

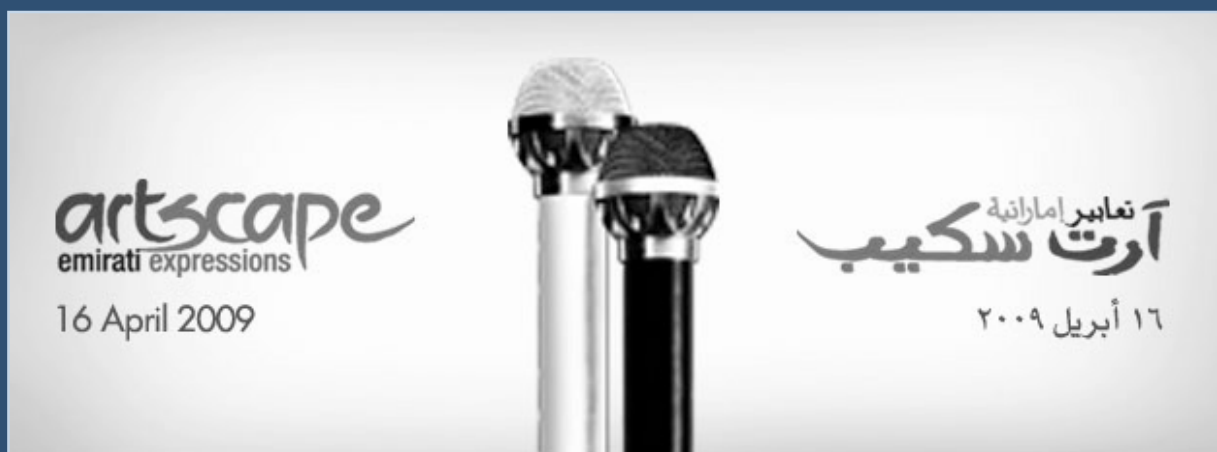
Één plek, twee werelden

Een onderzoek naar mediagebruik, vrijetijdsbesteding en cultuurdeelname van Nederlandse en Amerikaanse expats in Abu Dhabi

Kristine de Wilde
297892

Begeleider: Dr. M. Verboord
Tweede lezer: Prof. Dr. J. de Haan

Erasmus Universiteit Rotterdam
Faculteit der Historische- en Kunstwetenschappen



Één plek, twee werelden.

Een onderzoek naar mediagebruik, vrijetijdsbesteding en cultuurdeelname van Nederlandse en Amerikaanse expats in Abu Dhabi

Kristine de Wilde
297892

Begeleider: Dr. M. Verboord
Tweede lezer: Prof. Dr. J. de Haan

Erasmus Universiteit Rotterdam
Faculteit der Historische- en Kunstwetenschappen

Abstract

Dit onderzoek richt zich op het mediagebruik, de vrijetijdsbesteding en de culturele participatie van Nederlandse en Amerikaanse expats in Abu Dhabi. Het toenemende proces van globalisering heeft tot gevolg dat de mensen, mediateksten en culturele producten zich sneller en eenvoudiger over de wereld verspreiden. De samenleving van Abu Dhabi bestaat voor een groot gedeelte uit Westerlingen die zich daar hebben gevestigd voor hun werk.

In dit onderzoek wordt aan de hand van theorieën over globalisering, het culturele veld en diaspora in gegaan op de positie die expats hebben verkregen. Het belangrijkste aspect van dit onderzoek is de invloed van media op de vrijetijdsbesteding en culturele participatie van de Nederlandse en Amerikaanse expats. Voor dit onderzoeksproject is als eerste een inhoudsanalyse gehouden op de culturele secties van drie Engelstalige Arabische dagbladen. De inhoudsanalyse is gebruikt als indicator van globalisering en heeft als doel gehad inzichten te verkrijgen in de herkomst van de culturele producten waarover de dagbladen publiceerden. De opvallendste uitkomsten van de inhoudsanalyse zijn dat er een evenwicht bestaat in het aantal artikelen over Westerse dan wel lokale culturele producten, maar dat de artikelen over de Westerse producten veel meer woorden bevatten. Tevens gaan deze artikelen voornamelijk gaan over populaire cultuur, terwijl de kortere artikelen over de lokale producten gericht zijn op hoge kunsten.

