dat niet veel van het land weet, Hij vindt dat er positieve verhalen worden verteld.

In de eerste plaats is het volgens Kartosen-Wong echter een verantwoordelijkheid van de programmamaker en journalist naar zichzelf toe om een eerlijk en evenwichtig beeld te schetsen van een cultuur. Ten tweede vindt Kartosen-Wong dat programmamakers zich moeten realiseren wat de consequenties zijn van hun programma's voor de sociale werkelijkheid. Televisie en andere vormen van mediacultuur zijn volgens hem niet alleen weergave van de werkelijkheid, ze maken de werkelijkheid ook.

8. Conclusie en reflectie

In dit onderzoek is gezocht naar een antwoord op de vraag: *Welke rol spelen opvattingen en culturele stereotypen bij de representatie van Zuid-Korea in de Nederlandse reisprogramma's Trippers, Ellie op Patrouille en Reizen Waes?*

Uit de analyse blijkt dat de drie reisprogramma's een vrij genuanceerd beeld geven van Zuid-Korea. De analyse laat wel in verschillende mate uitingen van stereotypering zien. Wat het vooral naar voren komt is het benadrukken van een wij-zijverdeling tussen de presentator en kijkers, en de Zuid-Koreanen. Hierbij wordt over het algemeen vaak een vergelijking gemaakt met het westen, waarbij de presentator duidelijke verbazing laat zien, onbegrip toont voor wat er gebeurt of aangeeft dat het anders is dan diegene gewend is. Dit gebeurt vaak op momenten dat de presentator het woord tot de kijker richt en de situatie probeert te duiden. Dit resultaat illustreert wat Kartosen-Wong eerder in dit onderzoek benoemde als de Nederlandse norm en identiteit van waaruit Nederlandse reisprogramma's vertrekken, die in contrast staat met de cultuur die ze laten zien. Hiermee worden oude, heersende stereotypes bevestigd (Kartosen-Wong).

De uitingen van stereotypering die zijn gevonden in de programma's zijn onder ander het gebruik van generaliserende uitspraken en vervreemdende woorden bij Trippers en Reizen Waes. Ook wordt bij Trippers een aantal keer een uiting gegeven van het ridiculiseren van Zuid-Koreanen. Ellie op Patrouille laat vooral uitingen van het stereotype 'strengte surveillancestaat' doorschemeren. Wat als laatste opviel is het gebruik van uitsluitend traditionele Chinese muziek in Reizen Waes.

Als het gaat over waar deze stereotyperingen en het wij-zijframe vandaan komen, dan lijkt het sleutelwoord 'herkenbaarheid' te zijn. Uit de interviews met eindredacteuren Nieuwland en Van Uffelen blijkt dat herkenbaarheid voor de kijker een belangrijke drijfveer is voor hen. Dit is ook terug te zien als het gaat om bijvoorbeeld de Chinese muziek in Reizen Waes. Het is dan misschien wel feitelijk onjuist, maar in ieder geval wel herkenbaar voor de kijker. Nieuwland en Van Uffelen benoemen ook dat het onvermijdelijk is dat de westerse blik en persoonlijke ervaringen van de makers doorschemeren in een programma. Beiden erkennen wel dat het een valkuil is dat veel programmamakers de neiging hebben dingen in een hokje te stoppen om het zo herkenbaar te maken.

Interpretatie van de onderzoeker

In dit onderzoek wordt een kwalitatieve analyse uitgevoerd van televisieprogramma's. Kwalitatieve analyse en het analyseren van een cultuur is voor een groot deel gebaseerd op interpretatie van de onderzoeker. Er bestaat geen vastgestelde, ware betekenis. De lezer moet hier rekening mee houden bij het lezen van dit onderzoek. Er kan worden beargumenteerd dat deze analyse zorgt voor subjectieve en willekeurige oordelen, maar als het gaat om een analyse van media zijn interpretaties onvermijdelijk en noodzakelijk. Deze interpretaties moeten dan wel worden onderbouwd met theorie en andere bronnen (Huisman, 2011). De analyse en resultaten in dit onderzoek worden ondersteund door uitgebreid literatuuronderzoek en interviews.

Het onderzoek is representatief voor de behandelde programma's, maar kan niet één op één worden toegepast op alle Nederlandse reisprogramma's. Een analyse van andere Nederlandse reisprogramma's zou tot andere resultaten kunnen leiden.

Uit de resultaten van de analyse bleek dat in de verschillende programma's in verschillende mate uitingen van stereotypering werden teruggevonden. Dit komt overeen met de verwachtingen die zijn

geschetst in de inleiding, het theoretisch kader en de literatuurstudie van dit onderzoek. Echter niet alle uitingen van stereotypering die in hoofdstuk 5: *Zuid-Korea in Nederland* worden benoemd, komen in de afleveringen voor. Het beeld dat Aziaten volgzzaam zouden zijn, dat wel in andere media is teruggevonden, is in deze programma's niet voorbijgekomen.

