

Opgave 2 I love Asian

Bij deze opgave horen tekst 4 en de tabellen 1 en 2 .

Inleiding

Communicatiewetenschapper Reza Kartosen publiceerde in 2016 de resultaten van zijn onderzoek naar de vorming van identiteiten onder jonge Aziatische Nederlanders (18-35 jaar) en de rol van Aziatische populaire cultuur (onder andere films, internet en uitgaan) daarin. Deze opgave gaat hierover.

Gebruik tekst 4.

Kartosen noemt in tekst 4 redenen van Aziatisch-Nederlandse jongeren om zich te richten op Aziatische populaire media, te weten Koreaanse en Japanse films en series. Aziatische populaire cultuur, waaronder Aziatische populaire media, is volgens Kartosen van invloed op de identiteit van Aziatisch-Nederlandse jongeren.

- 4p 12 **a** Leg uit dat Aziatische populaire media deel uitmaken van de Aziatische populaire cultuur. Gebruik in je uitleg:
- een voorbeeld uit tekst 4;
 - het kernconcept cultuur.
- b** Leg vervolgens uit hoe deze populaire cultuur van invloed kan zijn op de identiteit van Aziatisch-Nederlandse jongeren. Gebruik in je uitleg:
- het kernconcept socialisatie met een socialisator;
 - het kernconcept identiteit.

Gebruik tabel 1.

Kartosen geeft aan dat Aziatische Nederlanders vaak de modelminderheid genoemd worden, omdat deze Nederlanders van alle etnische minderheden het best geïntegreerd zouden zijn. Kartosen stelt dat deze typering onterecht is, omdat het er maar aan ligt wat er onder integratie wordt verstaan.

Onderzoekers kijken naar verschillende indicatoren van integratie. Dit kunnen indicatoren op verschillende gebieden zijn, bijvoorbeeld op het gebied van onderwijs, arbeid, inkomen, criminaliteit en maatschappelijke participatie.

In 2011 is er een rapport van het Sociaal en Cultureel Planbureau verschenen over Chinese Nederlanders. Tabel 1 is gebaseerd op gegevens uit dit rapport.

Stel dat je op basis van elke afzonderlijke indicator uit tabel 1 zou moeten bepalen welke groep het best geïntegreerd is.

- 3p **13**
- Geef voor elke indicator (1, 2 en 3) uit tabel 1 aan welke groep op basis van alleen deze indicator als best geïntegreerd beschouwd zou kunnen worden.
 - Geef vervolgens bij elke indicator aan of dit een indicator van economisch, sociaal of cultureel kapitaal is.

Gebruik tabel 2.

Kartosen onderscheidt drie identiteiten onder jonge Aziatische Nederlanders:

- 1 'Cosmopolitans', die sterke Nederlandse, thuisland (dus bijvoorbeeld Chinese of Koreaanse) en Aziatische identificaties vertonen
- 2 'Asians', die sterke thuisland en Aziatische identificaties combineren met zwakke Nederlandse identificaties
- 3 'Hostlanders', die middelmatige thuisland en Aziatische identificaties combineren met sterkere Nederlandse identificatie.

Tabel 2 beschrijft resultaten uit onderzoek over de relatie tussen deze typen identiteiten en kijkgedrag.

- 4p **14**
- Formuleer een hypothese over een verschil in kijkgedrag tussen 'Cosmopolitans' en de twee andere identiteiten die met de gegevens in tabel 2 getoetst kan worden.
 - Benoem de onafhankelijke variabele in je hypothese.
 - Geef een indicator van de afhankelijke variabele in je hypothese.
 - Leg vervolgens uit of deze hypothese op basis van de gegevens in tabel 2 bevestigd of verworpen wordt. Gebruik in je uitleg gegevens uit tabel 2.

Gebruik tekst 4.

Volgens Kartosen is de zichtbaarheid van Aziatische Nederlanders in Nederlandse media van groot belang.

- 4p **15** Beredeneer dat grotere zichtbaarheid van Aziatische Nederlanders in de Nederlandse populaire media van belang is voor de representatie en de sociale cohesie in de samenleving. Gebruik in je redenering:
- het kernconcept representatie;
 - het kernconcept sociale cohesie;
 - bij beide kernconcepten een voorbeeld uit tekst 4.

Opgave 2 I love Asian

tekst 4

Aziatische jongeren in Nederland creëren eigen identiteit

Veel Nederlandse jongeren met Aziatische ouders voelen zich niet alleen Nederlands en bijvoorbeeld Chinees, maar identificeren zich ook
5 met een Aziatische identiteit die de etnische grenzen overstijgt. Communicatiewetenschapper Reza Kartosen ontdekte dat (...) Japanse en Koreaanse populaire media
10 belangrijk zijn bij het vormgeven van deze pan-etnische Aziatische identiteit. Vrijdag 8 juli promoveert hij aan de Universiteit van Amsterdam.
(...)

De promovendus vroeg zich af
15 waarom de jongeren zich op Koreaanse en Japanse films en series richten. De hoge productiekwaliteit van het materiaal bleek belangrijk. Maar daarnaast gaven de
20 jongeren aan zichzelf te herkennen in

de normen en waarden die de series verbeelden. “Waarden die zij bij de Aziatische identiteit vinden horen, zoals het belang van familiebanden, respect voor ouderen of waardering voor hard werken.” Hoewel
25 respondenten niet expliciet zeiden dat het uiterlijk van de mensen op het scherm meespeelde, gaven ze wel aan dat ze zich minder zouden
30 herkennen in een Amerikaanse of Nederlandse serie waarin precies dezelfde thema’s centraal zouden staan. (...) Dat jongeren zich niet in
35 Nederlandse films en series herkennen is geen goede zaak, meent Kartosen. “Populaire cultuur hoort verbinding te scheppen, maar in Nederland laat populaire cultuur
40 een witte identiteit zien die veel mensen buitensluit.”

bron: UvA nieuws, 23 juni 2016

tabel 1

Indicatoren van integratie, naar migratie-achtergrond

indicatoren	Chinese Nederlanders	Turkse Nederlanders	Marokkaanse Nederlanders	Antilliaanse Nederlanders
1 tenminste wekelijks contact met autochtone Nederlandse vrienden/kennissen	45	53	58	70
2 heeft vaak/altijd problemen met Nederlands in gesprek	33	23	15	3
3 personen met werkloosheidsuitkering	0,8	2,5	2,1	2,5

naar: Sociaal en Cultureel Planbureau, 2011

Toelichting

De cijfers in de tabel zijn procenten.

tabel 2

Consumptie van populaire cultuur onder Aziatische jongeren in Nederland

	Cosmopolitans	Asians	Hostlanders
kijken naar Nederlandse populaire media	2,29	1,85	2,20
kijken naar populaire media uit het Aziatisch land van herkomst	2,46	3,03	2,17
kijken naar populaire media uit een ander Aziatisch land	2,28	2,77	1,98
kijken naar andere populaire media, bijvoorbeeld uit Groot-Brittannië of de Verenigde Staten	3,58	3,15	3,18

naar: The International Communication Gazette, 2013

Toelichting

De cijfers in de tabel staan voor gemiddelden op een vijfpuntsschaal, variërend van 1 punt (niet kijken naar deze media) tot en met 5 punten (zeer vaak kijken naar deze media).

(Onderzoek is gehouden onder 486 Aziatische Nederlanders in de leeftijdsgroep 18-35 jaar.)