De resultaten van de inhoudsanalyse hebben onder andere gediend als input voor het kwalitatieve deel van dit onderzoek. Er zijn met vier Nederlandse en vier Amerikaanse expats in Abu Dhabi diepte-interviews gehouden. Belangrijke onderwerpen in deze interviews waren: mediagebruik, vrijetijdsbesteding, culturele participatie, gemeenschappen en de lokale cultuur. Door middel van de diepte-interviews zijn er inzichten verkregen in de zienswijzen en meningen van de expats. Uit de interviews blijkt dat de expats in beperkte mate worden beïnvloed door de dagbladen en dat zij internet gebruiken als belangrijkste informatiebron voor het thuisland. Daarnaast is de culturele participatie van de zowel de Nederlandse als de Amerikaanse expats afgenomen in vergelijking met de participatie in het thuisland. De expats participeren in beperkte mate in de lokale cultuur en komen weinig met lokale culturele producten in contact. Het belangrijkste verschil tussen de Nederlandse en de Amerikaanse expats is dat de Amerikanen wel proberen in contact te komen met lokale culturele producten terwijl de Nederlanders dit niet doen. De redenen voor de veranderingen in culturele participatie zijn op te splitsen in twee niveaus. Het eerste niveau betreft de abstracte redenen voor culturele participatie, die door de expats zelf zijn aangegeven, zoals geografisch afstand, tijd en tijdelijkheid. Daarnaast blijkt uit de interviews dat er nog een tweede niveau is,

namelijk het bredere culturele aspect. Zowel de Nederlandse als de Amerikaanse expats geven aan dat er veel verschillen bestaan tussen de eigen cultuur en de lokale cultuur in Abu Dhabi. Deze cultuurverschillen, die de expats zelf beschrijven, zorgen ervoor dat de expats een afstand voelen en dat de culturele participatie beperkt is.

Trefwoorden: globalisering, expats, diaspora, identiteitsvorming, culturele participatie, vrijetijdsbesteding, culturele veld, mediagebruik, dagbladen

Voorwoord

Al lopend op de drukke wegen van Abu Dhabi, tussen alle torenhoge moderne flatgebouwen door realiseerde ik mij dat ik mijn kans heb gegrepen. Na al twee bachelorscripties te hebben geschreven, moest ik een aantal maanden geleden beginnen aan mijn allerlaatste onderzoek als student. Ik heb mijn kans gegrepen door te kiezen voor een onderwerp dat mij echt aansprak. Eerdere bezoeken aan Dubai, Oman en Abu Dhabi hadden mij nieuwsgierig gemaakt naar de bijzondere mensen die hier leven. Ook toen ik daar zo tussen alle drukte door naar mijn volgende afspraak liep verbaasde ik mij weer over het bijzondere karakter van Abu Dhabi. Er wonen zoveel verschillende culturen op een kleine plek, dat er overal waar je kijkt wel wat te zien is. Lelijke, moderne flatgebouwen, maar ook kleine koffiehuisjes waar mannen in traditionele kledij zitten te genieten van een waterpijp. In de media worden Dubai en Abu Dhabi vaak omschreven als plekken waar een overdaad aan luxe en rijkdom zich bevindt. Maar als je goed om je heen kijkt, blijven er traditionele taferelen zichtbaar.

Door onderzoek te doen naar mensen die op deze bijzondere plaats in de wereld leven heb ik mijn nieuwsgierigheid en enthousiasme gedurende mijn gehele onderzoek weten vast te houden.

