

GOING BACK TO CREATE NEW ROOTS!

*Een onderzoek over hoe de media een rol spelen bij de
zoektocht van Hindoestaanse en Boeddhistische jongeren in
Nederland naar hun roots*

*Doctoraalscriptie Communicatiewetenschap
Faculteit der Gedrags- en Maatschappijwetenschappen*



UNIVERSITEIT VAN AMSTERDAM

<i>Naam:</i>	<i>Sharita Balgobind</i>
<i>Datum:</i>	<i>December 2005</i>
<i>Scriptiebegeleider:</i>	<i>Robert Adolfsson</i>
<i>Projectleider:</i>	<i>Irene Costera Meijer</i>

Voorwoord

Afgelopen maanden waren ontzettend drukke, soms stressvolle maanden, maar tegelijkertijd heb ik ook een hele leuke tijd gehad met mijn scriptiegenoten Antoinette Kraal, Astrid Overeem, Ulyana Kasheeva en Nicolette Porsius. We hebben elkaar door dik en dun gesteund en ik wil hen daarvoor ook bedanken.

Mijn scriptiebegeleider, Robert Adolfsson, wil ik bedanken voor zijn begeleiding.

Tijdens mijn studie heb ik altijd gedacht dat het schrijven van een scriptie één van de vervelendste opdrachten van een studie is. Het tegendeel blijkt waar te zijn. Dit heeft onder andere te maken met het onderwerp van de scriptie. Het is deels gebaseerd op persoonlijke ervaring en ik vond het daarom erg interessant om dit onderzoek te doen.

Tot slot wil ik mijn familie bedanken voor hun steun en motivatie. De laatste loodjes wegen inderdaad het zwaarst, maar zij hebben mij tot het eind meegeholpen met tillen!

Den Haag, december 2005

Sharita Balgobind

Samenvatting

De onderzoeksvraag die in deze scriptie centraal staat, luidt als volgt:

Hoe gebruiken Hindoestaanse en Boeddhistische jongeren de media, om betekenis te geven aan hun zoektocht naar hun roots?

Er wordt gekeken hoe de identiteit bepaald wordt van Hindoestaanse jongeren en Boeddhistische jongeren die geboren en opgegroeid zijn in Nederland en hoe zij de media hierbij gebruiken. Twee groepen jongeren worden in dit onderzoek dus met elkaar vergeleken. De Hindoestaanse jongeren zijn in Nederland geboren en opgegroeid, evenals de Chinese, Boeddhistische jongeren. De jongeren zitten in de leeftijdscategorie van 20-35 jaar en behoren daarom tot de *tweede generatie* allochtonen in Nederland.

Er zijn vijf diepte-interviews gehouden met Hindoestaanse jongeren, vijf diepte-interviews met Chinese jongeren en twee met een half Nederlandse, half Thaise tweeling (zie ook §3.3. “De onderzoeksdoelgroep”).

Naar aanleiding van de resultaten is gebleken dat de jongeren zich verbonden voelen met hun oorspronkelijke cultuur, misschien wel meer dan de cultuur van Nederland. Het maakt deel uit van wie zij zijn en dit is altijd zo geweest. Zij voelen zich aan de andere kant ook verbonden met de Nederlandse cultuur en kunnen zich in sommige waarden en normen meer vinden dan bepaalde waarden en normen uit hun eigen cultuur. Dit kwam sterk naar voren bij de Hindoestaanse jongeren. De media zijn een hulpmiddel voor de Hindoestaanse jongeren om meer te weten te komen over hun culturele achtergrond en identiteit. De jongeren nemen selectief elementen op van de cultuur van het ‘nieuwe’ land (Hall, 1996), van Nederland, maar ook van de Hindoestaanse cultuur. De jongeren construeren hiermee een *eigen* cultuur en identiteit die is gerelateerd aan zowel de cultuur van waar men woonachtig is als de cultuur van oorspronkelijke herkomst, met andere woorden, de *cultuur van diaspora* (Hall, 1996). Dit verschijnsel wordt tevens teruggezien bij de Boeddhistische respondenten. Zij voelen zich niet helemaal Nederlands, maar ook niet helemaal Chinees of Thais. Zij voelen zich van allebei een beetje en voelen zich nog het meest verbonden met hun “cultuurgenoten” die ook in Nederland geboren zijn. Het verschil is dat de media bij hen niet zo’n grote rol spelen als bij de Hindoestaanse respondenten, waar er sprake is van een heuse Hindoestaanse mediacultuur. Deze mediacultuur is absoluut aanwezig in het mediagebruik van de Hindoestaanse jongeren. Het brengt hun dichterbij hun oorspronkelijke cultuur en het houdt hen op de hoogte van wat er zich allemaal afspeelt binnen de Hindoestaanse gemeenschap in Nederland, maar ook wat er afspeelt binnen de Indiase filmindustrie, Bollywood. Internet speelt hierbij tevens een grote rol. Zowel internet als televisie bieden hen een context van interpretatie over het doen en laten in de samenleving

(van Zoonen, 1999). Het deelnemen aan verschillende online gemeenschappen zorgt ervoor dat zij hun ervaringen kunnen delen en actief kunnen meedoen met betrekking tot andermans ervaringen. De jongeren zijn dan ook postmoderne mediagebruikers en het op deze manier deel uit maken van een gemeenschap is een vorm van burgerschap (van Zoonen, 1999).

Burgerschap krijgt in dit geval een 'culturele' betekenis en wordt een kenmerk van individuele en collectieve identiteiten.

De Boeddhistische respondenten hebben de media niet nodig voor hun interesse in het Boeddhisme, maar dit heeft ook te maken met het huidige aanbod, dat zij momenteel niet aantrekkelijk en interessant vinden. Zij vinden het wel interessant om onderwerpen over hun culturele achtergrond te zien in de media. De media als hulpmiddel bij de zoektocht naar hun roots is in de toekomst wellicht niet geheel uitgesloten.

Inhoudsopgave

Voorwoord	2
Samenvatting.....	3
HOOFDSTUK 1: INLEIDING	7
§1.2. Boeddhistische Omroep Stichting (BOS).....	9
§1.3. Doelstelling	10
§1.4. Onderzoeksvraag	11
§1.5. Relevantie.....	11
§1.5.1. Maatschappelijke relevantie.....	11
§1.5.2. Wetenschappelijke relevantie.....	12
HOOFDSTUK 2: JONGEREN EN HUN ROOTS.....	14
§2.1. Diaspora en culturele reproductie	16
§2.2. Roots en Media	18
§2.2.1. Roots en televisie.....	18
§2.2.2. Hindoestaanse mediacultuur.....	20
§2.2.3. Chinese Boeddhistische mediacultuur...?	21
§2.2.4. Roots en nieuwe media	21
§2.2.5. Roots, (nieuwe) media en jongeren	22
§2.3. De jongeren in een postmoderne samenleving	23
§2.4. Het Hindoeïsme.....	24
§2.5. Het Boeddhisme	26
HOOFDSTUK 3: HOE TE ONDERZOEKEN	28
§3.1. Grounded Theory	30
§3.2. Diepte-interviews	30
§3.3. De onderzoeksdoelgroep	31
§3.4. Receptieonderzoek.....	32
§3.5. De analyse.....	32
§3.6. Verloop van onderzoek	33
HOOFDSTUK 4: GOING BACK TO CREATE NEW ROOTS	35
§4.1. Respondenten.....	37
§4.2. Nieuwe etniciteit	37
§4.2.1. Herkenbaarheid.....	37
§4.2.2. Waarden en normen haal je uit... een soap?	39
§4.2.3. Niet uit zichzelf kijken.....	40
§4.3. Postmodernisme.....	41
§4.3.1. Bij blijven via internet	41
§4.4. Behoeftte aan nieuwe programma's	42
§4.5. Diaspora en culturele verbondenheid.....	43
§4.5.1. Acceptatie door ouders	43

§4.5.2. <i>Roots, tastbaar of intellectueel?</i>	44
§4.6. <i>Assimilatie</i>	47
§4.6.1. <i>Zich van alles wat voelen</i>	47
§4.7. <i>Conclusie resultaten</i>	48
HOOFDSTUK 5: TOT SLOT	49
§ 5.1. <i>Conclusie</i>	50
§5.1.1. <i>Opgroeien tussen twee culturen is een tweestrijd</i>	50
§5.1.2. <i>Nieuwe identiteit door onder andere de media</i>	51
§5.1.3. <i>Interesse in een Boeddhistische mediacultuur...?</i>	51
§ 5.2. <i>Discussie en aanbevelingen</i>	53
HOOFDSTUK 6: LITERATUUR	55

HOOFDSTUK 1 : INLEIDING

Hoofdstuk 1: Inleiding

§1.1. Aanleiding

“Kom jij uit Pakistan ofzo?”
“Wat doe je precies, Mavo, Havo?”
“Wat een tropische verrassing! Mag ik je uitpakken?”
“Ik heb het lekker pittig gemaakt, daar zal jij vast wel van houden.”
“Wat doe je nou in dit land? Ga naar je eigen land, waar het lekker warm is!”

Bovenstaand citaat bestaat uit een aantal opmerkingen die ik in de loop van mijn leven te horen heb gekregen. Op een gegeven moment hebben dit soort opmerkingen ervoor gezorgd dat ik ongeveer drie jaar geleden tot een omslagpunt ben gekomen.

Ik ben in Nederland geboren en van Hindoestaanse afkomst. Ik ben door mijn moeder opgevoed op de “westerse” manier. In mijn geval komt het er op neer dat ik Nederlandstalig ben opgevoed, vrij en zonder geloof. Soms ben ik in aanraking gekomen met traditionele Hindoestaanse gebruiken, bijvoorbeeld door familiebezoek, en tevens met bepaalde Hindoestaanse normen en waarden. Over het algemeen kan worden gesteld dat ik me het grootste deel van mijn leven heel Nederlands voelde en dit ook graag aan iedereen wilde laten zien. Tegelijkertijd had ik het gevoel dat ik mezelf voortdurend moest bewijzen dat ik daadwerkelijk Nederlands was. Drie jaar geleden kwam het omslagpunt. Vanaf dat moment ben ik bewuster naar mezelf gaan kijken en ben ik me vooral meer bezig gaan houden met mijn culturele achtergrond.

Volgens Ang (2001) komt dit tegenstrijdige gevoel voort uit de reacties van de omgeving. Door de omgeving worden etnische minderheden geconfronteerd met het feit dat ze er niet Nederlands uitzien. Ik voel me nog steeds Nederlands, maar mijn *andere identiteit* heb ik nu ook toegelaten in mijn leven. Ik ben inmiddels kennis aan het opdoen over de Hindoestaanse cultuur, de taal, de uitgangspunten en de religie. Met andere woorden, ik ben mijn Hindoestaanse *roots* voor mezelf aan het ontdekken. Dit doe ik via familie en vrienden, maar vooral ook via de media, namelijk televisie en internet. Ik ben er namelijk achtergekomen dat er sprake is van een echte Hindoestaanse mediacultuur. Op de Nederlandse televisie zijn er verschillende zenders te ontvangen met als doelgroep de Hindoestanen die woonachtig zijn in Nederland. Daarnaast is er sprake van 's werelds grootste filmindustrie, Bollywood, de Indiase filmindustrie. Deze films blijken erg populair te zijn onder de Hindoestaanse jongeren in Nederland. Toen de filmindustrie zich in de jaren negentig realiseerde dat de films erg

populair waren bij de Indiase diaspora, richtte zij zich meer op dit publiek, met als gevolg dat de films nu moderner en meer verwesterd zijn dan vroeger (Kaur, 2002).

Wanneer ik kijk naar mijn Hindoestaanse vrienden merk ik dat bij sommige van hen zich tevens een omslagpunt heeft voorgedaan, maar bij anderen niet. Er komen hierbij verschillende vragen naar voren. Misschien kan dit omslagpunt bij iedereen voorkomen, maar is het alleen moeilijk te zeggen *wanneer* dit zal gebeuren. Misschien vindt dit omslagpunt niet bij iedereen plaats en is die behoefte aan het omslagpunt niet aanwezig. Er zou ook kunnen worden gekeken naar het *type* culturele achtergrond. Het lijkt aannemelijk dat dit omslagpunt niet alleen bij jongeren uit de Hindoestaanse cultuur voorkomt, maar ook bij andere culturen en/of religies. Het lijkt mij interessant om een vergelijking te maken tussen jongeren met een Hindoestaanse achtergrond en jongeren met een Boeddhistische achtergrond. Wat ik bijvoorbeeld graag zou willen weten is hoe hun identiteit bepaald wordt, aangezien zij in Nederland zijn opgegroeid, of zij ook een omslagpunt bereikt hebben met betrekking tot hun roots en wat de rol van de media kunnen zijn bij het in contact brengen van hun roots. Volgens Gillespie (1995) kunnen mensen meerdere culturele identiteiten hebben. De identiteit van het land waar ze 'oorspronkelijk' vandaan komen en van het land waarin ze wonen. De vraag is of en hoe hun identiteit bepaald wordt door hun culturele achtergrond (roots) en/of de religie die ze van huis uit hebben meegekregen, en hoe de media hier dan een rol in spelen of zouden kunnen spelen.

§1.2. Boeddhistische Omroep Stichting (BOS)

Dit onderzoek maakt deel uit van een aantal onderzoeksprojecten die worden uitgevoerd voor de Boeddhistische Omroep Stichting (BOS). De stichting werd eind juni 1999 opgericht. Het is de enige Nederlandse omroepstichting die het Boeddhisme als uitgangspunt heeft. Door het aanbieden van televisie-, internet- en radioprogramma's wil de BOS de Nederlandse samenleving bekendmaken met het Boeddhistische gedachtegoed. Op dit moment is er onvoldoende inzicht in het interessegebied van de groep mensen die mogelijk geïnteresseerd is in het gedachtegoed van de BOS. Daarnaast zou de BOS meer zicht willen krijgen in de mogelijkheden om de inzichten van de BOS beter tot hun recht te laten komen bij deze groep.

Met betrekking tot de onderzoeksprojecten richt de BOS zich op twee doelgroepen:

- 1) Alle in spiritualiteit en geestelijke verdieping geïnteresseerden in Nederland
- 2) De allochtone Boeddhistische achterban van met name Chinezen, Vietnamezen en Thai.

In dit onderzoek komen beide doelgroepen aan de orde. De Hindoestaanse jongeren die worden onderzocht, vallen in de eerste doelgroep en de Chinese jongeren in de tweede doelgroep. Niet alleen voor deze jongeren kan dit onderzoek nuttig zijn, maar voor iedereen

die is opgegroeid in Nederland met een andere culturele achtergrond, dus met andere roots. Voor deze jongeren kan het moeilijk zijn om hun 'plek' te vinden in een maatschappij en cultuur waarin zij enerzijds zijn opgegroeid en waarvan zij deel uit maken, maar anderzijds in hun thuissituatie te maken hebben met een andere cultuur. Waarschijnlijk voelen zij zich het meest op hun gemak in beide culturen, dan enkel in de ene of enkel in de andere cultuur. Het is echter niet zo makkelijk om te weten waar zij precies 'thuis horen'. In de loop der jaren, door middel van hun eigen ervaringen, zullen zij hier steeds meer achter komen. Wellicht dat dit onderzoek hen alvast op weg helpt bij het vinden van hun identiteit.

§1.3. Doelstelling

Door middel van dit onderzoek wil ik erachter komen hoe de identiteit bepaald wordt van Hindoestaanse jongeren (Hindoeïsme) en Chinese jongeren (Boeddhisme) die geboren en opgegroeid zijn in Nederland en op welke manier de media hierin een rol spelen of zouden kunnen spelen. De jongeren zitten in de leeftijdscategorie van 20-35 jaar en behoren daarom tot de *tweede generatie* allochtonen in Nederland.

