



Young Asian Dutch Constructing Asianness: Understanding the Role of Asian
Popular Culture

R.A. Kartosen

Nederlandse samenvatting (Dutch summary)

Jonge Aziatische Nederlanders en de constructie van Aziaticiteit:

Het begrijpen van de rol van Aziatische populaire cultuur

Dit proefschrift is een weerslag van een onderzoek naar jonge Aziatische Nederlanders,¹ pan-etnische Aziatische identiteiten en identificaties,² en Aziatische/Aziatisch Nederlandse populaire cultuur.³ Het voornaamste doel van dit onderzoek was het verkrijgen van inzicht in de rol van lokale Aziatisch Nederlandse en transnationale Aziatische populaire cultuur in de pan-etnische Aziatische culturele identificaties van jonge Aziatische Nederlanders en hun constructie van pan-etnische Aziatische culturele identiteiten. Aziatische Nederlanders zijn nagenoeg afwezig in Nederlandse publieke, politieke en academische debatten en discoursen over culturele diversiteit, migratie en multiculturele samenleving (zie ook Chow, 2011; Chow, Zwier & Van Zoonen, 2008). Dit onderzoek tracht de kennis over, inzicht in en zichtbaarheid van Aziatische Nederlanders te vergroten. Daarmee is dit onderzoek een poging tot interventie in genoemde debatten en discoursen door deze inclusiever en een betere afspiegeling van de Nederlandse multiculturele realiteit te maken. Uiteindelijk zal dit ons begrip van de Nederlandse multiculturele samenleving vergroten – zowel in academische als in sociaalpolitieke zin. Om de doelstellingen van het onderzoeksproject te bereiken zijn drie deelstudies uitgevoerd. Deze deelstudies en de daaruit voortvloeiende bevindingen zullen hierna kort worden besproken.

Deelstudie 1

Het eerste doel van dit onderzoeksproject was het verkennen en in kaart brengen van de Nederlandse, thuisland en pan-etnische Aziatische culturele identificaties en combinaties daarvan van jonge Aziatische Nederlanders. Daartoe werd in deze eerste deelstudie een online enquête uitgevoerd onder jonge Aziatische Nederlanders. De studie toonde aan dat er onder bepaalde segmenten van de Aziatisch Nederlandse populatie sprake is van een gevoel van pan-etnische Aziaticiteit. Jonge Aziatische Nederlanders ontwikkelen Aziatische identificaties naast hun Nederlandse en thuisland (bijv. Chinese of Indonesische) culturele identificaties. Drie kenmerkende culturele identificatie typen – groepen van respondenten die vergelijkbare kenmerkende combinaties van bepaalde niveaus van Nederlandse, thuisland en Aziatische culturele identificaties delen – konden worden geïdentificeerd: 1) ‘Cosmopolitans’, die sterke Nederlandse, thuisland en Aziatische culturele identificaties vertonen, 2) ‘Asians’, die sterke thuisland en Aziatische culturele identificaties combineren met zwakke Nederlandse identificatie, en 3) ‘Hostlanders’, die middelmatige thuisland en Aziatische culturele identificaties combineren met sterkere Nederlandse culturele identificatie. De studie vond geen eenduidig verband tussen niet-Nederlandse identificatie en Nederlandse identificatie en ‘integratie’ in Nederland. Integendeel, ‘Cosmopolitans’ vertonen het hoogste niveau van ‘integratie’ en Nederlandse identificatie maar zij vertonen tegelijkertijd ook sterke thuisland en Aziatische identificatie. De bevindingen ondermijnen het populaire idee dat (sterke) gastland en niet-gastland culturele identificaties elkaar uitsluiten en dat het ontwikkelen van niet-gastland culturele identificatie de integratie in het gastland belemmert.