Met dit onderzoek is aangetoond dat culturele stereotypingen in de drie reisprogramma's wel degelijk voorkomen, zij het in verschillende mate en soorten stereotypering. Literatuuronderzoek en interviews met makers bewijzen dat het onwaarschijnlijk is dat reisprogramma's volledig neutraal of zonder stereotypingen zouden kunnen zijn. Makers kunnen in het vervolg of na het lezen van dit onderzoek vooral bepaalde vormen van stereotypering proberen te vermijden zoals het vergelijken met het westen, het gebruik van vervreemdende woorden, generaliserende uitspraken en traditionele muziek. Ook duidelijke uitingen van verbazing of bespotting kunnen worden weggelaten of genuanceerder worden gebracht.

Dit onderzoek is een aanvulling op bestaande literatuur over culturele stereotypering. Omdat in dit onderzoek slechts drie programma's zijn behandeld over één land, kan het niet genoeg zeggen over culturele stereotypering in reisprogramma's in het algemeen of over de algehele representatie van Zuid-Korea op de Nederlandse televisie. Het advies voor vervolgonderzoek is dan ook om een grotere hoeveelheid en diversiteit aan media-uitingen op de Nederlandse televisie over Zuid-Korea te behandelen, zoals het journaal, talkshows en andere soorten programma's.

Bronnenlijst

BOEKEN

- Avraham, E., & Ketter, E. (2014). *Tourism Marketing for Developing Countries: Battling Stereotypes and Crises in Asia, Africa and the Middle East* (1st ed. 2016 editie). Palgrave Macmillan.

Geraadpleegd van

https://books.google.nl/books?hl=nl&lr=&id=7l2hCwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=stereotypes+africa&ots=hcgYUlv6Wg&sig=DPadfmIsMo7ui_UqA5N3Ymp9wBA&redir_esc=y#v=snippet&q=the%20image%20of%20a%20country&f=false

- Nichols, B. (2010). *Introduction to Documentary, Second Edition*. Geraadpleegd van

<http://skola.restarted.hr/wp-content/uploads/2014/06/Bill-Nichols-Introduction-to-documentary.pdf>

- Papaikonomou, Z., & Dijkman, A. (2018). *Heb je een boze moslim voor mij?* Amsterdam, Nederland: Amsterdam University Press.

Geraadpleegd via: Bibliotheek Midden-Brabant - LocHal

- Said, E. (2003). *Orientalism. Western conceptions of the Orient* (reprint). Londen: Penguin Books.

[http://home.zcu.cz/~dkrizek/1EMEA/SOURCES/Edward%20W.%20Said-Orientalism%20Western%20Conceptions%20of%20the%20Orient%20\(Penguin%20Modern%20Classics\)-Penguin%20Classics%20\(2003\).pdf](http://home.zcu.cz/~dkrizek/1EMEA/SOURCES/Edward%20W.%20Said-Orientalism%20Western%20Conceptions%20of%20the%20Orient%20(Penguin%20Modern%20Classics)-Penguin%20Classics%20(2003).pdf)

- Yoo, S. A., & Galesloot, H. (2008). *Standplaats Seoul*. New York, Verenigde Staten. Macmillan Publishers.

Geraadpleegd via: Boek uit Mediatheek

WETENSCHAPPELIJKE ARTIKELEN & RAPPORTEN

- Bordalo, P., Coffman, K., Gennaioli, N., & Shleifer, A. (2016). Stereotypes*. *The Quarterly Journal of Economics*, 131(4), 1753–1794. <https://doi.org/10.1093/qje/qjw029>

- Dijk, T. van (2000). Media, racism and monitoring. *Media development*, 47, nr. 2, 7-10

Geraadpleegd van

<http://www.discourses.org/OldArticles/Media,%20Racism%20and%20Monitoring.pdf>

- Dunlop, J. (2007). *Effects of media literacy instruction: recognizing and analyzing racial stereotypes in media*. Oklahoma State University. Geraadpleegd van

https://shareok.org/bitstream/handle/11244/7377/School%20of%20Teaching%20and%20Curriculum%20Leadership_089.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Gray, J. (2009). We're not in Portland anymore: Lost and its international others. In R. Pearson (Ed.), *Reading Lost: Perspectives on a hit television show* (pp. 221-239). Londen & New York: I.B. Tauris Publishers.