Volgens Hylland Eriksen (1993) zijn de normen en waarden van de tweede en derde generatie immigranten meer in overeenstemming met die van de bevolking van het land waarin ze zijn opgegroeid, dan met die van hun ouders. Ik wil weten hoe de Hindoestaanse en Chinese jongeren die hier in Nederland zijn geboren hiermee omgaan, dat wil zeggen het opgroeien in een ander land dan het land waar hun cultuur vandaan komt. Als de theorie van Hylland Eriksen op hen van toepassing is, betekent dit dat zij meer naar de Nederlandse cultuur neigen. Ook denk ik, met name door mijn eigen ervaring, dat hun roots en hun culturele achtergrond toch altijd aanwezig zijn in hun leven. De vraag is alleen hoe dit dan wordt geconstrueerd, met andere woorden, hoe deze jongeren hun roots construeren. Zoals ik al in paragraaf 1.2. heb besproken groeien de jongeren op in twee culturen. De kans is groot dat zij zich in beide culturen thuisvoelen, meer dan enkel in de ene cultuur of enkel in de andere cultuur. Voor hen is het echter niet gemakkelijk om te bepalen wie zij zelf daadwerkelijk zijn en welke plek zij hebben in deze maatschappij, omdat zij voortdurend te maken hebben met twee culturen. Ik wil daarom weten hoe zij, met eventuele hulp van de media, hun identiteit vormen.

Zoals ik al in paragraaf 1.1. heb vermeld, is er sprake van een rijke, Hindoestaanse mediacultuur. Zelf heb ik, in de zoektocht naar mijn roots, hier gebruik van gemaakt. Ik wil er achterkomen op welke manier de Hindoestaanse jongeren in dit onderzoek gebruik maken van de Hindoestaanse mediacultuur en hoeveel dit voor hen betekent in hun dagelijkse leven. Tegelijkertijd is het interessant om te weten hoe jongeren tot de zoektocht naar hun roots komen indien er *geen* sprake is van een rijke mediacultuur. Voor de Boeddhistische jongeren zijn er in tegenstelling tot de Hindoestaanse jongeren vrij weinig media

aanwezig(zie §2.2.3.), waarvan zij gebruik kunnen maken tijdens de zoektocht naar hun roots. Op welke manier zij tot de zoektocht naar hun roots komen, moet blijken uit dit onderzoek. Dit leidt tot de volgende onderzoeksvraag.

§1.4. Onderzoeksvraag

Hoe gebruiken Hindoestaanse en Boeddhistische jongeren de media, om betekenis te geven aan hun zoektocht naar hun roots?

§1.5. Relevantie

Dit onderzoek bevat zowel een maatschappelijke als een wetenschappelijke relevantie.

§1.5.1. Maatschappelijke relevantie

Voor de media is het relevant om te weten welke rol zij spelen bij de zoektocht van Hindoestaanse en Boeddhistische jongeren in Nederland naar hun roots, aangezien de media een belangrijke, maatschappelijke taak hebben. Media creëren beelden waarmee betekenis en plezier overgedragen kunnen worden (van Zoonen, 1999). Dezelfde beelden bepalen mede waar men over denkt. Met andere woorden, media bieden kijkers een context van interpretatie over het doen en laten in de samenleving. Seiter (1990) zegt nog dat de media een invloedrijke bron zijn met betrekking tot meningsvorming over ras en etniciteit. De media zijn één plaats waar deze ideeën worden ontwikkeld, verrijkt, veranderd en bevrijd. Media kunnen bijvoorbeeld een hulpmiddel zijn voor de Hindoestaanse en Boeddhistische jongeren om meer te weten te komen over hun culturele achtergrond en identiteit. Hall (1991) zegt dat identiteit kan worden gezien als een praktijk in plaats van een staat van zijn. Hermes en Reesink (2003) zeggen dat als identiteit inderdaad hierover gaat, dat we dan goed moeten opletten hoe we verhalen over onszelf vertellen en hoe anderen (inclusief de makers van populair televisiedrama en journalisten en redacteurs) dat doen. Zij halen hierbij Woodward (1997) aan, die suggereert dat de termen 'representatie' en 'identiteit' samen laten zien hoe een bepaalde betekenisgevende praktijk, zoals een televisieprogramma, en de definities en omschrijvingen die deze praktijk aanbiedt (van personen, van de geschiedenis, van wie je bent als je ernaar wilt kijken) ons als subjecten positioneert.

Dit onderzoek kan ook een hulpmiddel zijn voor de media om te weten op welke manier zij deze jongeren kunnen benaderen of meer van dienst kunnen zijn in de zoektocht naar hun roots en hun identiteit. Als bijvoorbeeld blijkt dat de jongeren voornamelijk nieuwe media gebruiken, zoals internet, voor deze zoektocht, kunnen de media hierop inspelen. Campbell (2005a) heeft namelijk op basis van een etnografische internetstudie gesteld dat gebruikers het internet zien als een plaats waar zij hun geloofspraktijken kunnen presenteren. Internet wordt gebruikt voor

het creëren van religieuze of spirituele identiteit, als een plaats voor persoonlijke religieuze en spirituele doeleinden en sociale steun. Deze ervaring en het gevoel onderdeel uit te maken van een gemeenschap is een vorm van 'burgerschap' (van Zoonen, 1999). Burgerschap laat zich op verschillende manieren invullen. In postmoderne samenlevingen gaat het niet alleen om de nationale gemeenschap, maar ook bijvoorbeeld de regionale en lokale gemeenschap. Het gaat er om bij andere collectiviteiten te horen en eraan deel te nemen. Burgerschap krijgt in dit geval een 'culturele' betekenis en wordt een kenmerk van individuele en collectieve identiteiten. De vraag die hierbij gesteld kan worden is wat de betekenis van de media is voor burgerschap. Van Zoonen (1999) zegt hierover dat over het algemeen de media de burgers voorzien van informatie die ze nodig hebben om te kunnen overleven in een democratie, dat wil zeggen wettelijke, sociale en politieke informatie. Als we burgerschap echter in de breed geformuleerde 'culturele' zin opvatten, dan wordt gesteld dat alle soorten media en media-inhoud van belang zijn voor hedendaagse invullingen van burgerschap en voor de hedendaagse individuele en collectieve ervaring deel uit te maken van een gemeenschap of samenleving.

Hermes en Reesink (2003) zeggen dat televisie tussen ons en de sociale wereld bemiddelt, met inbegrip van ons gevoel van burgerschap. Televisie trekt zich tegenwoordig weinig meer aan van regionale of nationale grenzen. Veel van de Nederlandse televisieproducties zijn gemaakt naar internationale formats. Dat leidt tot een ander gevoel van en een ander begrip van gemeenschap en het verandert daarmee ook hoe we over identiteit en verschil denken.

Met andere woorden, de media kunnen zeer van belang zijn bij de identiteitsvorming van de Hindoestaanse en Chinese jongeren. Ze kunnen een rol spelen in de keuzevorming van de jongeren wanneer zij bepalen van welke gemeenschap zij deel willen uitmaken, bijvoorbeeld de Nederlandse gemeenschap of hun oorspronkelijke, culturele gemeenschap of misschien wel bij allebei.

§1.5.2. Wetenschappelijke relevantie

Er zijn al enkele onderzoeken gedaan naar roots. Natasha Warikool (2005) heeft gender en etniciteit onderzocht met betrekking tot identiteit, onder tweede generatie Indo-Caribbeans. Er zijn tot nu toe twee roots-onderzoeken gedaan met betrekking tot Nederland. Wegener (1998) heeft onderzoek gedaan naar de tweede generatie Nederlanders in Australië. Zij heeft onderzocht in hoeverre de Nederlandse roots van betekenis zijn voor de tweede generatie Nederlanders.

Ter Maat (2002) heeft een onderzoek gedaan naar de roots van Chilenen in Nederland. Een wetenschapper die soortgelijke onderzoeken heeft gedaan is Maria Gillespie (1995; 2000). Zij richt zich hierin voornamelijk op televisie en onderzoekt de rol van dit medium bij het bepalen van je identiteit. In haar onderzoek heeft zij Indiase en Pakistaanse jongeren woonachtig in Londen hierover geïnterviewd.

Het verschil tussen bovenstaande onderzoeken en dit onderzoek is dat in dit onderzoek wordt gekeken naar de rol van de media bij de zoektocht naar de roots. Er wordt gekeken naar zowel televisie als radio en internet. Ook worden twee groepen allochtone jongeren van de tweede generatie onderzocht, namelijk Hindoestaanse jongeren en jongeren die het Boeddhisme aanhangen. Onderzoek doen naar de rol van de media bij de bepaling van de identiteit van deze jongeren en de zoektocht naar hun roots, staat hierbij centraal.

Tot slot hoop ik dat mijn onderzoek aanleiding zal zijn voor eventuele vervolgonderzoeken op dit gebied.

HOOFDSTUK 2 : JONGEREN EN HUN ROOTS

Hoofdstuk 2: Jongeren en hun roots

In dit hoofdstuk worden een aantal basisbegrippen die centraal staan in dit onderzoek uitgelegd en aan elkaar gekoppeld. De vraagstelling van dit onderzoek luidt als volgt:

Hoe gebruiken Hindoestaanse en Boeddhistische jongeren de media, om betekenis te geven aan hun zoektocht naar hun roots?

Twee groepen jongeren worden in dit onderzoek dus met elkaar vergeleken. De Hindoestaanse jongeren zijn in Nederland geboren en opgegroeid, evenals de Chinese, Boeddhistische jongeren. De jongeren zitten in de leeftijdscategorie van 20-35 jaar en behoren daarom tot de tweede *generatie* allochtonen in Nederland.

In paragraaf 2.1. wordt de identiteit van deze jongeren aan de orde gesteld, vanuit het perspectief van verschillende wetenschappers. De manier waarop deze identiteit wordt geconstrueerd is moeilijk te bepalen voor jongeren die in Nederland zijn opgegroeid, met een andere culturele achtergrond. Vervolgens worden in de paragrafen 2.2. en 2.3. de betekenis van de media besproken in de zoektocht naar de roots. Er wordt gekeken hoe de Hindoestaanse en Chinese jongeren de media gebruiken tijdens deze zoektocht. Het postmodernisme wordt hierbij tevens aan de orde gesteld. De Hindoestaanse jongeren maken duidelijk gebruik van de media tijdens de zoektocht. Bij de Chinese, Boeddhistische jongeren is dit niet echt aan de orde. Wel is er in de Nederlandse media een opkomende Aziatische mediacultuur te bespeuren.

Het laatste wat in dit hoofdstuk wordt besproken is de culturele achtergrond van de jongeren. De *roots* van de Hindoestaanse jongeren liggen in het Hindoeïsme. Deze religie wordt besproken in paragraaf 2.4. Er wordt in dit onderzoek namelijk gekeken in hoeverre de identiteit van deze jongeren bepaald wordt met betrekking tot hun roots. Bij de Hindoestaanse en Chinese jongeren wordt onderzocht hoe zij het hebben ervaren om op te groeien in Nederland met een andere culturele achtergrond.

De Chinese jongeren die zijn onderzocht, zijn jongeren die het Boeddhisme aanhangen. Dit kan op latere leeftijd hebben plaatsgevonden. Het kan dus zijn dat de identiteit van deze jongeren is bepaald door hun culturele achtergrond, het "chinees-zijn", maar ook door hun interesse in het Boeddhisme, hun spiritualiteit. Het Boeddhisme wordt nader toegelicht in paragraaf 2.5.

Omdat dit onderzoek binnen de *culturele studies* valt, worden in dit hoofdstuk enkele culturele studies besproken die van belang kunnen zijn voor dit onderzoek. Culturele studies zijn studies naar alledaagse of populaire cultuur waarbij gebruik wordt gemaakt van theorieën en methoden uit onder andere letteren, literatuurwetenschap en geschiedenis

(Boer en Brennecke, 1999). Het is een kritische traditie dat is ontstaan uit de Marxistische traditie van de Frankfurter Schuler. De hedendaagse culturele studies richten de aandacht vooral op het actieve publiek in tegenstelling tot de leer van de Frankfurter Schuler. Tevens nemen de culturele studies afstand van het uitgangspunt dat de media een almachtige en sterke manipulatieve invloed hebben op de ontvangers van mediaboodschappen (dit is wel het geval bij de Frankfurter Schuler). In de volgende paragraaf worden een aantal culturele studies besproken.

§2.1. Diaspora en culturele reproductie

Er zijn al een aantal studies gedaan over roots, cultuur en identiteit. Ang (2001) heeft onderzoek gedaan naar het probleem van etniciteit. Zij is geboren in Indonesië, in een Chinese familie, maar opgegroeid in Nederland. Zij kan haar 'originele' taal niet spreken en wilde een lange tijd in haar leven niets te maken hebben met haar afkomst. Dit verschijnsel heeft zij ook naar voren zien komen bij andere etnische minderheden: het verlangen om zich aan te passen aan het land waarin de minderheden wonen in plaats van een buitenbeentje te zijn. Dit verlangen is voortdurend aanwezig, maar tegelijkertijd heerst er ook een tegenstrijdig gevoel, het weigeren om zich aan te passen. Dit laatste gevoel komt voort uit de reacties van de omgeving. Door de omgeving worden etnische minderheden geconfronteerd met het feit dat ze er niet Nederlands uitzien. Het volgende voorbeeld is zeer herkenbaar voor mensen uit deze bevolkingsgroepen:

- "Waar kom jij vandaan?"
- "Uit Nederland."
- "Nee, waar kom je *echt* vandaan?"

Een ander voorbeeld wat Ang zelf heeft meegemaakt:

- "Spreek je Chinees?"
- "Nee."
- "Wat een nep-Chinees ben jij!"

Het niet Chinees kunnen spreken is sindsdien een persoonlijk, politiek onderwerp geworden voor Ang. Zij noemt het *diaspora-politiek*. Diaspora is de conditie waarbij de mensen uit een bevolkingsgroep verspreid zijn over de hele wereld, ofwel door hun eigen keus ofwel door dwang (bijvoorbeeld vanwege de slechte politieke omstandigheden in eigen land).

Diaspora's zorgen ervoor dat er bij deze mensen altijd een band blijft bestaan met het land waar ze vandaan komen. Ang is tot de conclusie gekomen dat het afhangt van de context

waarin ze zich bevindt om haar Chinese identiteit wel of niet naar voren te laten komen. Het is een politieke keuze. Wanneer ze ervan kan profiteren, laat ze het naar voren komen en anders niet.

Ook de Hindoestaanse gemeenschap in Nederland maakt deel uit van een diaspora, de Indiase diaspora. Deze wordt geschat op twintig miljoen mensen over de hele wereld (Van der Burg, Damsteegt & Autar, 1990). In elf landen wonen per land meer dan een miljoen mensen van Indiase afkomst en in tweeëntwintig landen tenminste honderdduizend mensen. De meeste Hindoestanen in Nederland zijn hier via Suriname terechtgekomen. Na de onafhankelijkheid van Suriname in 1975 zijn duizenden Hindoestanen in Nederland komen wonen met als belangrijkste motief bestaanszekerheid. Er wordt geschat dat er op dit moment ongeveer honderdvijftigduizend Hindoestanen in Nederland wonen, waarvan de meeste in grote steden zoals Den Haag.

Volgens Hylland Eriksen (1993) zijn de normen en waarden van de tweede en derde generatie immigranten meer in overeenstemming met die van de bevolking van het land waarin ze zijn opgegroeid, dan met die van hun ouders. Dit zou voor de Hindoestanen en Chinese jongeren in dit onderzoek betekenen dat de normen en waarden die zij hanteren meer Nederlands zijn dan met die van hun culturele achtergrond. Hylland Eriksen zegt tevens dat wanneer een culturele minderheidsgroep samenvloeit met een meerderheidsgroep, deze langzamerhand zijn kenmerkende karakteristieken verliest. Dit proces wordt *assimilatie* genoemd.

Volgens Stuart Hall (1996) is de cultuur van diaspora het product van het constante proces dat zich voordoet wanneer migranten, of op andere manieren ontheemde culturen, selectief elementen van de cultuur van het 'nieuwe' land opnemen. Dit zorgt voor een vernieuwde cultuur die is gerelateerd aan zowel de cultuur van waar men woonachtig is als de cultuur van oorspronkelijke herkomst. Voor diaspora geldt dat hoewel je in het land van herkomst onderling niet zoveel met elkaar gemeen zou hebben, je dit in het nieuwe land wel hebt, omdat je tot een minderheidsgroep behoort. Voor de jongeren in dit onderzoek zou dit betekenen dat zij hierdoor verschillende identiteiten creëren, met daarin elementen die afkomstig zijn uit zowel hun oorspronkelijke cultuur als hun nieuwe cultuur.