Ik wil hierbij Andy, Tim, Claire, Willem, Jereme, Jeremy, Rebecca en Sasa heel erg bedanken voor hun tijd. Uit het onderzoek blijkt dat jullie tijd kostbaar is, dus ik ben dankbaar voor de uitgebreide tijd die jullie hebben genomen om mij te woord te staan.

Ook wil ik mijn begeleider Marc Verboord heel erg bedanken voor de begeleiding die hij mij heeft gegeven. Het was de tweede keer dat hij mij tijdens een scriptie heeft begeleid en ook nu zijn de opmerkingen en adviezen die hij heeft gegeven weer zeer bruikbaar en nuttig geweest.

Mijn kleine, ondertussen groot geworden zusje, Anne kan hier niet ontbreken. Samen zijn we begonnen aan een nieuwe studie en samen zullen we hem op onze eigen manier afronden. Dank je wel zusje, voor al die telefoongesprekken die we hebben gehad!

Na dit onderzoek blijft er voor mij één vraag over, zou ik mijn verblijf in Abu Dhabi op dezelfde manier inrichten als de expats in dit onderzoek? Misschien dat ik ooit het antwoord op deze vraag zal krijgen.

Kristine de Wilde

Inhoudsopgave

Abstract

Voorwoord

Introductie

1. Inleiding	1
1.1 Aanleiding	1
1.2 Hoofdvraag en deelvragen	2
1.3 Relevantie	5
1.4 Structuur van het onderzoek	6
Theoretisch Kader	
2. Culturele globalisering	9
2.1 Van cultureel imperialisme tot media imperialisme	9
2.2 Tegengestelde fenomenen	11
2.3 Het belang van het publiek	13
2.4 Dominante culturen	16
2.5 Amerikanisering	18
3. Dagbladpers & Vrijetijdsbesteding	21
3.1 Het belang van het journalistieke veld	21
3.2 De selectie van inhoud	22
3.3 Arabische journalistiek	23
3.4 Cultuurdeelname	25
3.5 Classificatie van cultuur	27
4. Immigratie & Expats	30
4.1 Expats als diaspora	30
4.2 De diaspora van de media	31
4.3 Expats en aanpassingen	33
4.4 Identiteitsvorming	34
4.5 Gemeenschappen	36
Onderzoek	
5. Methoden	38
5.1 Mixed Method	38
5.2 Onderzoekseenheden	39
5.3 Dataverzameling	42

5.3.1 <i>Dataverzameling van kwantitatief onderzoek: inhoudsanalyse</i>	42
5.3.2 <i>Dataverzameling van kwalitatief onderzoek: interviews</i>	45
5.4 <i>Kwalitatieve analyse</i>	46
6. <i>Resultanten Inhoudsanalyse</i>	48
6.1 <i>Omvang van de artikelen</i>	48
6.2 <i>Herkomst van de inhoud</i>	49
7. <i>Resultaten Interviews</i>	56
7.1 <i>Verwachtingen</i>	56
7.2 <i>Dagbladen</i>	57
7.3 <i>Censuur</i>	59
7.4 <i>Mediagebruik</i>	61
7.5 <i>Gemeenschappen</i>	65
7.6 <i>Vrijetijdsbesteding</i>	68
7.6.1 <i>Sociale activiteiten</i>	68
7.6.2 <i>Culturele participatie</i>	69
7.6.3 <i>Motivaties</i>	73
7.7 <i>Lokale cultuur</i>	78
<u>Conclusie</u>	
8. <i>Conclusie & Discussie</i>	84
8.1 <i>Conclusie</i>	84
8.2 <i>Discussie</i>	89
<i>Literatuurlijst</i>	93
<i>Bijlagen</i>	99
Bijlage 1 <i>Codeerschema</i>	99
Bijlage 2 <i>Topiclijst</i>	100
Bijlage 3 <i>Vertaling citaten</i>	102