<http://greatwritersfranzkafka2.blogspot.com/2012/08/lost-1994-2010-we-re-not-in-portland.html>

- Huisman, M., Joye, S., & Maesele, P. (2020). Wie is de Ander? De representatie van Japan in het Nederlandse televisieprogramma Wie is de Mol? (2010). *Tijdschrift voor Communicatiewetenschap*. Geraadpleegd van https://www.tijdschriftvoorcommunicatiewetenschap.nl/inhoud/tijdschrift_artikel/CW-40-3-212/Wie-is-de-Ander-De-representatie-van-Japan-in-het-Nederlandse-televisieprogramma-Wie-is-de-Mol-2010
- Levick, J. (2005). Japan in the U.S. press: Bias and stereotypes. Stanford Programme on International and Cross-cultural Education, <http://spice.stanford.edu/docs/121>
- Müller, F., & Frissen, R. (2014). De diversiteitsparadox: Over de veranderende relatie tussen journalistiek en etnisch-culturele diversiteit. *Tijdschrift voor Communicatiewetenschap*. Geraadpleegd van https://www.tijdschriftvoorcommunicatiewetenschap.nl/inhoud/tijdschrift_artikel/CW-42-3-265/De-diversiteitsparadox-Over-de-veranderende-relatie-tussen-journalistiek-en-etnisch-culturele-diversiteit
- Ndiaye, I. A., & Ndiaye, B. (2014). Sociocultural Stereotypes in Media and Intercultural Communication (Africa in the Polish Media). *Elsevier*. <https://www.sciencedirect-com.lib.fontys.nl/science/article/pii/S1877042814055645?via%3Dihub>
- Pakkasvirta, J., (2018). Latin American Stereotypes in Finnish Social Media. *Iberoamericana – Nordic Journal of Latin American and Caribbean Studies*, 47(1), pp.94–107. DOI: <http://doi.org/10.16993/iberoamericana.428>
- Rietbergen, P. (2011). *Levensmomenten van 'de Aziatische Ander': een Europees-historisch perspectief*. Radboud University. Geraadpleegd van: <https://hdl.handle.net/2066/105181>
- Shadid, W. (2005). Berichtgeving over moslims en de islam in de westerse media: Beeldvorming, oorzaken en alternatieve strategieën. *Tijdschrift voor Communicatiewetenschap*, 39, nr. 4, 330-346. <https://www.interculturelecommunicatie.com/download/westerse%20media%20en%20islam.pdf>
- Stichting WOMEN Inc. (2017) Beperkt zicht. De rol van mediamaker in beeldvorming. Amsterdam: Stichting WOMEN Inc. https://www.womeninc.nl/Uploaded_files/campagne/beperktzicht/beperkt-zicht-de-rol-van-medi makers-in-beeldvorming-799def-d7ef28.1de268.pdf
- The Economist Intelligence Unit. (2021). *Democracy Index 2020: in sickness and in health?* The Economist. Geraadpleegd van <https://www.eiu.com/n/campaigns/democracy-index-2020/>
- Wester, F. & Peters, V. (2004). Kwalitatieve analyse. Uitgangspunten en procedures. Bussum: Uitgeverij Coutinho. https://www.researchgate.net/publication/254889119_Kwalitatieve_analyse_uitgangspunten_en_procedures
- Westerik, H., Douma, L. & Konig, R. (2007). Tv-kijken, stereotypering, attitudevorming en

discriminatie van Duitsers. Tijdschrift voor Communicatiewetenschap, 35, nr. 1, 37-58.
<https://repository.ubn.ru.nl/bitstream/handle/2066/55969/55969.pdf?sequence=1>

SCRIPTIES

- den Doop, E. (2016). *Drugs, geweld en corruptie in het abnormale Mexico: Een retorische analyse naar de representatie van de Mexicaanse cultuur in de aflevering 'Mexico' van Spuiten en Slikken op Reis* (Scriptie). Utrecht University.
Geraadpleegd van <https://dspace.library.uu.nl/handle/1874/348014>
- Lynn, K. (2009). *Connections: Making sense of the world around us (the use of music in documentary films)*. Montana State University.
Geraadpleegd van:
<https://scholarworks.montana.edu/xmlui/bitstream/handle/1/1343/GloverK0809.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Huisman, M. (2011). *Orientalism and the Spectacle of the Other: Japan and Japanese in Wie is de Mo?*. Masterscriptie. Erasmus University Amsterdam.
Geraadpleegd van Google Scholar