Ang heeft het over een blijvende band met het land waar men vandaan komt, Appadurai (1996) gaat hier op door. Hij heeft het in zijn artikel over het ergens bij willen horen, het verlangen naar een hechte groep. Hij zegt dat iedereen gelooft dat er een groep is die men kent en waartoe men behoort. Dit komt door *culturele reproductie*. Dit wil zeggen het 'doorgeven van je cultuur'. Alles wat je leert van je grootouders, ouders, de stad waarin je opgroeit, is een gedeelde traditie wat jij op jouw beurt doorgeeft. Je hebt de keuze om je te

positioneren in een cultuur, dus bijvoorbeeld waar je gaat wonen of welk geloof je aanhangt. Pattynama (1995) zegt dat etniciteit naast bijvoorbeeld sekse en seksualiteit niets meer is dan een ordeningsprincipe waarin men zichzelf en anderen een plaats geeft binnen een bepaalde cultuur, terwijl veel mensen etniciteit associëren met iets speciaals, unieks en authentieks dat op een natuurlijke wijze, dus onlosmakelijk verbonden is met de gegeven bevolkingsgroep. Meestal verwijst men dan naar een groepsgevoel, afstamming, herkomst, verwantschap, religie, bloedbaden en bepaalde gebruiken en tradities. Individuen binnen die groep zouden automatisch behept zijn met die etnische kenmerken en daarom van nature, van binnenuit een etnische identiteit hebben. Met het oog hierop zou gesteld kunnen worden dat de Hindoestaanse en Chinese respondenten in dit onderzoek onlosmakelijk verbonden zijn met hun culturele achtergrond. Of dit daadwerkelijk het geval is, moet blijken uit dit onderzoek.

§2.2. Roots en Media

Er wordt in dit onderzoek niet alleen gekeken naar hoe de identiteit van Hindoestaanse en Chinese jongeren in Nederland bepaald wordt, maar ook naar de rol van de media voor deze jongeren bij de zoektocht naar hun roots. De diaspora-politiek van Ang (2001) komt hierbij weer naar voren. De jongeren kunnen de media bijvoorbeeld gebruiken om in contact te komen met andere jongeren die dezelfde cultuur en achtergrond hebben en op deze manier van gedachten te wisselen. Appadurai (1996) noemt dit met elkaar in contact komen ook wel de beweging van mensen en media. Door de introductie van de massamedia kunnen zaken veel sneller gaan dan dat mensen kunnen gaan. Door de culturele uitwisseling ontstaan steeds weer nieuwe mengvormen, ook wel *hybridisering* genoemd. Dit duidt de ontwikkeling aan van een opbouwend netwerk tussen mensen.

Van Zoonen (1999) zegt dat de identiteit van de kijker erg belangrijk is. Aan de sociale positie van een individu in de samenleving en zijn of haar perceptie daarvan worden verschillende referentiekaders ontleend die het mediagebruik vorm kunnen geven. Elke mediagebruiker heeft vanwege zijn of haar specifieke achtergrond toegang tot een verzameling van kennis en codes om betekenis te geven aan mediateksten. Welke boodschap er uit een programma of film wordt gehaald, is afhankelijk van deze achtergrondkennis. In de volgende paragraaf wordt de rol uitgelegd die de televisie kan hebben bij de zoektocht naar de roots.

§2.2.1. Roots en televisie

Volgens White (1991) is televisie vandaag de dag in veel culturen de meest belangrijke ervaring om verhalen kwijt te kunnen en op te doen en is het tevens een representatie en een bevestiging van de eigenschappen en normen en waarden van onze cultuur. Televisie is

ontspannend om naar te kijken en het is entertainment, maar voor de kijker is televisie het meest plezierig doordat hij tijdens het kijken de betekenis van de wereld om hem heen kan construeren. Door zichzelf te vergelijken en te identificeren met wat hij op televisie ziet, kan hij de wereld om hem heen beter begrijpen en plaatsen. Ook is het zo dat wanneer men bepaalde vraagstukken heeft of wanneer men zoekt naar antwoorden op de betekenissen in hun leven, men hun antwoorden op televisie gaat zoeken. Het kan bijvoorbeeld zijn dat tijdens de ontdekkingsstocht naar hun roots, de Hindoestaanse jongeren naar de Organisatie Hindoestaanse Media (OHM) en Hindustani TV kijken. Dit zijn twee televisiezenders die van alles laten zien over de Hindoestaanse gemeenschap in Nederland, maar ook in Suriname en India. Hindustani TV is vooral gericht op jongeren.

White zegt verder dat wanneer je naar antwoorden gaat zoeken, dit meestal voorafgaat door een crisis in je leven. Daarna stel je jezelf open om je verder te verdiepen in bijvoorbeeld ervaringen en cultuur. Op een soortgelijke manier is het ook gegaan tijdens mijn ontdekkingsstocht. Het omslagpunt (zie §1.1.) in mijn leven kan worden gezien als de crisis en daarna ben ik mezelf open gaan stellen om meer over mijn cultuur en achtergrond te weten te komen. Of de Hindoestaanse en Chinese jongeren ook te maken hebben met een crisis moet blijken uit dit onderzoek.

Door een bepaalde crisis in je leven kan televisie ook verlichting van emotionele druk te weeg brengen, door een vergelijkbare gebeurtenis in een ander licht te laten zien zegt Koole (1993). Hij heeft in zijn onderzoek gekeken naar een eventueel verband tussen televisieprogramma's en individuele vertroosting. Vast staat dat televisie bewustwordingsprocessen losmaakt. Hij komt verder tot drie conclusies met betrekking tot hoe duidelijk een omroep in de programma's voor de eigen levensovertuiging moet opkomen. Ten eerste is naar voren gekomen dat televisieprogramma's een uitstekend middel zijn om uitdrukking te geven aan levensbeschouwelijke en godsdienstige boodschappen. De bedoelingen van de zenders blijken door een geïnteresseerd publiek niet alleen ter zake te worden herkend, maar ook te worden geïnterpreteerd en met argumenten bekritiseerd. Ten tweede blijkt dat als kijkers niet spontaan maar aangekondigd naar hun mening wordt gevraagd over programma's die de visie van de omroep van hun voorkeur uitdragen, deze als niet vanzelfsprekend beoordeeld worden als bevestigend voor de eigen overtuiging. Het zou bijvoorbeeld kunnen zijn dat Hindoestaanse jongeren die naar de OHM kijken, het niet altijd met bepaalde visies eens zijn, maar misschien wel met bepaalde visies die de BOS naar buiten draagt.

De laatste conclusie draagt uit dat televisie een steeds belangrijkere rol vervult in de beeldvorming van levensbeschouwing en godsdienst. Televisieprogramma's met een duidelijke levensbeschouwelijke identiteit verstevigen echter niet automatisch de binding met de denominatie die zij willen representeren. Deze programma's worden niet bekeken als

uitingen van kerk of organisatie, maar worden op hun eigen betekenis en waarde beoordeeld als bijdragen aan de discussies binnen de cultuur.

§2.2.2. Hindoestaanse mediacultuur

Bijna de helft van de Hindoestanen in Nederland is op dit moment jonger dan 25 jaar (Verstappen, 2005). Ongeveer driekwart van hen is in Nederland geboren en behoort tot de tweede generatie. Vooral onder deze jongeren is de laatste jaren de aandacht voor Indiase films in Nederland enorm toegenomen. Door deze interesse heeft er eind jaren negentig een 'wederopstand' van de Indiase film in Nederland plaatsgevonden. Van begin jaren zeventig tot begin jaren tachtig was namelijk de eerste bloeiperiode van de Indiase filmvertoningen in Nederland. Dit kwam met name door de massamigratie van Hindoestanen in de jaren zeventig (Choenni & Adhin, 2003). Er brak een periode van grote commerciële successen aan tot in de jaren tachtig. De populariteit van de televisie nam toe, onder andere door de toename van het aantal televisiekanalen en ook de video kwam op. Hierdoor was er sprake van een forse daling van het bioscoopbezoek door Hindoestanen met betrekking tot Indiase films. Ook de interesse voor de films was niet meer zoals die was, met name bij de Hindoestaanse jongeren, tot eind jaren negentig de belangstelling weer toenam. Dit kwam onder andere doordat de Indiase filmindustrie, ook wel Bollywood genoemd, zich meer ging richten op de Indiase diaspora in westerse landen. Deze films vonden de Hindoestaanse jongeren van de tweede generatie veel aantrekkelijker dan de ouderwetse, technisch niet vooruitstrevende films waar hun ouders naar keken (Verstappen, 2005). Zij durfden nu ook openlijk uit te komen voor hun voorliefde voor films uit hun cultuur, terwijl zij daar eerst niets van moesten hebben. Ook de opkomst van de dvd heeft ervoor gezorgd dat de Indiase films steeds meer toegankelijk worden voor Hindoestaanse jongeren. De jongeren kennen de taal niet zo goed als hun ouders en door de aanwezigheid van de Engelse ondertiteling bij dvd's kunnen zij nu volledig begrijpen wat zich er in de films afspeelt, meer te weten komen over hun cultuur en de taal beter leren.

Gillespie (1995; 2000) heeft in de Indiase wijk "Southall" in Engeland verschillende onderzoeken uitgevoerd naar de invloed van Indiase films en televisieseries op de bepaling van de identiteit van Indiase en Pakistaanse jongeren. Dit heeft zij gedaan door middel van observatie en groepsinterviews. De films en series werden, op video, vaak met meerdere generaties tegelijkertijd gekeken en brachten veel discussies met zich mee over traditie, moderniteit, moraal en ondeugd. Ze werden gebruikt om te leren over de religie, de taal en de veranderingen in de cultuur. Dit kwam niet alleen door het kijken zelf, maar ook door er na afloop over te praten.

Niet alleen Indiase films en series werden gebruikt om over de cultuur te discussiëren, dit werd ook gedaan door middel van een Australische soap “Neighbours”. De jongeren onderhandelden over de betekenissen uit de soap in relatie tot hun eigen identiteit en de waarden en normen uit hun eigen culturele achtergronden. Volgens Gillespie (2000) werd er hiermee een nieuwe etniciteit ontwikkeld die bestond uit zowel de betekenissen van de cultuur van de ouders, als de betekenissen uit de westerse samenleving.

§2.2.3. Chinese Boeddhistische mediacultuur...?

In tegenstelling tot de Hindoestaanse mediacultuur is er in Nederland niet echt sprake van een Chinese, Boeddhistische mediacultuur. Er zijn geen lokale televisiezenders voor de Chinezen in Nederland, zoals bijvoorbeeld Hindustani TV er is voor de Hindoestanen. Met betrekking tot televisie zijn er wel “eigen” zenders te zien, die te ontvangen zijn via de satelliet (Veldkamp, 1996a).

Uit het onderzoek van Veldkamp (1996a) is gebleken dat er wel een lokale radiozender bestaat, die goed wordt beluisterd door de Chinezen in Nederland (Chinese Radio Amsterdam) en zij maken ook veel gebruik van hun eigen krant. Tegenwoordig komen er steeds meer magazines uit voor Aziatische jongeren en zendt de televisiezender MTV zelfs Aziatische films uit. Een opkomende Chinese mediacultuur in Nederland is niet geheel uitgesloten.

§2.2.4. Roots en nieuwe media

Televisie kan een vrij grote rol spelen in de zoektocht naar de roots. Hoover (1999) zegt echter in zijn artikel dat het publiek ook naar andere mediabronnen zoekt in plaats van de televisie. Alle media-informatie wordt gebruikt om dieper tot hun cultuur te komen. Het speelt een belangrijke rol in het sociale netwerk van individuen en in hun cultuur. Naast de media wordt ook informatie gewonnen uit de invloed en waarden van bijvoorbeeld de eigen familie en de school.

Campbell (2005a) heeft onderzocht dat het publiek inderdaad naar andere mediabronnen zoekt dan de televisie, namelijk het internet. Ze heeft onderzocht hoe het internet precies wordt gezien en gebruikt voor spirituele doeleinden. Spiritueel geïnteresseerden kunnen het internet gebruiken om naar betekenissen te zoeken en hun eigen ervaringen kenbaar te maken. Het internet wordt gezien als een plaats waar het ‘spirituele’ kan worden ervaren. Campbell noemt in haar artikel vier internet-modellen, die verschillende functies aantonen van het internet voor gebruikers: het internet wordt gezien als informatiebron, als een mentale geografie (de ontwikkeling van een algemene kijk op de wereld), als een identiteitsworkshop (het representeren en het re-creëren van zichzelf, bijvoorbeeld in een chatgesprek zich anders voordoen) en als een sociale bron. Campbell noemt nog een model:

internet als spirituele bron. Dit model laat zien dat dat het internet gebruikt wordt om nieuwe spirituele netwerken te creëren, met name online gemeenschappen. Deze gemeenschappen dienen ofwel voor het opdoen van persoonlijke, spirituele ervaringen, ofwel voor het onderhouden van contacten met andere spiritueel geïnteresseerden, ofwel voor een gemeenschappelijke spirituele identiteit. Terugkomend op de online gemeenschappen, de meeste internetsites noemen zichzelf online gemeenschappen, terwijl de enige interactie die zij bieden enkel hyperlinks en beelden bevat. De spirituele gemeenschappen zijn echter interactieve groepen met een tweezijdige interactie. Campbell noemt in haar artikel vier soorten spirituele gemeenschappen: online gemeenschap als religieuze identiteit, als spiritueel netwerk, als 'support' netwerk en als 'worship space'. Met de religieuze identiteit wordt de gemeenschap bedoeld als een lotgenoten-groep die hun interesses, normen en waarden met elkaar delen. Hieruit volgt hun identiteit. Met het spiritueel netwerk wordt de persoonlijke spirituele ontwikkeling bedoeld, door gemeenschappelijke ervaringen te delen. Met support netwerk wordt het voor elkaar zorgen bedoeld, bijvoorbeeld medeleven en begrip tonen die men niet krijgt van vrienden in de directe, persoonlijke omgeving. Tot slot wordt met worship space bedoeld dat het internet gebruikt kan worden om spirituele informatie en activiteiten aan elkaar door te spelen.

Het is niet onwaarschijnlijk dat veel jongeren het internet gebruiken voor informatieve doeleinden, maar als wordt gekeken naar de internetsites in Nederland gericht op Hindoestaanse en Chinese jongeren en hun interesses op het gebied van onder andere muziek en de problemen waarmee zij te maken hebben in hun dagelijks leven, kan het zijn dat veel internetsites inderdaad fungeren als support network en/of worship space. Op dergelijke sites zijn vaak forums terug te vinden waar de bezoekers actief aan kunnen deelnemen, met elkaar in contact komen en van gedachten kunnen wisselen.

§2.2.5. Roots, (nieuwe) media en jongeren

Lynn Schofield (1998) heeft vijf verschillende manieren onderzocht waarop spirituele verhalen en traditionele religie op elkaar inspelen met betrekking tot de identiteit van de jongeren. Het gaat hierbij om media gericht op jongeren. Geertz (in Schofield, 1998) zegt dat kwalitatief onderzoek hét middel is om vragen te beantwoorden die betrekking hebben op de ontwikkeling van de identiteit in relatie tot de cultuur. Schofield heeft inderdaad kwalitatief onderzoek gedaan en het doel van dit onderzoek had betrekking op het identificeren van de culturele beperkingen bij de ontwikkeling van spirituele identiteit van jongeren. Er zijn tot nu toe al verschillende culturele studies gedaan over de invloed van de religie en spiritualiteit op het mediagebruik (televisie, print en andere mediavormen) van volwassenen. Uit deze

onderzoeken is gebleken dat de geloofsovertuigingen van de volwassenen absoluut niet overeenkomen met de geloofsovertuigingen zoals de media het laten zien.