De eerste deelstudie bracht ook de consumptie van populaire cultuur en media van jonge Aziatische Nederlanders in kaart en onderzocht hoe dit verbonden is aan hun Aziatische culturele identificatie. De studie stelde vast dat jonge Aziatische Nederlanders naast populaire media (film, televisie en popmuziek) uit de VS, Nederland en hun Aziatische thuislanden ook

populaire media uit Aziatische landen anders dan hun thuislanden consumeren. Deze studie is een van de eerste studies die de consumptie van deze zogenoemde niet-thuisland Aziatische populaire media verkende. De studie liet zien dat de consumptie van niet-thuisland Aziatische populaire media het hoogst is onder 'Asians' en het laagst onder 'Hostlanders' terwijl 'Cosmopolitans' daar tussenin zitten. Een vergelijkbaar patroon werd gevonden voor de mate van Aziatische identificatie verkregen via de consumptie van niet-thuisland Aziatische populaire media. Tot slot werd ook de consumptie van het nachtleven onderzocht. De studie toonde aan dat 'Asians' zogenaamde Asian parties – pan-etnische Aziatische clubavonden – relatief vaker bezoeken dan 'Cosmopolitans' en 'Cosmopolitans' weer vaker dan 'Hostlanders'. 'Asians' en 'Cosmopolitans' vertonen hoge en vergelijkbare niveaus van Aziatische identificatie verkregen door het bezoeken van Asian parties en 'Hostlanders' vertonen aanzienlijk lagere niveaus. Deze bevindingen suggereerden dat de consumptie van niet-thuisland Aziatische populaire media en Asian parties een articulatie is van de Aziatische culturele identificaties van jonge Aziatische Nederlanders. Wat deze eerste studie aantoonde, is dat niet-thuisland Aziatische populaire media en Asian parties deel uitmaken van de dagelijkse levens van jonge Aziatische Nederlanders en dat de consumptie daarvan gerelateerd is aan hun gevoel van Aziaticiteit. Dit onderstreepte het belang van Aziatische en Aziatisch Nederlandse populaire cultuur voor de Aziatische culturele identificatie van jonge Aziatische Nederlanders en rechtvaardigde nader onderzoek naar deze relatie.

Deelstudie 2

De tweede deelstudie richtte zich op het fenomeen Asian parties. Asian parties waren de eerste expliciet pan-etnische Aziatische ruimten in Nederland. In die hoedanigheid hebben zij een essentiële rol gespeeld in de opkomst en ontwikkeling van een gevoel van pan-etnische

Aziatischheid onder jonge Aziatische Nederlanders sinds eind jaren '80/begin jaren '90. Deze studie richtte zich specifiek op de producenten van Asian parties. Omdat deze producenten zelf Asian parties hadden geconsumeerd of dat nog steeds deden, bood deze studie de mogelijkheid om zowel de productie als de consumptie van Asian parties te onderzoeken. Tevens onderzocht deze studie de motieven en overwegingen van deze producenten met betrekking tot de productie van Asian parties. Dit bood een uniek en aanvullend perspectief op de Aziatische culturele identiteiten en identificaties van jonge Aziatische Nederlanders en op de constructie van Aziatischheid in Nederland in het algemeen. Ten behoeve van deze studie werden participerende observaties tijdens Asian parties en diepte-interviews met DJ's, organisatoren en anderen die betrokken zijn bij de productie van Asian parties uitgevoerd.

Allereerst lieten de relazen van de Asian partyproducenten over hun eigen eerste kennismaking met Asian parties en hun daaropvolgende ervaringen als 'gewone' consumenten daarvan onmiskenbaar zien hoe jonge Aziatische Nederlanders worden gesocialiseerd in deze pan-etnische Aziatische culturele ruimten. Tevens lieten zij zien hoe Asian parties zowel de verbeelding van Aziatische culturele identiteiten door en Aziatische culturele identificatie van jonge Aziatische Nederlanders als de materialisatie daarvan in cross-Aziatische interacties en relaties faciliteren en richting geven. Asian parties faciliteren een gedeeld gevoel van Aziatische saamhorigheid, culturele nabijheid en thuishoren onder jonge Aziatisch Nederlandse bezoekers. Voorts structureren Asian parties de Aziatische culturele identiteiten en identificaties van jonge Aziatische Nederlanders door het prioriteren van een bepaalde afbakening van een pan-etnische Aziatische in-groep (i.c., mensen van Zuidoost- en Oost-Aziatische afkomst) en door het benadrukken van de notie van gemeenschap-in-verscheidenheid (i.c., gemeenschappelijkheden worden geprioriteerd in

plaats van verschillen tussen enkelvoudig etnisch-nationale achtergronden, groepen en culturen).