1. Inleiding

1.1 Aanleiding

Tijdens een bezoek aan de Verenigde Arabische Emiraten kan het niemand ontgaan dat deze Emiraten een bijzondere plek innemen in de wereld. Een taxirit van het vliegveld in Dubai naar Abu Dhabi toont alle uitersten die de Emiraten zo karakteriseren. Indrukwekkende bouwwerken worden opgevolgd door uitgestrekte woestijnvlaktes. Naarmate Abu Dhabi dichterbij komt doemt in de verte de nieuwe grootse moskee op, terwijl bij binnenkomst in het centrum van Abu Dhabi het straatbeeld wordt gekenmerkt door hoge, moderne Westers uitziende flatgebouwen.

In het begin van 1968, toen bekend werd dat de Britten zich eind 1971 zouden terugtrekken uit de Arabische Golf, werd de oprichting van de Verenigde Arabische Emiraten (VAE) geïnitieerd. De leider van Abu Dhabi, Sjeik Zayed, zag de noodzaak om de banden tussen de verschillende Emiraten te versterken. Na een aantal jaren van onderhandelen werd op 2 december 1971 de federatie die gekend wordt als de Verenigde Arabische Emiraten, bestaande uit Abu Dhabi, Dubai, Sharjah, Fujairah, Umm al-Qaiwain en Ajman, opgericht. Sjeik Zayed werd de president van de Verenigde Arabische Emiraten en heeft tot zijn dood in 2004 de Emiraten gebracht tot waar ze nu zijn (Vine, 2009). Dubai was lange tijd een van de rijkste oorden op aarde. Abu Dhabi, de hoofdstad van de Verenigde Arabische Emiraten, is echter veel rijker dan Dubai ooit is geweest. Abu Dhabi neemt deze rijke plek in de wereld in, door de reusachtige hoeveelheden olie die het bezit, namelijk 10% van de wereldreserves (evd.nl). Deze reusachtige hoeveelheden olie zorgen ervoor dat Abu Dhabi een plek op de wereld is waar veel Westerse bedrijven zich vestigen, wat als gevolg heeft dat veel Westerlingen voor hun werk ook naar Abu Dhabi trekken.

In het United Arab Emirates Yearbook 2009 (Vine, 2009) wordt aangegeven dat minder dan 20% van de populatie bestaat uit de lokale bevolking. Dit betekent dat meer dan 80% van de bevolking bestaat uit immigranten, gastarbeiders en expats. In het UAE Yearbook 2009 wordt tevens vermeld dat van deze 80% een groot gedeelte bestaat uit Westerse expats. Expats zijn mensen die wegens werk voor een bepaalde tijd naar een ander land vertrekken. De samenleving van Abu Dhabi bestaat aldus uit veel mensen die op onpermanente basis in Abu Dhabi verblijven. Deze expats nemen een speciale plaats in binnen de samenleving. Niet alleen de onpermanente basis speelt een grote rol, ook de Westerse afkomst zorgt ervoor dat zij belangrijk zijn voor de samenleving.

Expats staan in nauw verband met het proces van globalisering. Globalisering is een uitgebreid onderzocht concept, wat inhoudt dat personen, ideeën en goederen zich in

toenemende mate over de wereld verspreiden (Janssen et al, 2008). Nationale grenzen worden steeds vaker overschreden en spelen een steeds minder wordend belang in de wereld.

Globalisering wordt gezien als een proces waarin steeds meer delen van de wereld met elkaar in contact komen. De expats die vertrekken naar Abu Dhabi kunnen worden gezien als een onderdeel van globalisering. Zij verplaatsen zich over de wereld en zorgen ervoor dat delen van de wereld met elkaar in contact komen. De komst van expats op plekken als Abu Dhabi zorgt voor een contact tussen delen van de wereld die voorheen onbekend voor elkaar waren. Zoals gesteld houdt globalisering niet alleen de uitwisseling van personen en ideeën in, ook goederen verplaatsen zich in snel tempo over de wereld. Nieuwe technologieën zoals internet hebben gezorgd voor een verandering in het belang van plaats en tijd. De plaats en tijd waar men zich bevindt zijn van steeds minder groot belang, waardoor mediaberichten en culturele producten zich eenvoudiger kunnen verspreiden. In de Verenigde Arabische Emiraten worden verschillende dagbladen uitgegeven die grotendeels in dienst staan van de expats. Deze dagbladen worden uitgegeven door Arabische mediabedrijven, maar worden Engelstalig gepubliceerd en bevatten secties over vele verschillende delen van de wereld.