Uit het onderzoek van Schofield is gebleken dat de spirituele identiteit en geloofsovertuiging niet altijd van invloed hoeven te zijn op hun mediagebruik. Ook heeft zij opgemerkt dat er niet gesproken kan worden van één soort spirituele identiteit, er bestaan verschillende vormen. Zij beveelt andere onderzoekers aan dit verder te onderzoeken. Tot slot komt Schofield tot de conclusie dat de media dienen als bron voor jongeren die op zoek zijn naar hun spirituele identiteit. Dit is vergelijkbaar met het onderzoek van Campbell (2005a).

§2.3. De jongeren in een postmoderne samenleving

De jongeren die in dit onderzoek worden onderzocht worden gezien als postmoderne mediagebruikers. Er heeft zich een postmoderne omslag voorgedaan, de omslag van een moderne maatschappij naar een postmoderne maatschappij (Costera Meijer e.a., 2004). Deze omslag wordt gevormd door een technologische, digitale revolutie en is door sterk veranderde en vergrootte technologische mogelijkheden onafwendbaar.

Van Zoonen (1990) zegt dat een kenmerk van de postmoderne samenleving onder andere het uiteenvallen is van traditionele maatschappelijke verbanden, zoals religie, klasse, buurt- en gezinsleven en een sterke individualisering. Vooral in de postmoderne samenleving maken mensen deel uit van een aantal verschillende groepen. Dit zie je terug bij de Hindoestaanse en Chinese jongeren. De traditionele maatschappelijke verbanden in hun cultuur vallen uiteen doordat deze tweede generatie allochtone jongeren in Nederland geboren zijn. Zij hebben te maken gekregen met de Nederlandse cultuur, naast de cultuur die zijn van huis uit hebben meegekregen, dus ook een andere manier van denken. Dit betekent dat zij hun eigen identiteit ergens tussen twee culturen moeten vinden. Dit kan leiden tot individualisering, omdat de allochtone jongeren zich in beide culturen niet helemaal thuis voelen.

Er bestaat geen algemene definitie van postmodernisme. Wat we wel weten is dat postmodernisme het einde van het moderne tijdperk inluidt. Het postmodernisme vertegenwoordigt een andere manier van denken dan het modernisme. Deze twee 'logica's' kunnen eigenlijk niet met elkaar worden vergeleken omdat het één niet persé beter hoeft te zijn dan het andere.

Costera Meijer (e.a., 2004) noemt in haar onderzoek vier verschillende aspecten waarmee moderne en postmoderne logica tegenover elkaar gezet worden.

Het eerste kenmerk wat wordt besproken is het kenmerk van een postmoderne verhouding tot informatie. Vanuit een moderne logica staat informatie voor kennis en inzicht. In een

postmoderne logica is de ervaring het belangrijkste. Ervaring opdoen doe je door te leren en hierbij komen we tot het tweede kenmerk, namelijk participatie. Het gevoel dat je ergens aan deelneemt is van groot belang. Modernisten houden zich liever op een afstand, terwijl postmodernisten zich realiseren dat ze door middel van interactie deelnemen aan het leven. Zij geven de voorkeur aan participatie boven observatie.

De twee genoemde kenmerken sluiten aan op het artikel van Campbell (2005a). De online gemeenschappen die zij noemt (zie §2.2.4.) slaan tevens op het opdoen van persoonlijke ervaring en het deelnemen aan gesprekken (participatie) waar iedereen hun ervaring kan delen. Wanneer blijkt dat de jongeren in dit onderzoek via het internet bijvoorbeeld deelnemen aan forums of andere internetgemeenschappen met betrekking tot hun culturele achtergrond, kan gesteld worden dat zij postmoderne gebruikers zijn.

Het derde kenmerk wat wordt genoemd is dat mensen eerder door beelden worden gedreven dan teksten. Postmodernisten willen voor zichzelf kunnen zien wat er gebeurt en er niet alleen van een afstand over lezen. Beelden roepen emoties op en emoties vormen voor postmodernisten het begin van elke verklaring of oplossing.

In de vierde plaats wordt postmodernisme gekenmerkt door verbinding en clubgevoel. Dit sluit tevens aan op de online gemeenschappen uit het onderzoek van Campbell (2005a). Postmodernisten ontdekten dat het individu in de praktijk helemaal niet enkel op zichzelf (autonoom) is, maar dat het veel prettiger is om je de hele dag door gesteund te weten door een netwerk van contacten, in plaats van onafhankelijk van anderen door het leven te gaan.

§2.4. Het Hindoeïsme

Er wordt in dit onderzoek niet alleen gekeken naar hoe de identiteit van Hindoestaanse en Chinese jongeren in Nederland bepaald wordt, maar ook naar de rol van de media voor deze jongeren bij de zoektocht naar hun roots. Om een duidelijk beeld te geven van de culturele achtergrond van de jongeren in dit onderzoek, wordt in de volgende paragraaf de culturele achtergrond van de Hindoestanen besproken, namelijk het Hindoeïsme en in paragraaf 2.3. het Boeddhisme, dat in dit onderzoek bij de culturele achtergrond van de Chinese jongeren hoort.

In India zijn er verschillende godsdiensten: het Hindoeïsme, de Islam, het Boeddhisme, het Jānisme, het Sikhisme en het Christendom. Het Hindoeïsme is het geloof met de meeste aanhangers, ongeveer tachtig procent van de Indiase bevolking is hindoe. Deze religie heeft hiermee een grote invloed op India en haar normen en waarden. Het Hindoeïsme vindt zijn oorsprong in de godsdienst van de Indo-germanen (<http://home.hccnet.nl/am.siebers/reli-start.html>). Het dankt zijn bestaan niet aan een bepaalde stichter maar heeft zich gedurende een lange periode van meer dan duizend jaar gevormd uit de plaatselijke religies, onder

opname van een aantal elementen van de godsdienst van een binnenvallend Arisch Indogermaans volk. De oudst bekende heilige schriften, de Veda's (lofzangen, teksten voor offerrituelen) dateren van ca 1200 v.C. Het Sanskriet (een oude indo-germaanse taal) van de Veda's is tot op heden de rituele taal gebleven. De grondgedachten zijn als volgt te omschrijven:

- 1) Karma, de wet van oorzaak en gevolg en de onvermijdelijke uitwerking van iemands daden die niet ophoudt bij de dood maar overgaat in een volgend leven in een hogere of lagere positie.
- 2) Dharma, de plichten die men moet nakomen overeenkomstig de plaats in de samenleving (kaste).
- 3) Samara, de kringloop van de wedergeboorten die ook de dieren betreft.

Uit het voorafgaande kan worden opgemaakt dat de leefregels sterk samenhangen met het kastesysteem. Het prijzen van de goden en het brengen van al dan niet symbolische offers behoort tot de verplichte rituelen van de Hindoe. De koe wordt als heilig dier ontzien. Ten aanzien van de relatie met je naaste kent het Hindoeïsme voornamelijk algemene regels. Verdraagzaamheid en tolerantie zijn twee belangrijke begrippen binnen het Hindoeïsme. Het Hindoeïsme is een van de grote wereldgodsdiensten (<http://www.indianet.nl/ks-hindoe.html>). In tegenstelling tot het Christendom of de Islam heeft het Hindoeïsme zich niet verspreid over veel verschillende volkeren, omdat men geen Hindoe kan *worden*. Men wordt als Hindoe geboren of niet. Er bestaan geen zendelingen die mensen tot het Hindoeïsme bekeren, het Hindoeïsme kent geen heilig boek zoals de Bijbel of de Koran en er is ook geen stichter zoals bij het Boeddhisme.

Zoals al bleek in paragraaf 2.1. maakt de Hindoestaanse gemeenschap in Nederland deel uit van een diaspora, de Indiase diaspora. India is zowel een multicultureel als een meertalig land. Al eeuwen bestaan er verschillende religies en verschillende klassen in dit land, vandaar dat kan worden gesteld dat diversiteit een deel is van de Indiase gemeenschap en diaspora (Van der Burg, Damsteegt & Autar, 1990). Ook door hun verleden in Suriname zijn veel Hindoestanen 'gewend' geraakt aan de multiculturele samenleving en hebben zij zich snel aangepast in Nederland. Desondanks zijn de eigen religie en cultuur belangrijk gebleven voor de meeste mensen en ook de jongeren. Ze houden van Indiaas eten, dans en muziek en ook de *Bollywood* films (Indiase films) zijn erg populair.

De meeste Hindoestanen in Nederland zijn Hindoe, maar er zijn ook Hindoestanen die moslim zijn. Ik zelf kom uit een Hindoestaanse moslimfamilie, maar ben niet op die manier opgevoed. De Hindoestanen in mijn omgeving, met wie ik het meest om ga zijn Hindoes. In de eerste generatie kwam dit verschijnsel bijna niet voor. Het was *not done* dat Hindoes met moslims omgingen. Men hechtte ontzettend veel waarde aan hun eigen religie.

Tegenwoordig, als we kijken naar de tweede generatie (20-35 jaar) waar ook ik onder val,

gaat iedereen normaal met elkaar om. Over het algemeen hebben Hindoestanen in Nederland nog steeds een sterke voorkeur met iemand binnen de eigen etnische groep en religie te trouwen (Van Dijk & Kuipers, 1994). Dit geldt echter voornamelijk voor de ouderen. Bij jongeren is dit minder het geval, want er vinden steeds meer gemengde huwelijken plaats. Dit zou betekenen dat de jongeren zich niet blijven vasthouden aan de traditionele normen en waarden. Toch zie ik in mijn omgeving dat er ook jongeren zijn die dit wel blijven doen, bijvoorbeeld als Hindoestaanse meisjes gaan trouwen. Het moet dan namelijk wel met een man zijn van hetzelfde geloof, tenzij één van de twee zich bekeert tot het geloof van de ander. Dit komt echter niet heel vaak voor, omdat de meeste jongeren hun ouders willen respecteren en de lieve vrede willen bewaren.

§2.5. Het Boeddhisme

Om een vergelijking te maken met de Hindoestaanse jongeren wordt gekeken of Chinese jongeren ook vast blijven houden aan de traditionele normen en waarden van het “Chinees-zijn” of dat zij juist veel meer met hun interesse in het Boeddhisme bezig zijn. Het kan namelijk zijn dat de jongeren niet met het Boeddhisme zijn opgegroeid, maar dat dit pas later in hun leven op hun pad is gekomen. Veel Chinezen zijn bijvoorbeeld opgegroeid met het Taoïsme of het Confucianisme, de oudste filosofische stromingen in de Chinese cultuur (Benton & Vermeulen, 1987).

Het belangrijkste verschil tussen het Boeddhisme en het Hindoeïsme is dat het Boeddhisme een historische stichter bevat, Siddhartha Gautama. Volgens de overlevering werd bij zijn geboorte voorspeld dat hij óf een groot wereldlijk óf een groot spiritueel leider zou worden (<http://www.buddhistmedia.com>). Zijn vader wilde het eerste en omringde hem met alle dingen die hem op het ‘wereldse’ zouden moeten richten. Op een aantal tochten buiten het paleis zag Siddhartha eerst een zieke, vervolgens een bejaarde en tenslotte een dode: zaken die tot dan toe ver van hem gehouden werden. Deze confrontaties riepen in hem de vraag op wat de oorzaken van lijden zijn en of deze oorzaken op te heffen zijn. Na verloop van tijd besloot Siddhartha het paleis te verlaten om zich volledig in de beantwoording van deze vraag te kunnen verdiepen. Eerst volgde hij enige jaren een pad van meditatie en contemplatie en werd meester hierin, maar het uiteindelijke antwoord op zijn vragen vond hij niet. Daarop volgde hij enige jaren een pad van de strengste ascese, maar dit bracht hem evenmin bij het antwoord op zijn vragen. Na verloop van tijd gaf hij ook dit op en in een soort wanhoop of hij ooit de antwoorden op zijn kernvragen zou vinden, maakte hij een zetel van gras onder een boom die hem beschutting gaf aan de oever van een riviertje. Hij nam zich voor daar het antwoord te vinden of te sterven. Door deze volkomen overgave, bereikte hij op een nacht

- eerst inzicht in al zijn vorige levens,
- vervolgens inzicht in de samenhangen in de werkelijkheid en
- tenslotte inzicht in de vraag hoe lijden opgeheven kan worden. Gautama werd Boeddha (= de Verlichte) en daarmee het centrum van de mensheid en zijn geschiedenis. Boeddha verzamelde een groep monniken om zich heen aan wie hij zijn (mondeline) leer doorgaf. Boeddha leerde aan zijn volgelingen de volgende *vier waarheden*:

- (1) Leven is lijden
- (2) De oorzaak van het lijden is het verlangen of de begeerte.
- (3) Het verlangen moet worden overwonnen.
- (4) Het geëigende middel daartoe is het achtvoudige pad.

Het *achtvoudige pad* geeft, in een opklimmende reeks, een leidraad voor het leven:

- (1) het juiste pad, (2) de juiste doelstelling, (3) het juiste woord, (4.) het juiste gedrag (niet stelen, niet doden), (5) het juiste middel voor het levensonderhoud, (6) de juiste inspanning (wilskracht, training), (7) het juiste bewustzijn (kennen van de drijfveren) en tenslotte (8) de juiste meditatie.

Wie de uiteindelijke verlichting bereikt, geniet het Nirwana, enerzijds beschreven als een staat van grootste volheid maar anderzijds ook als een staat van volledige leegte. De centrale levensfilosofie is dat het bestaan eigenlijk een illusie is (wanneer de materiële vorm zich voegt bij het gevoel ontstaat er een idee dat zich verdiept tot het bewust zijn van iets en dat laatste brengt voor een ogenblik de illusie van het bestaan voort). In zijn zuiverste vorm laat het geen ruimte voor aanbidding aangezien er geen wezen is tot wie de aanbidding kan worden gericht. In latere ontwikkelingen is hierop toch ten dele teruggekomen.

Net als in het Hindoeïsme, maakt het begrip karma deel uit van het Boeddhisme. Karma wil zeggen dat ons heden is bepaald door ons verleden. Als je nu een goed leven hebt, komt dat deels door het "goede" karma wat je in je vorige leven hebt opgebouwd en tegelijkertijd is het goede leven wat je nu leidt de basis voor het leven wat hierna volgt.

Anders dan bij het Hindoeïsme is het Boeddhisme overtuigd het 'goede nieuws' voor de gehele mensheid te zijn, maar het is niet de bedoeling om het Boeddhisme aan iemand op te leggen. Het aanhangen hiervan of de interesse hierin moet uit jezelf komen.

HOOFDSTUK 3 : HOE TE ONDERZOEKEN

Hoofdstuk 3: Het onderzoek

Dit onderzoek valt onder de culturele studies. Zoals besproken in hoofdstuk twee zijn dit studies naar alledaagse of populaire cultuur waarbij gebruik wordt gemaakt van theorieën en methoden uit onder andere letteren, literatuurwetenschap en geschiedenis (Boer en Brennecke, 1999). Hall (1992) zegt dat de culturele media – woord, beeld, geluid – hun eigen contexten (her)scheppen via specifieke narratieve, retorische, semiotische, visuele en andere betekenisgevende structuren die theoretisch moeten worden onderzocht. Die betekenis is grotendeels cultureel bepaald en ontstaat pas bij de uitvoering, objectivering of belichaming ervan in handelingspraktijken die de culturele codes telkens weer herhalen en in die herhaling voortdurend veranderen. Betekenis is het toevallige product van de herhaalbaarheid van de culturele ordes en hun regels. En deze herhaalbaarheid komt tot stand doordat subjecten zich met deze codes *willen* identificeren en ze zo ook elders herhalen. Hall noemt deze richting binnen cultural studies *culturalistisch* omdat ze bewust bezig is met de vraag wat ‘cultuur’ is en doet en hoe ze zich verhoudt tot de maatschappij. Dit culturalistisch aspect komt terug in dit kwalitatieve onderzoek aangezien de bepaling van de identiteit van de jongeren onder andere tot stand komt door de manier waarop zij met twee verschillende culturen omgaan, hoe dit zich uit in hun dagelijks leven en wat de betekenis voor hen is.