De studie wierp ook licht op de strategische inzet van Aziatische culturele identiteiten en identificaties door de producenten van Asian parties. Het Aziatische cultureel en sociaal kapitaal dat de producenten hebben verworven via hun gevoel van Aziaticiteit en het bezoeken van Asian parties wendden zij succesvol aan om zelf Asian parties te produceren. De producenten van Asian parties transformeren aldus hun Aziatische cultureel en sociaal kapitaal in economisch en symbolisch kapitaal. De betrokkenheid van de Asian partyproducenten bij de productie van Asian parties wordt echter niet alleen gestuurd door economische motieven – ook morele motieven gerelateerd aan hun gevoel van Aziaticiteit en hun gevoel van verbondenheid met en verantwoordelijkheid naar de ‘Aziatische gemeenschap’ in Nederland toe, spelen een rol. De producenten van Asian parties zijn toegewijd aan het idee om jonge Aziatische Nederlanders een veilige ruimte te bieden waar zij en anderen van diverse Aziatische afkomst kunnen samenkomen en mengen, zich kunnen thuis voelen en gedeelde Aziatische culturele identiteiten en identificaties kunnen verbeelden. De morele of Aziatische doelstellingen van de producenten van Asian parties zijn dus gematerialiseerd in de productie van Asian parties. De Asian parties die geproduceerd worden door de geïnterviewde producenten zijn grotendeels een voortzetting van de Asian parties die zijzelf consumeerden en/of consumeren. Uiteindelijk zijn de producenten van Asian parties verwickeld in de reproductie van pan-etnische Aziaticiteit zoals zij dat van begin af aan kenden: een Aziaticiteit die de notie van gemeenschap-in-verscheidenheid en gedeelde Aziatische culturele identiteiten en identificaties prioriteert.

Deelstudie 3

In de derde en laatste deelstudie werd nader onderzoek gedaan naar het verband tussen aan de ene kant het gevoel van Aziaticiteit van jonge Aziatische Nederlanders en aan de andere kant hun consumptie van niet-thuisland Aziatische populaire media waar verslag van werd gedaan in de eerste deelstudie. Daartoe werden met jonge Aziatische Nederlanders focusgroep interviews gevoerd over hun consumptie van Japanse en Zuid-Koreaanse populaire film en televisie. De studie bevestigde dat jonge Aziatische Nederlanders Japanse en Zuid-Koreaanse films en tv-series aantrekkelijk vinden en daarvan genieten, deels omdat deze films en tv-series een gevoel van culturele nabijheid in hun opwekken; jonge Aziatische Nederlanders identificeren zich met de narratieven en personages via hun gevoel van gedeelde Aziaticiteit. Andersom dragen Japanse en Zuid-Koreaanse films en tv-series bij aan de verbeelding en articulatie van Aziatische culturele identiteiten en identificaties door jonge Aziatische Nederlanders.

Via het kijken naar Japanse en Zuid-Koreaanse films en tv-series en door daarover te praten met andere jonge Aziatische Nederlanders, reflecteren jonge Aziatische Nederlanders op hun eigen 'Aziatische' opvoeding en andere aspecten van hun 'Aziatische' geleefde ervaring. In dat opzicht fungeren deze films en tv-series als een spiegel. Daarnaast fungeren zij ook als een venster op het 'Aziatische' dagelijkse leven en in die hoedanigheid voorzien zij jonge Aziatische Nederlanders van Aziatische culturele repertoires en kennis die nodig zijn om een moreel 'Aziatisch' leven te lijden. De studie toonde tevens aan dat jonge Aziatische Nederlanders plezier ontlenuen aan het zien van personages in Japanse en Zuid-Koreaanse films en tv-series die 'op hun lijken' en met wie zij zich kunnen identificeren als Aziaten. Ook voorzien deze films en tv-series jonge Aziatische Nederlanders van additioneel cultureel