KRANTENARTIKELEN

- Dröge, P. (2020, 11 april) *De meeste mensen deugen (maar dat doet er niet toe)*. Trouw.
Geraadpleegd via www.trouw.nl
- Goudsmit, R. (2021, 10 april). Niet eerder waren er zoveel meldingen van discriminatie tegen Aziatische Nederlanders: 'We worden soms echt als ratten behandeld'. Trouw.
Geraadpleegd via: [Niet eerder waren er zoveel meldingen van discriminatie tegen Aziatische Nederlanders: 'We worden soms echt als ratten behandeld' | Trouw](#)
- Heilbron, B. (2016, 12 november). Massaal protest tegen president Zuid-Korea. NRC.
Geraadpleegd van www.nrc.nl
- Lie, J. (2016, 8 juli). *Aziaat in de media veel te stereotiep*. Het Parool. Geraadpleegd van www.parool.nl
- Keulemans, M. (2020, 2 april). *Waarom 'testen, testen, testen' ons niet gaat redden*. De Volkskrant.
Geraadpleegd van <https://www.volkskrant.nl/nieuws-achtergrond/waarom-testen-testen-testen-ons-niet-gaat-redden~b688491b/>
- Kraak, H. (2020, 18 december). *Zuid-Korea was eerst schoolvoorbeeld effectief coronabeleid, maar nu lopen besmettingen op: hoe kan dat?* De Volkskrant.
Geraadpleegd van www.volkskrant.nl
- De Volkskrant. (2020, 11 februari). *Aangifte tegen dj en Radio 10 om corona-carnavalslied 'Voorkomen is beter dan Chinezen'*. De Volkskrant.
Geraadpleegd van www.volkskrant.nl

- Timmer, S. (2017, 24 april). Trippers toont wat beetje verscholen ligt. *Leeuwarder Courant*. Geraadpleegd via NexisUni.
- Van onze verslaggever. (7 april 2017 vrijdag). 'Trippers', nieuwe serie reisverhalen bij BNN. Leidsch Dagblad. Geraadpleegd via NexisUni.

INTERNETARTIKELN

- Algemeen Dagblad (2021, 30 januari). Paul de Leeuw verontschuldigt zich voor uitspraken over Aziaten: 'Botte, kortzichtige opmerking.' Geraadpleegd van: <https://www.ad.nl/show/paul-de-leeuw-verontschuldigt-zich-voor-uitspraken-over-aziaten-botte-kortzichtige-opmerking~ab5d7784/>
- Cools, M. (2021, 28 maart). *Protesten tegen anti-Aziatisch racisme waaien over naar Nederland*. Geraadpleegd van <https://www.rtlnieuws.nl/nieuws/nederland/artikel/5222295/anti-aziatisch-racisme-protesten-verenigde-staten-nederland>
- NOS. (2018,6 april). *24 jaar gevangenisstraf voor Zuid-Koreaanse oud-president Park*. Geraadpleegd van <https://nos.nl/artikel/2226023-24-jaar-gevangenisstraf-voor-zuid-koreaanse-oud-president-park.html>

INTERNETBRONNEN

- *Trippers gemist? Start met kijken op NPO Start*. (2019). Geraadpleegd van https://www.npostart.nl/trippers/BNN_101382938
- *Trippers - BNNVARA*. (2019). Geraadpleegd van <https://www.bnnvara.nl/trippers>
- *Over Trippers - Trippers - BNNVARA*. (2019). Geraadpleegd van <https://www.bnnvara.nl/trippers/over>
- *Het omgaan met andere referentiekaders | Archief | Website van TPO | Het Tijdschrift voor Praktijkondersteuning*. (2009). Geraadpleegd van <https://www.tijdschriftpraktijkondersteuning.nl/archief/volledig/id326-het-omgaan-met-andere-referentiekaders.html#tip4durfdoortevragenbijdingendiejeopvallenofdiejealtijdalwildeweten>
- Flanders Investment & Trade. (2021). *Zuid-Korea in cijfers*. Flanders Trade. Geraadpleegd van: <https://www.flandersinvestmentandtrade.com/export/landen/zuid-korea/cijfers>

OVERIG

- BNNVARA. (2014). *Beleidsplan BNNVARA 2016-2020*. Geraadpleegd van https://verantwoording.bnnvara.nl/FbContent.ashx/pub_1000/downloads/v190621083146/BNNVARA_Beleidsplan_2016_2020.pdf
- Centraal Bureau voor de Statistiek (2020, 1 december). *Factsheet Internationale Handel*. Geraadpleegd van: <https://www.cbs.nl/nl-nl/achtergrond/2020/49/factsheet-internationale-handel>

PERSOONLIJKE COMMUNICATIE

- Breuker, R. Korea-deskundige en hoogleraar Koreastudies.
r.e.breuker@hum.leidenuniv.nl
- Visser, J. Correspondent Zuid-Korea voor de Volkskrant.
jeroen.visser@volkskrant.nl
- Nieuwland, H. Eindredacteur Ellie op Patrouille bij Medialane.
hidde.nieuwland@medialane.nl
- Van Uffelen, T. Eindredacteur Reizen Waes bij omroep De Mensen.
tomas.vanuffelen@demensen.be
- Kartosen-Wong, R. Mediawetenschapper.
r.a.kartosen-wong@uva.nl