Aan kwalitatief onderzoek kunnen verschillende methodes worden toegeschreven. Voor dit onderzoek is gekozen voor diepte-interviews. De meningen en opvattingen van de respondenten zijn namelijk van groot belang bij dit onderzoek. In de volgende paragrafen wordt besproken welke methoden gebruikt worden voor de analyse van de uitkomsten. Er zijn vijf diepte-interviews gehouden met Hindoestaanse jongeren, vijf diepte-interviews met Chinese jongeren en twee met een half Nederlandse, half Thaise tweeling (zie ook §3.3. “De onderzoeksdoelgroep”). Door middel van de interviews hoop ik erachter te komen hoe deze jongeren tegenover hun roots, hun culturele achtergrond staan. Maakt het deel uit van hun identiteit en speelt het een grote rol in hun leven? En hebben zij hierbij gebruik gemaakt van de media? Aangezien Ang (2001) zegt dat de culturele achtergrond bij elke respondent in een zekere mate onlosmakelijk met hen verbonden is, met het oog op de diaspora, en Appadurai (1996) het over culturele reproductie heeft, verwacht ik dat bij zowel de Hindoestaanse als de Chinese respondenten hun culturele achtergrond deel uitmaakt van hun identiteit. Ook wil ik erachter komen of de jongeren een nieuwe identiteit of etniciteit creëren, net als in het onderzoek van Gillespie (2000) het geval is. Doordat de jongeren opgroeien met een andere culturele achtergrond dan de westerse, maar wel in een westerse samenleving, kan het zijn dat zij uit beide culturen elementen meenemen en zo hun eigen identiteit of etniciteit creëren.

§3.1. Grounded Theory

Omdat er voorafgaand aan het onderzoek sprake is van een basiskennis aan literatuur en de analyse plaatsvindt tijdens het onderzoek zelf, wordt gebruik gemaakt van de *Grounded Theory* methode. De resultaten worden hierbij voortdurend met elkaar vergeleken en getoetst of ze gelijk van aard zijn. Er bestaan verschillende opties om de gevonden resultaten met elkaar te vergelijken.

De procedure die moet worden gevolgd bij het gebruik van de *Grounded Theory* methode is als volgt (Verschuren & Doorewaard, 1998): met de literatuur wordt een basis opgebouwd, waarmee het onderzoek wordt ingestapt. Met behulp van *open coding* worden de gevonden gegevens van naam voorzien. De gevonden resultaten worden genoteerd en begrippen die de resultaten zouden kunnen omschrijven worden voorzichtig geformuleerd. Er worden labels aan de gegevens toegekend en gecategoriseerd. Met de volgende stap(pen) wordt *axial coding* genoemd. Hierin worden de concepten ontwikkeld door ze meer betekenis te geven en tot ze volwaardige begrippen zijn die het onderzoeksgebied bestrijken. De verschillende concepten worden dan met elkaar in verband gebracht binnen een oorzaak-gevolg schema.

Als laatste wordt er door *selective coding* een shifting gemaakt in de gevonden begrippen. De kernbegrippen worden vastgesteld en de samenhang tussen de begrippen wordt in een betooglijn geformuleerd.

Vervolgens wordt de theorie verder uitgewerkt. Hierin moeten de relaties tussen de gevonden begrippen zorgvuldig worden geformuleerd. Een terugkoppeling naar de theorie of andere theorieën is hierbij mogelijk.

§3.2. Diepte-interviews

Het voordeel van diepte-interviews is de grote informatierijkdom, er is sprake van een brede benadering en er is sprake van grote flexibiliteit wat, in tegenstelling tot gestructureerde informatiewinning, kan leiden tot nieuwe, onverwachte zaken (Van Engeldorp Gastelaars, 1998). Dit zijn de voordelen die in dit onderzoek gewenst zijn. Interviews als onderzoeksmethode hebben echter als nadeel het subjectieve karakter van deze methode. Bij de interpretatie van de interviews kan bijvoorbeeld de mening van de onderzoeker een verstorende werking hebben. Om (kritische) derden de mogelijkheid te bieden om na te gaan op basis waarvan er in dit onderzoek bepaalde uitspraken zijn gedaan, is ieder interview op cassetteband opgenomen en zijn de interviews volledig uitgetypt.

Tijdens de diepte-interviews is gebruik gemaakt van een zogenaamde topiclijst (zie bijlage 1). Dit is een gesprekshandleiding waarin gesprekstopics staan aangegeven (Wester, 1995). Deze lijst is gekoppeld aan de vraagstelling in dit onderzoek en de bijbehorende literatuur. In

de lijst staan onderwerpen die ik tijdens de interviews naar voren wil laten komen. De topiclijst dient dus als geheugensteun (Wester, 1995).

Voordat de interviews plaatsvonden, is aan de respondenten gevraagd of zij twee attributen wilden meenemen die een belangrijke betekenis voor hen hebben in hun leven en die te maken hebben met hun culturele achtergrond en/of hun interesse in het Boeddhisme. Ook hebben zij twee vragenformulieren ingevuld (zie bijlagen 2 en 3), één met hun persoonlijke gegevens en een lijst met vragen over welke televisie- en radioprogramma's zij bekijken en beluisteren met betrekking tot hun culturele achtergrond. De persoonlijke gegevens heb ik gebruikt om de respondenten te kunnen indelen in met name leeftijdscategorie, religie en etniciteit. De lijst met vragen over welke programma's zij bekijken heb ik gebruikt om tijdens het diepte-interview meer te weten te komen over hun mediagebruik met betrekking tot hun culturele achtergrond.

§3.3. De onderzoeksdoelgroep

De onderzoeksdoelgroep bestaat allereerst uit Hindoestaanse jongeren die het Hindoeïsme aanhangen. Omdat ik zelf Hindoestaans ben en naast mijn familie tevens Hindoestaanse vrienden en kennissen heb, was het niet moeilijk om Hindoestaanse respondenten te vinden voor mijn onderzoek. Om een vergelijking te kunnen maken met Boeddhistische jongeren, onderzoek ik Chinese jongeren die het Boeddhisme aanhangen.

Het vinden van Chinese, Boeddhistische respondenten bleek moeilijker te zijn dan gedacht. Uiteindelijk ben ik via een onderzoeksgenoot in contact gekomen met de eerste Chinese respondent. Deze respondent is lid van de Boeddhistische vereniging Blia Yad in Amsterdam. Na het interview verwees hij me door naar andere leden, die verwezen me op hun beurt weer door en uiteindelijk heb ik redelijk wat Chinese, Boeddhistische respondenten geïnterviewd. Via een onderzoeksgenoot ben ik tevens in contact gekomen met een Thaise, Boeddhistische tweeling. Aangezien ik niet alleen respondenten van één vereniging wilde interviewen, heb ik hen ook geïnterviewd, wat zeer interessante resultaten met zich mee heeft gebracht. Doordat ik niet alleen Chinese jongeren heb geïnterviewd, wat in eerste instantie de bedoeling was, heb ik later mijn vraagstelling aangepast. In plaats van "Hindoestaanse en Chinese jongeren" is het "Hindoestaanse en Boeddhistische jongeren" geworden. Nog even voor de duidelijkheid, het verschil is dat de Hindoestaanse jongeren de religie van huis uit hebben meegekregen en bij de Boeddhistische jongeren kan het ook zijn dat zij pas later met het Boeddhisme in aanraking zijn gekomen. Het Boeddhisme is voor hen geen religie, maar een filosofische stroming.

§3.4. Receptieonderzoek

Uit de culturele studies is in de jaren '80 van de vorige eeuw de receptieanalyse voortgekomen. In receptieonderzoek worden de media benaderd als teksten, die bestudeerd worden door de mediagebruikers, de ontvangers. Het interactieproces tussen mediaboodschap en het publiek wordt op individueel niveau onderzocht. Hierbij wordt rekening gehouden met de sociale en culturele factoren die invloed zouden kunnen hebben op dit proces. In de receptieanalyse zijn de uitgangspunten van de culturele studies belangrijk. Massacommunicatie wordt gezien als een proces waarbij de werkelijkheid wordt geconstrueerd. Dit proces vindt niet alleen plaats in de media, waarin de werkelijkheid gerepresenteerd wordt, maar men gaat ervan uit dat het publiek ook een actieve rol speelt bij deze constructie (De Boer & Brennecke, 1999, p.189).

Bij receptieonderzoek moet de mediatekst, in dit onderzoek de televisie- en radioprogramma's en internetsites, bekeken worden vanuit de perceptie van het publiek. Het publiek interpreteert en construeert betekenissen naar aanleiding van de mediateksten.

Het mediagebruik wordt gezien als een proces. Dit proces is het object wat nader wordt onderzocht in een receptie-analyse. Dit mediagebruik hangt af van de situatie waarin men verkeert. Het hangt samen met de mate waarin men deelneemt aan bepaalde 'interpretatieve gemeenschappen'. Het media-publiek is dus opgebouwd uit verschillende interpretatieve gemeenschappen, maar desondanks geven zij volgens een overeenkomstig interpretatiekader betekenis aan mediaboodschappen. Kortom, het gaat bij receptie-onderzoek zowel om de inhoud van de mediaboodschap als de receptie hiervan door het publiek.

§3.5. De analyse

De diepte-interviews heb ik met behulp van een cassette recorder opgenomen en daardoor letterlijk kunnen uittypen. Dit wordt ook wel *transcriptie* genoemd (Wester, 1995). Met betrekking tot de transcripten heb ik een repertoire-analyse uitgevoerd.

Bij een repertoire-analyse wordt er vanuit gegaan dat de taal niet neutraal is en dat de dingen die iemand zegt uitvoerig moeten worden bekeken om alle achterliggende of onbedoelde uitingen te achterhalen (Wetherell & Potter, 1988). Er wordt als het ware naar patronen gezocht in de uitspraken die de respondenten doen. Hieruit kunnen repertoires geïdentificeerd worden. Repertoires kunnen gedefinieerd worden als consistente spraakpatronen, die een respondent gebruikt bij het construeren van een versie handelingen, cognitieve processen en andere ideologisch geladen verschijnselen (Wetherell & Potter, 1988, p.172). Als de antwoorden van de respondent niet consistent zijn, ligt er waarschijnlijk een reden aan de al dan niet consistente manier van antwoorden. Dit hoeft niet te betekenen

dat de respondent dit met opzet doet. Juist doordat de respondent sociaal wenselijke antwoorden probeert te geven, treden eventuele inconsistenties op.

Repertoire-analyse kan worden gebruikt om bepaald gebruik van interpretatiekaders en vocabulaires beter te begrijpen (Costera Meijer, 2001, p.208). De betekenis van een uitspraak is groter dan de letterlijke formulering en een uitspraak bevat soms zelfs betekenis waarvan degene die de uitspraak doet zichzelf niet bewust is. Bij een repertoire-analyse gaat het erom de onbewuste of bewuste functie van een uitspraak te achterhalen. Dit is zeer toepasbaar tijdens diepte-interviews, vandaar dat ik voor deze analysemethode heb gekozen.

§3.6. Verloop van onderzoek

Tijdens het eerste diepte-interview ben ik erachter gekomen dat ik enkele vragen moest aanpassen. Ik had gehoopt dat tijdens dit interview de betekenis van de culturele achtergrond van de respondent voor haar vanzelf naar voren zou komen, maar dit was niet het geval. Belangrijk was dat ik een concretere vraag stelde met betrekking tot de attributen en de culturele achtergrond. In de interviews die hierna volgden heb ik dan ook de vraag gesteld of de respondenten twee attributen mee wilde nemen die voor hen een belangrijke betekenis hadden in hun leven en die te maken hadden met hun culturele achtergrond en/of hun interesse in het Boeddhisme. In eerste instantie dacht ik dat uit de interviews vooral naar voren zou komen dat de respondenten in hun huidige levensfase veel meer naar hun oorspronkelijke cultuur trekken dan de Nederlandse cultuur waarin zij zijn opgegroeid. Juist omdat zij in een ander land zijn opgegroeid dan waar zij oorspronkelijk vandaan komen en daardoor meer te weten willen komen over de cultuur van hun afkomst, met andere woorden: *Going back to their roots*. Dit gaat echter voor een gedeelte op. De identiteit van de respondenten vinden ze niet helemaal terug in hun oorspronkelijke cultuur, maar ook niet alleen in de Nederlandse.

Gedurende de interviews met de Hindoestaanse respondenten kreeg ik het gevoel dat de respondenten zeer open waren in hun manier van antwoorden. Dit heeft waarschijnlijk te maken met het gegeven dat ik ook Hindoestaans ben. Sommigen vonden het in eerste instantie soms moeilijk om over persoonlijke gebeurtenissen te praten, maar vonden het niet vervelend als ik doorvroeg.

Ik had verwacht dat de gesprekken met de Chinese respondenten minder soepel zouden verlopen. De Chinezen in Nederland worden vaak beschreven als een zeer gesloten en naar binnen gerichte groep (Benton & Wubben, 1980). Hier heb ik echter niets van gemerkt tijdens de interviews. Zowel de Chinese als de Thais-Nederlandse respondenten waren erg enthousiast in hun manier van antwoorden. Dit komt waarschijnlijk doordat zij deel uitmaken van de tweede generatie allochtonen in Nederland. Zij zijn (meestal) hier geboren en

GOING BACK TO CREATE NEW ROOTS!

opgegroeid en hebben daardoor meer van de Nederlandse cultuur meegekregen dan hun ouders (eerste generatie).

HOOFDSTUK 4 : GOING BACK TO CREATE NEW ROOTS

Hoofdstuk 4: Going back to create new roots

De Hindoestaanse jongeren houden zich via de televisie op de hoogte over wat er zich afspeelt binnen de Hindoestaanse gemeenschap. Verschillende Hindoestaanse zenders kondigen feesten aan, laten reportages zien van deze feesten, brengen nieuwe Bollywoodfilms ter sprake en de laatste roddels over de beroemde acteurs en actrices. De Hindoestaanse jongeren herkennen hierin elementen uit hun eigen cultuur en omdat deze zenders zich vooral richten op jongeren, vinden zij het aantrekkelijk om ernaar te kijken. De jongeren bepalen wat voor hun aantrekkelijk is uit zowel de Nederlandse als de Hindoestaanse cultuur en creëren op die manier een eigen identiteit. Hierdoor wordt er een nieuwe etniciteit ontwikkeld die bestaat uit zowel de betekenissen van de cultuur van de ouders, als de betekenissen uit de westerse samenleving (Gillespie, 2000).

De Boeddhistische jongeren hebben niet echt de behoefte om hun interesse in het Boeddhisme of culturele achtergrond terug te vinden op televisie. In tegenstelling tot de Hindoestaanse mediacultuur is er geen sprake van een Boeddhistische mediacultuur. Er zijn geen Chinese zenders die in Nederland te ontvangen zijn (zoals er bijvoorbeeld wel voor de Hindoestanen lokale Hindoestaanse zenders zijn) en de Boeddhistische programma's die te zien zijn, vinden ze niet interessant genoeg (paragraaf 4.2.). Wel is er in de Nederlandse media een opkomende Aziatische mediacultuur te zien.

In paragraaf 4.3. wordt beschreven op welke manier de jongeren postmoderne mediagebruikers zijn. Momenteel gebruiken de jongeren de media niet tijdens de zoektocht naar hun roots, maar opmerkelijk is dat het niet helemaal uit onwil of desinteresse blijkt te zijn (paragraaf 4.4.).

De jongeren in dit onderzoek zijn opgegroeid in Nederland en hebben een andere cultuur dan de Nederlandse. Zij hebben bepaalde, traditionele waarden en normen van huis uit meegekregen en zijn tegelijkertijd in aanraking gekomen met de Nederlandse cultuur. De belangrijkste aspecten uit hun eigen cultuur is respect hebben voor je familie en je cultuur. Vooral bij de Hindoestaanse jongeren komt dit naar voren in hun dagelijks leven. Zij zouden in sommige situaties, bijvoorbeeld uit huis gaan, best wat vrijer willen zijn, maar om niet tegen de wil van de ouders in te gaan, leggen zij zich erbij neer.