kapitaal waarmee zij zich kunnen onderscheiden van niet-Aziatische Nederlanders en zich kunnen verzetten tegen dominante witte Nederlandse (populaire) cultuur. Uiteindelijk laten de bevindingen zien hoe Japanse en Zuid-Koreaanse films en tv-series bijdragen aan een Aziatische culturele ruimte waarin en via welke jonge Aziatische Nederlanders in staat zijn om hun Nederlandse, thuisland en Aziatische culturele identiteiten en identificaties te onderhandelen.

Samengenomen tonen de bevindingen van de drie deelstudies aan dat jonge Aziatische Nederlanders zich in de eerste plaats inderdaad identificeren *als* Aziatisch en zich in de tweede plaats identificeren *met* personen van Aziatische afkomst, en dat zij gedeelde Aziatische culturele identiteiten construeren. Voorts is aangetoond dat dit gevoel van Aziaticiteit sterk verbonden is met de consumptie van transnationale niet-thuisland Aziatische populaire cultuur en de consumptie en productie van lokale Aziatisch Nederlandse populaire cultuur.

Deze nieuwe en opkomende pan-etnische Aziatische culturele identiteiten en identificaties spreken bepaalde Aziatische Nederlanders aan aangezien zij hen een uitweg bieden uit een beknellende gastland-thuisland dichotomie. De eerste studie toonde inderdaad aan dat de meerderheid van jonge Aziatische Nederlanders (sterke) Nederlandse en thuisland identificaties vertoont. De kwalitatieve vervolgstudies verschaften diepgaander inzicht in deze identificaties en benadrukten hun problematische aard. Aan de ene kant voelen jonge Aziatische Nederlanders zich niet volledig thuis in de mainstream Nederlandse culturele omgeving. Zij erkennen de symbolische uitsluiting van Aziatische Nederlanders van de mainstream Nederlandse cultuur en samenleving en op bepaalde momenten hebben zij het

gevoel dat zij niet volledig geaccepteerd worden door hun witte leeftijdsgenoten en de Nederlandse samenleving in het algemeen. Jonge Aziatische Nederlanders worden niet gezien als ‘echte’ Nederlanders maar als de ‘Ander’ en dit maakt het voor hen moeilijker om zich Nederlands te voelen en reflectieloos om te gaan met de Nederlandse culturele omgeving. Aan de andere kant zijn jonge Aziatische Nederlanders ook kritisch over hun thuislandculturen. Zij vinden die traditioneel en vrij restrictief – in het bijzonder in vergelijking met Nederlandse of westerse cultuur. Dit heeft als consequentie dat jonge Aziatische Nederlanders zich niet onvoorwaardelijk en te allen tijde identificeren met hun thuislandculturen en geen ‘stabiele’ en ‘eenduidige’ Chinese, Vietnamese of andere thuisland gebaseerde culturele identiteiten hebben gevormd. In deze context vormen pan-etnische Aziatische culturele identiteiten en identificaties een aantrekkelijke ‘oplossing’ voor jonge Aziatische Nederlanders. Vergeleken met Nederlandsheid, Chineesheid, Indonesischheid et cetera biedt Aziatischheid jonge Aziatische Nederlanders meer ruimte om culturele identiteiten en identificaties te verbeelden en is het opener en inclusiever aangezien het gastland en thuisland identificaties niet uitsluit.

De bevindingen van de deelstudies laten ook zien dat de opkomst en ontwikkeling van pan-etnische Aziatische culturele omgevingen, identiteiten en identificaties in Nederland onlosmakelijk verbonden zijn met de consumptie en productie van lokale Aziatisch Nederlandse populaire cultuur en de consumptie van transnationale niet-thuisland Aziatische populaire cultuur door jonge Aziatische Nederlanders. Deze vormen van populaire cultuur zijn essentiële socioculturele bronnen die jonge Aziatische Nederlanders hebben aangewend en nog steeds aanwenden om Aziatischheid in Nederland te construeren. Wat de bevindingen uiteindelijk illustreren is hoe ‘gewone’ burgers verschillende vormen van populaire cultuur aanwenden om nieuwe en creatieve culturele identiteiten en omgevingen te construeren die

niet worden geprioriteerd of gesanctioneerd door de staat, de familie of andere traditionele instituties.