Roots zijn voor deze jongeren een intellectueel en soms tastbaar aspect. De familie en de cultuur zijn voor hen hun roots. Enkele jongeren vinden hun roots ook terug in het eten of het dragen van bepaalde sieraden (paragraaf 4.5.).

Volgens Stuart Hall (1996) is de cultuur van diaspora het product van het constante proces dat zich voordoet wanneer migranten, of op andere manieren ontheemde culturen, selectief

elementen van de cultuur van het 'nieuwe' land opnemen. Dit zorgt voor een vernieuwde cultuur die is gerelateerd aan zowel de cultuur van waar men woonachtig is als de cultuur van oorspronkelijke herkomst. Er kan worden gesteld dat er een nieuwe etniciteit wordt ontwikkeld die bestaat uit zowel de betekenissen van de cultuur van de ouders, als de betekenissen uit de westerse samenleving (Gillespie, 2000) (paragraaf 4.6.)

§4.1. Respondenten

In totaal zijn er twaalf respondenten geïnterviewd, waarvan vijf Hindoestanen, vijf Chinezen en twee half Thaise respondenten. In tabel 1 is een overzicht te zien met verschillende gegevens van deze respondenten, waaronder de etniciteit en de culturele achtergrond. In de volgende paragraaf wordt besproken in hoeverre deze twee aspecten van belang zijn voor de respondenten.

Tabel 1: De respondenten

	Naam	Leeftijd	Sekse	Woonsituatie	Hoogst genoten opleiding	Etniciteit	Culturele achtergrond
1	Junita	25	v	Ouders	VWO	Hindoestaans	Hindoestaans
2	Runoe	23	v	Samenwonend	MBO+	Hindoestaans	Hindoestaans
3	Sharda	29	v	Alleenstaand	HBO	Hindoestaans	Hindoestaans
4	Roos	31	v	Alleenstaand	HBO	Hindoestaans	Hindoestaans
5	Nargis	22	v	Ouders	VWO	Hindoestaans	Hindoestaans
6	Loby	20	m	Studentenhuis	HAVO	Chinees	Boeddhistisch
7	Guan Her	22	m	Ouders	VWO	Chinees	Boeddhistisch
8	Chi Liong	26	m	Ouders	WO	Chinees	Boeddhistisch
9	Kah Wai	19	m	Studentenhuis	VWO	Chinees	Boeddhistisch
10	Benjamin	22	m	Ouders	VWO	Chinees	Boeddhistisch
11	Ming	21	v	Samenwonend	VWO	Thais-Nederlands	Boeddhistisch
12	Miek	21	v	Samenwonend	VWO	Thais-Nederlands	Boeddhistisch

§4.2. Nieuwe etniciteit

§4.2.1. Herkenbaarheid

De Hindoestaanse jongeren houden zich via de televisie op de hoogte over wat er zich afspeelt binnen de Hindoestaanse gemeenschap. Verschillende Hindoestaanse zenders, die vaak via het infothuis-kanaal zijn te ontvangen zoals Sarnami TV en Hindustani TV, kondigen feesten aan, laten reportages zien van deze feesten, brengen nieuwe Bollywoodfilms ter

sprake en de laatste roddels over de beroemde acteurs en actrices. De Hindoestaanse jongeren herkennen hierin elementen uit hun eigen cultuur en omdat deze zenders zich vooral richten op jongeren, vinden zij het aantrekkelijk om ernaar te kijken. White (1991) geeft aan dat televisie vandaag de dag in de meeste culturen de meest belangrijke ervaring is om verhalen kwijt te kunnen en op te doen en tevens een representatie en een bevestiging is van de eigenschappen en normen en waarden van onze cultuur.

De OHM, Organisatie Hindoe Media, wordt ook bekeken, maar minder aantrekkelijk gevonden dan Hindustani TV en Sarnami TV.

*Roos: Ik vind het wel leuk, ik vind het heel jammer dat het maar een half uurtje is. Ik vind ook dat de Nederlandse bevolking ook wel meer kennis mag maken met het Hindoestaanse gebeuren. Ja, het is echt zo voorbij en er zitten ook wel eens van die eh...je hebt heel veel verschillende onderdelen, bijvoorbeeld van de Veda's¹, dat vind ik heel erg mooi om te zien. Een ander licht op bepaalde onderwerpen, van zo kun je dat ook bekijken...maar aan de andere kant vind ik ook wel dat ze van die talkshow-achtige toestanden hebben, waarbij er altijd maar een **heel eenzijdig beeld wordt gegeven**...je ziet dat er **altijd maar één bepaalde laag van de bevolking is vertegenwoordigd** en dan denk ik ja, hallo, begeef je ook een keer onder de andere Hindoestanen. En er zijn er aardig wat in Nederland!*

Sharita: Maar je kijkt dus wel eens naar OHM...

Nargis: Ik heb af en toe gekeken ja..

Sharita: En wat vond je daarvan?

*Nargis: Ik vind dat OHM minder aantrekt tot jongeren...Ik vind dat het **meer gericht is op de oudere Hindoestanen**...en daarmee bedoel ik...kijk, het gaat over de geschiedenis van India en ja, dat is op zich wel interessant, maar ja, ouderen kunnen zich er een beter beeld bij voorstellen en die vinden het heel leuk om naar te kijken.*

Sharita: Oké.

*Nargis: En ja bij **Hindustani TV gaat het toch ook vaak over feestjes die er zijn geweest...en verslagen van reizen** enzo..Ja, dat trekt me toch meer aan.*

Buitenlandse programma's met daarin de Hindoestaanse cultuur worden tevens aantrekkelijk gevonden.

Roos: Nou, het leukst vind ik Goodness, Gracious me, maar die heb je niet meer.

Sharita: Want wat was dat precies voor programma?

¹ Geschriften uit het Hindoeïsme

*Roos: Dat waren allemaal sketches, maar dan met hele **herkenbare Hindoestaanse taferelen** en ik vond ze briljant in elkaar gezet, want dat zijn best wel intelligente mensen hoor, die dat hebben gedaan.*

Sharita: Het is een Engels programma?

Roos: Ja, het was eerst ook op de BBC en later kwam het op Nederland 3 en op een gegeven moment zijn ze ermee opgehouden.

Blijkbaar speelt voor de aantrekkelijkheid herkenbaarheid een grote rol, maar ook het aspect humor is belangrijk.

Deze aspecten zijn tevens terug te vinden in de Bollywoodfilms waar de Hindoestaanse jongeren naar kijken, in de bioscoop of op dvd.

Junita: ...Wel Hindoestaanse films.

*Daar is het altijd heel sterk aanwezig...Dat de familie centraal staat en gewoon die band met je ouders, je broers en zussen, kinderen...**Daar zie ik het wel heel sterk in terug. Dan kan ik me er wel in verplaatsen...***

Het feit dat de huidige Bollywoodfilms zich meer richten op de westerse cultuur (Verstappen, 2005) en daardoor aantrekkelijker worden voor de Hindoestaanse jongeren in Nederland, neemt niet weg dat traditionele normen en waarden nog steeds worden gehanteerd. De jongeren bepalen als het ware wat voor hun aantrekkelijk is uit zowel de Nederlandse als de Hindoestaanse cultuur en creëren op die manier een eigen identiteit. Er kan worden gesteld dat er een nieuwe etniciteit wordt ontwikkeld die bestaat uit zowel de betekenissen van de cultuur van de ouders, als de betekenissen uit de westerse samenleving (Gillespie, 2000).

§4.2.2. Waarden en normen haal je uit... een soap?

Een nieuwe etniciteit wordt in zekere zin ook gecreëerd door de betekenissen uit een bepaald televisieprogramma bijvoorbeeld Goede Tijden Slechte Tijden, in relatie tot de eigen identiteit en waarden en normen uit de culturele achtergrond.

Runoe: Eh nou, binnen het Hindoeïsme zou homoseksualiteit niet zo snel worden besproken of naar voren komen en in dat soort programma's wel.

Sharita: Ja.

*Runoe: Ik bedoel eh, Goede Tijden Slechte Tijden is toch een serie wat je met je gezin kijkt, kinderen kijken mee en die leren dan toch **dat het gewoon bij het normale leven hoort hier in Nederland.***

Sharita: Oké.

Runoe: Ja, het brengt dus onderwerpen naar voren die je misschien zelf niet ter sprake zou brengen.

Sharita: En zou jij later je kinderen gewoon naar Goede Tijden Slechte Tijden laten kijken?

*Runoe: Ja, juist. Omdat ze **dan de verschillende culturen leren te combineren**, waar ze ook gewoon in hun leven mee te maken gaan krijgen. Ik bedoel, onze ouders hebben een heel andere achtergrond dan wij, maar doordat we hier leven leren we dat ook allemaal.*

Ook hier komt naar voren dat de jongeren zelf bepaalde keuzes maken als het gaat om het creëren van een eigen identiteit. Deze bestaat uit zowel de betekenissen van de cultuur van de ouders, als de betekenissen uit de westerse samenleving.

§4.2.3. Niet uit zichzelf kijken

De Boeddhistische jongeren kijken niet uit zichzelf naar programma's die te maken hebben met hun culturele achtergrond of interesse in het Boeddhisme.

Sharita: Je kijkt en luistert dus helemaal geen televisieprogramma's zie ik... die te maken hebben met jouw culturele achtergrond en interesse in het Boeddhisme?

*Kah Wai: Nee eigenlijk niet. Misschien als ik toevallig iets op televisie tegen kom dat ik er dan wel naar blijf kijken, maar **verder zoek ik daar zelf niet echt naar**.*

Sharita: Je hebt dus nooit televisieprogramma's gekeken, vanuit je interesse in je culturele achtergrond en het Boeddhisme?

*Chi Liong: Nou ja, als ik toevallig wat tegenkom dan kijk ik er wel naar, maar **het is niet zo dat ik er speciaal voor thuis blijf zitten**.*

De jongeren hebben vrijwel geen behoefte om hun interesse in het Boeddhisme of culturele achtergrond terug te vinden op televisie. Wel kijken ze naar dvd's en video's van Aziatische (teken)films en Martial Arts films. Ze kijken of keken hier vooral naar omdat bijvoorbeeld hun ouders er naar keken, niet uit zichzelf. Omdat het al "aanwezig" was keken zij naar deze (teken)films. Tegenwoordig kijken zij af en toe, maar over het algemeen kijken ze nergens naar. Wellicht komt dit onder andere door de gedachte van het Boeddhisme dat al het materiële vergankelijk is en dat alles uit jezelf moet komen.

In tegenstelling tot de Hindoestaanse mediacultuur is er geen sprake van een Boeddhistische mediacultuur. Dit kan ook een reden zijn waarom de Boeddhistische respondenten weinig gebruik maken van de media voor hun culturele achtergrond en interesse in het Boeddhisme. Er is (volgens hen) niet veel wat de media hierover te bieden

hebben. Er zijn geen Chinese zenders die in Nederland te ontvangen zijn (zoals er bijvoorbeeld wel voor de Hindoestanen lokale Hindoestaanse zenders zijn) en de Boeddhistische programma's die te zien zijn, vinden ze niet interessant genoeg.

§4.3. Postmodernisme

§4.3.1. *Bij blijven via internet*

De Hindoestaanse jongeren bezoeken regelmatig internetsites die te maken hebben met de Hindoestaanse gemeenschap in Nederland of Suriname.

Sharita: Kaise.nl?

*Nargis: Ja, ik doe er niet actief mee, ik bekijk en lees het, dus **om mezelf op de hoogte te houden**, toch een beetje bij te blijven, maar dat is het.*

Sharita: Ja. En Sangam.nl?

Nargis: Ja, is eigenlijk in principe precies hetzelfde...dus ook een jongerensite. Ja, qua inhoud is het eigenlijk precies hetzelfde als Kaise.nl. En ik bezoek deze site dus ook om dezelfde reden als Kaise.nl...

Sharita: Ok, en Waterkant.net?

*Nargis: Ja, waterkant.net is een site dat eigenlijk de link is tussen Suriname en Nederland...Waterkant.net gaat voornamelijk over nieuws uit Suriname. Dus over nieuwsitems daarzo en nieuwsitems uit Nederland worden ook daar bekend gemaakt, zodat **heel veel Surinamers ook daar op de hoogte zijn**.*

Sharita: En je bekijkt ook een aantal internetsites zie ik, Kaise.nl?

Runoe: Ja, dat klopt. Het is een Hindoestaanse site, waar allerlei informatie op staat over bijvoorbeeld feesten die er worden gegeven en een forum die ik regelmatig lees.

*Ja, het is wel grappig. **Je kan eigenlijk zien wat er binnen het Hindoestaanse circuit binnen Nederland gebeurt**.*

Sharita: Ja.

*Runoe: Ja, **om mezelf een beetje op de hoogte te houden** en het is lekker makkelijk, omdat je gewoon thuis achter de pc de site kan bezoeken...*

Sharita: En die forums, doe je daar zelf ook aan mee?

Runoe: Soms. Ik zet wel eens een reactie erbij.

De sterke band die de jongeren met hun culturele achtergrond hebben, de culturele verbondenheid (Appadurai, 1996), komt ook hier weer naar voren. Deze jongeren zijn een

voorbeeld van de Indiase diaspora in Nederland. Zij hebben de behoefte om op de hoogte te blijven van het reilen en zeilen binnen de Hindoestaanse gemeenschap en internet is hierbij een uitstekend medium. In sommige gevallen nemen deze jongeren ook actief deel aan de forums, oftewel de online-gemeenschappen waar Campbell (2005a) het over heeft. Het deelnemen aan gesprekken en het delen van hun ervaring geeft aan dat deze jongeren postmoderne mediagebruikers zijn. Zij geven de voorkeur aan participatie boven observatie (Costera Meijer e.a., 2004).

Ook Hotmail en MSN Messenger (chatten) fungeren als online-gemeenschappen voor de jongeren. Op deze manier kunnen zij contact blijven houden met vrienden en familie, die bijvoorbeeld in Suriname wonen.

De Boeddhistische jongeren maken veel gebruik van het internet, maar niet zozeer uit interesse voor hun culturele achtergrond of het Boeddhisme. Sommige jongeren bezoeken wel Aziatische sites om op de hoogte te blijven wat er zich afspeelt binnen de Aziatische gemeenschap en op de hoogte te blijven van de laatste trends.

§4.4. Behoeftte aan nieuwe programma's

Uit de interviews kan worden opgemaakt dat de Boeddhistische jongeren vrij weinig gebruik maken van de media voor hun interesse in het Boeddhisme en hun culturele achtergrond. Om erachter te komen of dit komt door een gebrek aan behoefte hieraan is tijdens het interview de volgende vraag gesteld aan de respondenten:

Stel dat je zelf een programma moet bedenken wat betreft jouw interesse in je culturele achtergrond en/of het Boeddhisme, waar jij naar zou kijken, hoe zou dat er dan uitzien?

In principe kan over het algemeen worden gesteld dat de Boeddhistische jongeren in de veronderstelling zijn dat je materiële zaken als televisie, radio en internet niet nodig hebt. De bevrediging van al je behoeftes haal je uit jezelf. Toch hebben de respondenten veel ideeën als het gaat om het bedenken van een eigen televisieprogramma:

Benjamin: ik zal dan iets wat in is gebruiken met Boeddhistische elementen, met Aziatische muziek, bijvoorbeeld met een popster of met een film.

*Miek: Ik denk meer programma's die echt over het Boeddhisme in Thailand gaan en over mensen, wat ze doen...ja dat laten zien. **Echt met dat Thaise, ja dat komt ook omdat ik half Thais ben....**Ja, of misschien een programma over verschillende Boeddha's ofzo, want in China hadden ze hele andere Boeddha's dan in Thailand....dus welke Boeddha waar goed voor is...zo iets.*

Kah Wai: Een programma over hoe je het Boeddhisme in het dagelijks leven in praktijk kan brengen. En vragen van kijkers beantwoord worden die over het Boeddhisme gaan. En misschien tussendoor een Boeddhistische tekenfilm?

De jongeren hebben duidelijk ideeën over hoe een voor hun aantrekkelijk programma eruit zou moeten zien. Met andere woorden, er is blijkbaar wel een behoefte aanwezig bij de respondenten, maar deze wordt door het huidige aanbod niet bevredigd. Momenteel gebruiken de jongeren de media niet tijdens de zoektocht naar hun roots, maar dit kan veranderen als het aanbod wel aantrekkelijk voor hen is.

§4.5. Diaspora en culturele verbondenheid

§4.5.1. Acceptatie door ouders

De Hindoestaanse jongeren vinden dat de cultuur waarmee zij zijn opgegroeid, de Hindoestaanse cultuur, centraal staat in hun leven samen met hun familie. Zij vinden het heel belangrijk om contacten te onderhouden met familieleden die bijvoorbeeld in Suriname wonen, maar ook met hun familie en Hindoestaanse vrienden in Nederland. Dit hangt in feite met elkaar samen, want in de Hindoestaanse cultuur is het een gewoonte dat ouders en familie zeer belangrijk zijn. Respect tonen voor hen is dan ook meer dan normaal, ook al zouden ze sommige zaken liever anders zien.

Junita: Ik ben nu 25 en ik woon nog steeds thuis. Het is gewoon de bedoeling dat...dat ik echt getrouwd het huis uit ga..dat is bij ons, zeg maar, ja de opvoeding die wij meegekregen hebben.

Sharita: En wat vind je daarvan?

Junita: Nou, ik zelf...eh..het liefst zou ik wel op mezelf willen wonen voordat ik getrouwd zou zijn...Gewoon voor mezelf om te zien van, hoe is dat nou en alles zelf te doen..Maar ik kan me er ook wel in vinden hoe zij dat willen zeg maar. Zij beschouwen dat als hun taak, zij zien dat zo.

Sharita: Dus je legt er bij neer.

*Junita: Ja. Ik ben niet zo iemand die er dan tegen in gaat. Ik heb zoiets van, **als het voor hun rust geeft dan moet het maar zo.***

Sharita: Je hebt een Hindoestaanse vriend?

*Nargis: Ja! **Dat was dus ook wel van belang**, vanwege het feit dat ik zelf Hindoestaans ben...*

Sharita: Daar heb je dus bewust voor gekozen?

*Nargis: Nou, in eerste instantie niet, niet bewust voor gekozen. Maar naarmate het serieuzer werd speelde dat natuurlijk wel een rol... **Ook dat mijn ouders het goed zouden vinden...** en voor mijzelf natuurlijk ook.*

De mening en goedkeuring van de ouders voor de jongeren is ontzettend belangrijk in de Hindoestaanse cultuur. Dat de jongeren hiermee “akkoord gaan” en hier veel waarde aan hechten geeft aan dat zij de Hindoestaanse cultuur met zich meedragen in hun dagelijks leven. Hiermee worden een aantal theorieën bevestigd. Ang (2001) had het er al over dat er een blijvende band blijft bestaan met het land en de cultuur waar men vandaan komt (diaspora). De culturele reproductie waar Appudurai (1996) het over heeft, dus het voortdurend doorgeven van de cultuur en bijbehorende tradities van generatie op generatie, gaat hierbij tevens op. De Hindoestanen in Nederland hebben nog steeds een sterke voorkeur met iemand binnen de eigen etnische groep en religie te trouwen (Van Dijk & Kuipers, 1994). Ondanks dat de jongeren om zich heen zien dat het er tussen de Nederlandse ouders en jongeren er anders aan toe gaat, *kiezen* zij toch voor de “traditionele” manier uit hun eigen cultuur. Zij vervullen als het ware de kloof tussen de eerste en de tweede generatie. Deze keuze maakt deel uit van hun persoonlijkheid en identiteit.

§4.5.2. Roots, tastbaar of intellectueel?

Uit de interviews bleek al snel dat er voor de Hindoestaanse jongeren geen tastbare attributen bestaan die te maken hebben met hun culturele achtergrond. Ik heb daarom gevraagd of zij twee aspecten konden bedenken die belangrijk voor hen zijn in hun dagelijks leven en die te maken hebben met hun culturele achtergrond. Het bleek dat hun familie en hun cultuur het belangrijkste voor hen is, zoals al duidelijk werd in de vorige paragraaf. Dit dragen ze namelijk mee in hun hart en gevoel en ervaren zij in hun dagelijks leven. Met andere woorden, het is voor hen een *intellectueel* aspect. In de voorgaande paragraaf werd al duidelijk dat voor de Hindoestaanse jongeren hun cultuur en hun familie het belangrijkste is in hun leven.

Bij de Boeddhistische jongeren is het een ander verhaal. Hun roots hebben namelijk te maken met hun culturele achtergrond, maar voor sommige jongeren is dit niet zo belangrijk als de levensbeschouwing die zij aanhangen, namelijk het Boeddhisme. Ook is bij sommige respondenten het Boeddhisme niet de levensbeschouwing die zij van huis uit hebben meegekregen. De culturele achtergrond maakt voor deze jongeren vanzelfsprekend deel uit van hun persoonlijkheid. Het Boeddhisme is iets wat voor de Chinese jongeren vrij recent op hun pad is gekomen, waardoor het nieuw en interessant voor hen is.

Guan: Ik denk dat ik **meer affiniteit heb met het Boeddhisme** zelf dan met het Chinees zijn.

Sharita: En ben jij ook Boeddhist?

Benji: Eh...nee....**maar ik ben er wel in geïnteresseerd.**

Sharita: Maar je beschouwt jezelf dus niet als een Boeddhist?

Benji: Nee.

Sharita: Hoe komt dat dan?

Benji: Kijk, bij het Humanistische Boeddhisme wordt er nagedacht over het leven. Sommige verklaringen zoals reïncarnatie bijvoorbeeld...daar geloof ik niet in...

Sharita: Oke.

Benji: Ik ben iemand die pas iets gelooft als het wetenschappelijk is bewezen.

Sharita: Oke, die gedachte staat best ver van het Boeddhisme af, toch?

Benji: Nou **sommige dingen in het Boeddhisme geloof ik ook hoor en dat zijn dingen die logisch zijn.**

Kah Wai:... Ik weet bijvoorbeeld **dat ik zelf ook niet heel erg actief bezig ben met het Boeddhisme** en ik denk dan dat zij dat ook niet zullen zijn.

Sharita: Wat is dan precies "actief bezig zijn met het Boeddhisme"?

Kah Wai: Ik zou er dus graag wat meer over willen lezen. **Mijzelf er meer mee bezig willen houden praktisch en spiritueel.** Praktisch zou ik meer de mensen willen helpen, misschien vrijwilligerswerk verrichten en spiritueel...maar hier heb ik mijzelf nog niet echt in verdiept, meer mediteren.

Chi Liong: Ik heb zoiets van, er zijn bepaalde dingen in het Boeddhisme die ik zeg maar wel geloof en als het ware aanneem, maar er zijn ook dingen waar ik mijn twijfels over heb.

Sharita: Ja.

Chi Liong: Dus **het speelt wel een rol**, maar ook weer niet een hele belangrijke rol, **het is niet zo dat mijn hele leven erdoor wordt bepaald.**

De jongeren vinden het Boeddhisme interessant, met name de aspecten waar zij in geloven. Niet alles spreekt ze aan. Het Boeddhisme maakt deel uit van hun leven, maar het staat niet centraal. Omdat het Boeddhisme "nieuwer" is dan hun culturele achtergrond is het wellicht interessanter op dit moment in hun leven dan hun culturele achtergrond waar zij al heel hun leven mee te maken hebben.

Net als in de Hindoestaanse cultuur is in de Chinese cultuur respect voor de ouderen heel belangrijk.

*Kah Wai: Ik heb ooit zo'n meditatie ketting gekregen van mijn oma. **Ik denk dat ik die wel belangrijk vind**, maar dan niet zo zeer in verband met het Boeddhisme, natuurlijk wel een beetje... **maar meer omdat ik die van mijn oma heb gekregen.***

Een tweede ding dat belangrijk is zullen dan eetstokjes zijn denk ik. Niet dat ik mijn eigen eetstokjes overal naar toe mee neem maar ik denk dat ik altijd wel stokjes gebruik als ik thuis ben of ergens anders ga wonen.

Sharita: En die eetstokjes hebben dan meer ook te maken met jouw culturele achtergrond?

*Kah Wai: Ja zoals hier wordt gezegd dat het **er met een paplepel is ingegoten heb ik dat zeg maar met stokjes.***

Een intellectueel attribuut, de Chinese cultuur en het daarbijbehorende aspect respect voor de ouderen, mondt hier dus uit in tastbare attributen.

Sharita: In dit interview ga ik jou een aantal vragen stellen over jouw roots en jouw mediagebruik. Ik had je gevraagd om twee dingen, attributen mee te nemen, die voor jou een zeer belangrijke betekenis hebben in je leven en te maken hebben met je achtergrond. Wat heb je meegenomen of bedacht?

Ming: Het was eigenlijk heel simpel: mijn boeddha-ring [laat het zien], mijn boeddha-ketting [laat het zien] en eigenlijk ook deze armbandjes [laat ze zien], die zijn ook van boeddha.

Dus eh ja, mijn zusje en ik hebben allebei een boeddha toegewezen gekregen...

Sharita: Ja...

Ming: Dat krijg je in Thailand als je geboren bent. Dan heb je heel veel boeddha's en dan wijzen ze er één aan, van deze boeddha is van jou...En mijn zus en ik zitten dan bij eh.twee broers [boeddha-broers] en ik zit bij de oudste, want ik ben de oudste en mijn zus zit bij de jongste...

Roots komt voor de jongeren op een intellectueel niveau naar voren, maar het kan ook voortvloeien in iets tastbaars.

De culturele reproductie waar Appadurai (1996) het over heeft, is in deze culturen sterk aanwezig. De "moderne", tweede generatie heeft de belangrijke aspecten uit de cultuur als het ware vanzelfsprekend overgenomen van hun (voor)ouders. Zij willen dit, ondanks dat zij zijn opgegroeid in een ander land met andere gebruiken, blijven hanteren.

§4.6. Assimilatie

Volgens Hylland Eriksen (1993) zijn de normen en waarden van de tweede en derde generatie immigranten meer in overeenstemming met die van de bevolking van het land waarin ze zijn opgegroeid, dan met die van hun ouders. Wanneer een culturele minderheidsgroep samenvloeit met een meerderheidsgroep, verliest deze langzamerhand zijn kenmerkende karakteristieken. Dit proces wordt *assimilatie* genoemd en komt bij zowel de Hindoestaanse als de Boeddhistische jongeren naar voren.

§4.6.1. Zich van alles wat voelen

Het is duidelijk te merken dat de jongeren zijn opgegroeid in Nederland, maar ook een andere culturele achtergrond hebben dan de Nederlandse cultuur.

Nargis: Nou ik heb zelf wel geprobeerd om me een beetje aan te passen om van allebei de culturen een beetje in te brengen, dus de Hindoestaanse en de Nederlandse cultuur, en me ouders houden er ook rekening mee dat niet alles kan zoals het vroeger natuurlijk ging en dat zij hun kinderen niet op dezelfde wijze kunnen opvoeden zoals zij zijn opgevoed, zeg maar met bepaalde regels of iets dergelijks...

Je moet toch een beetje rekening houden met je omgeving en hoe daar de waarden en normen zijn. Je moet daar een beetje de tussenweg in zien te vinden. Dus ik heb verder niet echt dat ik me heel anders voel dan mijn Nederlandse vrienden ofzo...

Sharita: Voel jij je meer Hindoestaans, meer Nederlands...

Nargis: Ik voel me een Hindoestaanse Nederlander. Dus van allebei een beetje...

Je bent een Nederlander omdat je hier bent geboren, maar ja, je hebt een bepaald geloof in de Nederlandse samenleving, dat is dat Hindoestaanse.

*Chi Liong: Ja, ik moet ook eerlijk zeggen dat ik me niet honderd procent Chinees voel, maar ik voel me ook niet honderd procent Nederlander, dus **het is gewoon een mix...** Ja, hoe moet ik het zeggen, in Nederland leven we, terwijl we nooit honderd procent Nederlanders zullen zijn, maar als ik in China zou zijn, weet ik dat ik ook nooit honderd procent Chinees zal zijn.*

Sharita: Je gaat wel eens naar China?

*Chi Liong: Ja, ik heb daar familie wonen. Het is alweer een tijdje geleden dat ik ben geweest, **maar als ik daar ben ziet men gelijk dat ik geen lokale Chinees ben.***

*... Ja, **ik ben een westerling.** Dat zie je gelijk aan de kleding, dat uit zich in de manier van praten, alles...**ik voel me meer verbonden met Chinezen die hier zijn geboren of die hier wonen, dan dat ik me verbonden voel met Nederlanders of Chinezen.***

Hier in Nederland hebben ze wat met elkaar gemeen, ze voelen zich westers, ze zijn per slot van rekening hier geboren en/of opgegroeid, maar behoren tot een minderheidsgroep. De jongeren voelen zich in beide culturen thuis, maar creeëren hiermee tegelijkertijd een eigen identiteit. Ze voelen zich “van beide wat”, zijn niet helemaal Hindoestaans, Chinees of Thais en ook niet helemaal Nederlands.

Volgens Stuart Hall (1996) is de cultuur van diaspora het product van het constante proces dat zich voordoet wanneer migranten, of op andere manieren ontheemde culturen, selectief elementen van de cultuur van het ‘nieuwe’ land opnemen. Dit zorgt voor een vernieuwde cultuur die is gerelateerd aan zowel de cultuur van waar men woonachtig is als de cultuur van oorspronkelijke herkomst.

Binnen de Hindoestaanse gemeenschap bijvoorbeeld, is het helaas nog steeds zo dat niet alles kan worden besproken. Sommige jongeren hadden bijvoorbeeld toch al stiekem een vriendje en vertelden dat pas jaren later aan hun ouders, terwijl dit binnen de Nederlandse, westerse cultuur veel makkelijker gaat. Zij kunnen zich dus wat dit betreft toch meer in de Nederlandse cultuur vinden. Zelf zouden ze dit ook later, bij de eventuele opvoeding van hun kinderen, niet zo streng aanpakken zoals in de Hindoestaanse cultuur.

§4.7. Conclusie resultaten

De jongeren voelen zich verbonden met hun oorspronkelijke cultuur, misschien wel meer dan de cultuur van Nederland. Het maakt deel uit van wie zij zijn en dit is altijd zo geweest. Zij voelen zich aan de andere kant ook verbonden met de Nederlandse cultuur. Het opgroeien tussen twee culturen blijkt wat dit betreft toch vrij moeilijk te zijn aangezien zij zelf een weg moeten zien te vinden tussen de normen en waarden van beide culturen.

De media zijn een hulpmiddel voor de Hindoestaanse jongeren om meer te weten te komen over hun culturele achtergrond en identiteit. De jongeren nemen selectief elementen op van de cultuur van het ‘nieuwe’ land (Hall, 1996), van Nederland, maar ook van de Hindoestaanse cultuur.

De *cultuur van diaspora* (Hall, 1996) wordt teruggezien bij de Boeddhistische respondenten. Zij voelen zich niet helemaal Nederlands, maar ook niet helemaal Chinees of Thais. Zij voelen zich van allebei een beetje en voelen zich nog het meest verbonden met hun “cultuurgenoten” die ook in Nederland geboren zijn. Het verschil is dat de media bij hen niet zo’n grote rol spelen als bij de Hindoestaanse respondenten.

De Boeddhistische respondenten hebben de media niet nodig voor hun interesse in het Boeddhisme, maar dit heeft ook te maken met het huidige aanbod, dat zij momenteel niet aantrekkelijk en interessant vinden. Zij vinden het wel interessant om onderwerpen over hun culturele achtergrond te zien in de media. De media als hulpmiddel bij de zoektocht naar hun roots is dus niet geheel uitgesloten.

HOOFDSTUK 5 : TOT SLOT

Hoofdstuk 5: Tot slot

In dit laatste hoofdstuk wordt naar aanleiding van de resultaten ingegaan op de beantwoording van de hoofdvraag in dit onderzoek. In paragraaf 5.1. wordt de conclusie besproken die ondverdeeld is in subparagrafen en in paragraaf 5.2. komen de discussie en de aanbevelingen aan bod.