De deelstudies laten ook zien dat de door jonge Aziatische Nederlanders verbeelde Aziatische identiteiten en identificaties tot op zekere hoogte verschillen van die in andere plaatsen. Pan-etnische Aziaticheid in de Verenigde Staten is bijvoorbeeld van oorsprong veel (expliciet) politieker van aard en ingebed in een activistische context die gericht is op de strijd tegen virulent racisme en sociale uitsluiting. Ook verschilt de afbakening van de Aziatische in-groep in de Verenigde Staten (zie ook Espiritu, 1992). Pan-etnische Aziaticheid als een ‘oplossing’ voor een beknellende gastland-thuisland dichotomie heeft inderdaad ook politieke connotaties – maar dan in de sfeer van het alledaagse en het private. Noties van pan-etnische Aziatische identiteiten en eenheid worden in Nederland dan ook niet structureel aangewend om te strijden tegen bijvoorbeeld racisme of om andere sociaalpolitieke doelen te bereiken.

Uiteindelijk vormen de deelstudies samen een betrokken en intiem relaas van de vorming en articulatie van pan-etnische Aziatische identiteiten en identificaties door jonge Aziatische Nederlanders – het zijn hun stemmen die dit onderzoeksproject hebben geleid en die door het gehele onderzoeksproject resoneren. Hun relazen en de analyses daarvan benadrukken de contingente aard en betekenissen van pan-etnische Aziaticheid in Nederland. Ook laten hun relazen zien hoe Aziatische identiteiten, identificaties, ‘groupness’ en etniciteit inderdaad geconstrueerd en niet ‘echt’ zijn, maar dat zij niettemin geleefd worden en significante consequenties hebben in de materiele sociale wereld van jonge Aziatische Nederlanders; ze zijn verbeeld, maar niet denkbeeldig, om met Jenkins (2002) te spreken. Pan-etnische identiteiten, identificaties en ‘groupness’ worden in Nederland in het bijzonder verbeeld en

gearticuleerd via Aziatische en Aziatisch Nederlandse populaire cultuur, tot op zekere hoogte ‘vrij’ en ‘onafhankelijk’ van traditionele instituties in zowel gastland- als thuislandsferen. Echter, uiteindelijk bestaan deze verbeeldingen en articulaties van Aziaticiteit altijd in relatie tot deze gastland- en thuislandsferen en zijn zij hierin ingebed. Dus hoewel de inherente witheid van de Nederlandse nationale identiteit het moeilijk en onaantrekkelijk maakt voor jonge Aziatische Nederlanders om zich cultureel volledig te identificeren als Nederlands en om zich zonder voorbehoud te identificeren met de mainstream Nederlandse samenleving, is het juist pan-etnische Aziatische Nederlandsheid die hun een sterk gevoel van thuishoren in Nederland verschaft.

³ ‘Asian popular culture’ denotes popular culture originating from Asian countries, while ‘Asian Dutch popular culture’ refers to popular culture produced by Asian Dutch in the Netherlands.

¹ In dit onderzoek verwijst ‘Aziatische Nederlander’ naar Nederlanders van Oost- en Zuidoost-Aziatische afkomst. Hieronder vallen bijvoorbeeld niet uitwisselingsstudenten expats uit Azië die tijdelijk in Nederland wonen.

² Wanneer gesproken wordt over Aziatische en Aziatisch Nederlandse identiteiten, identificaties, subjectposities, groepen en culturen, wordt *pan-etnische* Aziatische geïmpliceerd.

³ Onder ‘Aziatische populaire cultuur’ wordt populaire cultuur afkomstig uit Azië verstaan. ‘Aziatisch Nederlandse populaire cultuur’ verwijst naar populaire cultuur geproduceerd door Aziatische Nederlanders in Nederland.