§ 5.1. Conclusie

De hoofdvraag die wordt beantwoord is de volgende:

Hoe gebruiken Hindoestaanse en Boeddhistische jongeren de media, om betekenis te geven aan hun zoektocht naar hun roots?

§5.1.1. Opgroeien tussen twee culturen is een tweestrijd

Er is dus in feite onderzocht in hoeverre de media een hulpmiddel kunnen zijn voor de Hindoestaanse en Chinese, Boeddhistische jongeren om meer te weten te komen over hun culturele achtergrond en/of interesse in het Boeddhisme, maar ook welke identiteit deze jongeren hebben die zijn opgegroeid in twee culturen.

Zoals al eerder in dit onderzoek is besproken, zijn volgens Hylland Eriksen (1993) de normen en waarden van de tweede en derde generatie immigranten meer in overeenstemming met die van de bevolking van het land waarin ze zijn opgegroeid, dan met die van hun ouders. Dit gaat voor een deel op voor de Hindoestaanse en Boeddhistische jongeren. Hylland Eriksen geeft de indruk dat jongeren die in een ander land opgegroeid zijn dan het oorspronkelijke land en cultuur, steeds meer neigen, wat normen en waarden betreft, naar het "opgroeiland" en zich op een gegeven moment bijna volledig assimileren aan de cultuur van dit land. Het komt er echter op neer dat de jongeren zich absoluut verbonden voelen met hun oorspronkelijke cultuur, misschien wel meer dan de cultuur van Nederland. Het maakt deel uit van wie zij zijn en dit is altijd zo geweest. Zij voelen zich aan de andere kant ook verbonden met de Nederlandse cultuur en kunnen zich in sommige waarden en normen meer vinden dan bepaalde waarden en normen uit hun eigen cultuur. Dit kwam sterk naar voren bij de Hindoestaanse jongeren. Het opgroeien tussen twee culturen blijkt wat dit betreft toch vrij moeilijk te zijn. De vrijheid die sommige waarden en normen uit de Nederlandse cultuur met zich meebrengen, spreekt hen bijzonder aan, maar ze durven dit niet altijd uit te spreken, omdat het vaak in strijd is met de respect die ze voor de ouderen in hun cultuur (moeten) hebben.

§5.1.2. Nieuwe identiteit door onder andere de media

Deze waarden en normen komen niet alleen naar voren in de omgeving van de jongeren, maar (voor de Hindoestaanse jongeren) ook via de media. Of het nu Nederlandse programma's zijn of Hindoestaanse programma's of films, men wordt op zijn minst aan het denken gezet over de normen en waarden uit zowel de Nederlandse als de Hindoestaanse cultuur. Media zijn een hulpmiddel voor de Hindoestaanse jongeren om meer te weten te komen over hun culturele achtergrond en identiteit. De jongeren nemen selectief elementen op van de cultuur van het 'nieuwe' land (Hall, 1996), van Nederland, maar ook van de Hindoestaanse cultuur.

De jongeren construeren hiermee een eigen cultuur en identiteit die is gerelateerd aan zowel de cultuur van waar men woonachtig is als de cultuur van oorspronkelijke herkomst. Dit wordt ook wel de *cultuur van diaspora* genoemd (Hall, 1996). Dit verschijnsel wordt tevens teruggezien bij de Boeddhistische respondenten. Zij voelen zich niet helemaal Nederlands, maar ook niet helemaal Chinees of Thais. Zij voelen zich van allebei een beetje en voelen zich nog het meest verbonden met hun "cultuurgelatenen" die ook in Nederland geboren zijn. Het verschil is dat de media bij hen niet zo'n grote rol spelen als bij de Hindoestaanse respondenten. Dit komt waarschijnlijk doordat er niet zoiets bestaat als een Boeddhistische mediacultuur, terwijl er wel sprake is van een Hindoestaanse mediacultuur. Deze mediacultuur is absoluut aanwezig in het mediagebruik van de Hindoestaanse jongeren. Het brengt hun dichterbij hun oorspronkelijke cultuur en het houdt hen op de hoogte van wat er zich allemaal afspeelt binnen de Hindoestaanse gemeenschap in Nederland, maar ook wat er afspeelt binnen de Indiase filmindustrie, Bollywood. Internet speelt hierbij tevens een grote rol. Zowel internet als televisie bieden hen een context van interpretatie over het doen en laten in de samenleving (van Zoonen, 1999). Het deelnemen aan verschillende online gemeenschappen, zoals aan forums en MSN Messenger, zorgt ervoor dat zij hun ervaringen kunnen delen en actief kunnen meedoen met betrekking tot andermans ervaringen. De jongeren zijn dan ook postmoderne mediagebruikers en het op deze manier deel uit maken van een gemeenschap is een vorm van burgerschap (van Zoonen, 1999). Burgerschap krijgt in dit geval een 'culturele' betekenis en wordt een kenmerk van individuele en collectieve identiteiten.

§5.1.3. Interesse in een Boeddhistische mediacultuur...?

De Boeddhistische respondenten hebben de media momenteel niet nodig voor hun interesse in het Boeddhisme, maar vinden het wel interessant om onderwerpen over hun culturele achtergrond te zien in de media. Zij vinden dat het Boeddhisme vanuit jezelf moet komen. Frappant is dat er wel een behoefte aan bepaalde programma's bestaat die te maken hebben met de culturele achtergrond van de Boeddhistische jongeren of hun interesse in het

Boeddhisme. Zij blijken namelijk nogal wat suggesties hiervoor te hebben en geven ook aan dat zij zelf naar deze programma 's zouden kijken. Daarnaast is het zo dat er sprake is van een opkomende Aziatische mediacultuur in de Nederlandse media. Deze laatste twee aspecten geven aan dat wellicht in de toekomst de Boeddhistische jongeren wel gebruik gaan maken van de media tijdens de zoektocht naar hun roots.

Kortom, de Hindoestaanse en Boeddhistische jongeren creëren een eigen, nieuwe identiteit door elementen op te nemen van de cultuur van het land waarin zij wonen als de cultuur van het land waar ze oorspronkelijk vandaan komen. De media helpen met name de Hindoestaanse jongeren bij hun identiteitsvorming. Dit heeft grotendeels te maken met het bestaan van een Hindoestaanse mediacultuur, maar ook door de Nederlandse media worden deze jongeren geconfronteerd met hun normen en waarden. Op dit moment is er in Nederland geen sprake van een Boeddhistische mediacultuur, maar de Boeddhistische jongeren staan wel open voor het eventueel gebruik maken van de media tijdens de zoektocht naar hun roots.

Voor hun identiteitsbepaling keren de jongeren niet alleen terug naar hun roots, maar: ***They going back to create new roots!***

§ 5.2. Discussie en aanbevelingen

Het onderzoek wat is uitgevoerd is een kwalitatief onderzoek waarin gebruik is gemaakt van een repertoire-analyse. Het is dus een onderzoek dat exploratief van aard is en daarom kunnen er geen algemeen geldende conclusies worden getrokken. Er is slechts een klein aantal respondenten geïnterviewd, maar dat is voor kwalitatief onderzoek geen probleem, aangezien het onderzoek op deze manier beter in de hand is te houden.

Om het onderzoek te generaliseren, moet er een kwantitatief onderzoek worden gehouden waarin het aantal respondenten aanzienlijk groter moet zijn. Daarnaast moeten de respondenten woonachtig zijn door heel Nederland.

Het gebruik van diepte-interviews als onderzoeksmethode kent een aantal nadelen. Een groot nadeel is het risico dat de informant sociaal wenselijke antwoorden geeft. Bij de Hindoestaanse respondenten was dit niet aan de orde. Waarschijnlijk is de reden hiervan dat ik de meeste van hen kende en dat ze ook in dezelfde leeftijdscategorie zaten. Hierdoor bestond er geen grote afstand tussen mij, de interviewer en de respondent. Tussen de Boeddhistische respondenten en de interviewer was de afstand groter dan bij de Hindoestaanse respondenten, aangezien ik deze respondenten niet persoonlijk kende. Toch kreeg ik niet de indruk dat deze respondenten mij sociaal wenselijke antwoorden gaven.

Het is aan te bevelen voor een vervolgonderzoek dat er meer variëteit is met betrekking tot met name de Boeddhistische respondenten. De meeste in dit onderzoek zijn lid van de Boeddhistische vereniging Bliya Yad. Door echter ook andere Boeddhistische respondenten te interviewen, kunnen er wellicht verschillende en verrassende resultaten naar voren komen.

Voor vervolgonderzoek kan het tevens interessant zijn om dit onderzoek over een aantal jaar nogmaals uit te voeren. De respondenten bestaan dan uit de generatie jongeren in die tijd. Er kan worden gekeken of er inmiddels veranderingen zijn opgetreden in de opvattingen van bijvoorbeeld Hindoestaanse jongeren met betrekking tot hun normen en waarden uit zowel de Nederlandse als de Hindoestaanse cultuur. Het is namelijk niet ondenkbaar dat bepaalde normen en waarden ook bij hen in de loop der tijd veranderen. In dit onderzoek is al gebleken dat het voor hen niet altijd even makkelijk is om op te groeien tussen twee culturen en het zal misschien alleen maar moeilijker worden als zij voortdurend in hun omgeving zien dat het ook anders kan, bijvoorbeeld vrienden of vriendinnen die niet gaan trouwen, maar samenwonen, of dat zij op kamers gaan, terwijl thuis nog altijd de regel heerst dat je eerst

moet trouwen voordat je het huis uit mag. Het kan zijn dat de manier waarop zij hiermee omgaan, verandert. Het is interessant om te onderzoeken hoe deze verandering tot stand is gekomen.

Ten slotte is het aan te bevelen voor een vervolgonderzoek om te onderzoeken of er een eventuele Boeddhistische mediacultuur op komst is. Uit dit onderzoek is naar voren gekomen dat er op het moment hiervan geen sprake is, maar dat er wel interesse is naar bepaalde programma's waarvan de respondenten hebben aangegeven waar zij naar zouden (willen) kijken. Over een aantal jaar kan worden gekeken of zulke programma's dan daadwerkelijk bestaan en indien dit het geval is, of dit goed bekeken wordt en wat deze programma's voor betekenis en invloed hebben op het dagelijks leven van Boeddhistische jongeren.

HOOFDSTUK 6: LITERATUUR

Literatuur

Ang, I. (2001). *On not speaking Chinese* (pp.21-36). London: Routledge.

Appadurai, A. (1996). *Modernity at Large – Cultural Dimensions of Globalization* (pp. 27-47). Minneapolis: University of Minnesota Press.

Benton, G. & Vermeulen, H. (1987). *De Chinezen; Migranten in de Nederlandse samenleving, deel 4*. Muiderberg: Coutinho.

Boer, C. de & Brennecke, S.I. (1999). *Media en Publiek; theorieën over media-impact*. (4^e druk). Amsterdam: Uitgeverij Boom.

Benton, G. & Wubben, H. (1980). De Chinezen in Nederland. *China Visie*, 2, 62-75.

Burg, C. van der, Damsteegt, T. & Autar, K. (1990). *Hindoestanen in Nederland*. Leuven: Garant.

Campbell, Heidi (2005a). Considering spiritual dimensions within computer-mediated communication studies. *New Media & Society*, 7 (1), 110-134.

Choenni, C.E.S. & Adhin, K.S. (2003). *Hindoestanen, Van Brits-Indische emigranten via Suriname tot burgers van Nederland*. Den Haag: Sampreshan.

Clark, Lynn Schofield (2003b). The 'funky' side of religion: An ethnographic study of adolescent religious identity and the media. In Jolyon Mitchell & Sophia Marriage (Eds.), *Mediating religion: Conversation in media, religion and culture* (pp. 21-32). London: T & T Clark.

Costera Meijer, I., Vossen, M. van & Adolfsson, R. (2004). *De toekomst van het nieuws – Een onderzoek naar de mogelijkheden om tegemoet te komen aan de wensen en verlangens van tieners en twintigers op het gebied van onafhankelijke en pluriforme informatievoorziening* (pp. 55-113). Amsterdam: Amsterdam School of Communications Research.

Dijk, H.J. van & Kuipers, G. (1994). *Hindoestaanse jongeren en hun belevingswereld: Een verkennend onderzoek*. Utrecht: Wetenschapswinkel Sociale Wetenschappen.

Engeldorp Gastelaars, Ph. van (1998). *Theorievorming en methoden van onderzoek binnen de sociale wetenschappen* (2^e druk). Nieuwerkerk a/d IJssel: ServicePost BV.

Gillespie, M. (1995). *Television, ethnicity and cultural change*. London: Routledge.

Gillespie, M. (2000). Transnational communications and diaspora communities. In S. Cottle (Red.), *Ethnic Minorities and the media; Changing cultural boundaries* (pp. 164-178). Buckingham/Philadelphia: Open University Press.

Hall, S. (1992). The Question of Cultural Identity. In S. Hall, D. Held & T. McGrew (Eds.), *Modernity and Its Futures* (pp. 273-316). Cambridge: The Open University.

Hall, S. (1996). New Ethnicities. In D. Morley & K.H. Chen (Eds.), *Stuart Hall – Critical Dialogues in Cultural Studies* (pp. 441-449). London: Routledge.

Hoover, Stuart M. (1999). *Rethinking form and content: Religion on television or television religion*. Gedownload op 24 januari 2005 van http://www.colorado.edu/journalism/mcm/word_papers/hoover-heidel-present.doc

Hylland Eriksen, T. (1993). *Ethnicity & Nationalism: Anthropological Perspectives*. Londen/ East Haven CT: Pluto Press.

Jayaram, V. (2000). *Hinduism and Buddhism*. Gedownload 25 januari 2005 van http://hinduwebsite.com/hinduism/h_buddhism.htm.

Kaur, R. (2002). Viewing the west through Bollywood; A celluloid occident in the making. *Contemporary South Asia*, 11(2), 12-18.

Koole, Wim (1993). *De troost van televisie*. Kampen: Kok.

Maat, I. ter (2002). *I am a tree, with roots in Chile and branches and fruits in the Netherlands – Chileans in the Netherlands*. Utrecht: Wetenschapswinkel Sociale Wetenschappen.

Landelijke India werkgroep (2002). *Hindoeïsme*. Gedownload 25 februari 2005 van <http://www.indianet.nl/ks-hindoe.html>.

Veldkamp. (1996a). *Media-onderzoek Etnische Groepen – 1995; Tekstrapport 1*. Hilversum: NOS, afd. Kijk- en Luisteronderzoek.

Verschuren, P. & Doorewaard, H. (1998). *Het ontwerpen van een onderzoek* (2^e druk). Utrecht: Lemma BV.

Verstappen, S. (2005). *Hindostaanse jongeren en Indiase films*. Amsterdam: Het Spinhuis.

Warikool, N. (2005). Gender and ethnic identity among second-generation Indo-Caribbeans. *Ethnic & Racial Studies*, 28(5), 803-831.

Wegener, P. (1998). *Doctoraalscriptie: Dutch roots...how deep?: The meaning of ethnicity for second generation immigrants in Australia*. Amsterdam: Universiteit van Amsterdam.

Wester, F.(1995). *Strategieën voor kwalitatief onderzoek*. Bussum: Coutinho.

Wetherell, M. & Potter, J. (1988). Discourse analysis and the identification of interpretative repertoires. In: C. Antaki (Red.), *Analyzing Everyday Explanation. A Casebook of methods* (pp. 168-183). London: Sage.

White, Robert A. (1991). Mass media and the religious imagination. In Harry M.W.J. van de Wouw (Red.), *Geloof en communicatie: Audiovisuele media als vindplaats van religiositeit en spiritualiteit* (pp. 25-40). Driebergen: Katholiek Mediacentrum & Katholieke Filmactie Nederland.

Boeddhisme. Gedownload 25 februari 2005 van <http://home.hccnet.nl/am.siebers/reli-start.html>

Hindoeïsme. Gedownload 25 februari 2005 van <http://home.hccnet.nl/am.siebers/reli-start.html>