Er bestaan uiteenlopende zienswijzen over de effecten van globalisering (Crane, 2002; Appadurai, 1996). Volgens bepaalde modellen bestaat de kans dat globalisering leidt tot homogenisering, wat kan betekenen dat de expats in Abu Dhabi met dezelfde mediaboodschappen en culturele producten in aanraking komen als in het thuisland. Andere modellen zetten uiteen dat globalisering juist kan leiden tot een toename in de verscheidenheid van culturele producten en mediaboodschappen. In beide gevallen heeft dit gevolgen voor de expats. De mediaboodschappen die zij tot zich nemen kunnen leiden tot veranderingen in de gedragingen van de expats. In dit onderzoek zal ik me richten op de invloed van mediagebruik op de cultuurparticipatie van expats in Abu Dhabi.

1.2 Hoofdvraag en deelvragen

Het proces van globalisering heeft invloed op vele facetten van samenlevingen. Doordat mensen en mediaboodschappen zich snel en continu over de wereld bewegen, zijn ook samenlevingen continu aan veranderingen onderhevig. Diaspora, de verspreiding van verschillende nationaliteiten waaronder expats ook gerekend kunnen worden, is niet alleen een oorzaak van globalisering (Cohen, 1997). Momenteel zijn er vele verschillende nationaliteiten, waaronder ook Nederlandse, werkzaam en woonachtig in de Verenigde Arabische Emiraten. Wegens sociale en financiële redenen hebben deze mensen ervoor gekozen zich voor een bepaalde tijd in de Verenigde Arabische Emiraten te vestigen. Naast de mensen

die zich verspreiden over de wereld, komen er ook in toenemende mate stromen mediaboodschappen over de gehele wereld. In vele delen van de wereld zijn Engelstalige media beschikbaar, zodat ook mensen afkomstig uit een ander land mediaboodschappen tot zich kunnen nemen. In de Verenigde Arabische Emiraten zijn er verschillende Engelstalige dagbladen beschikbaar. Deze dagbladen kunnen wat betreft inhoud berichten over zowel de Westerse samenleving als de lokale samenleving. Het selectieproces van de dagbladen geeft informatie over de effecten van globalisering, specifiek over de mate waarvan er sprake is van het model van culturele stromen and netwerken, cultureel imperialisme of de receptietheorie (Crane, 2002). Janssen et al (2008) stellen dat de culturele inhoud van dagbladen de mate en richting van globalisering van binnenuit weergeeft. De journalisten voor de dagbladen werken als gatekeepers voor wat er als belangrijk wordt ervaren. Door middel van hun selectieproces wijzen ze een product af of bevestigen zij de positie van het product binnen de culturele wereld. Naarmate veel van de inhoud van de cultuur en vrijetijdssecties van de dagbladen Westers georiënteerd is wijst dit erop dat er sprake kan zijn homogenisering. Wellicht selecteren de dagbladen in de VAE Westerse producten, wat dan aan zou geven dat zij dit als belangrijk en legitiem ervaren. De invloed van het Westen op de VAE zou dan groot zijn, wat zou betekenen dat er sprake is van Cultureel Imperialisme. Naarmate de inhoud van de dagbladen een grote heterogeniteit aan producten en afkomst van producten bevat, wijst dit meer op het model van Cultural Flows and Networks. De redactie en journalisten van de dagbladen in de VAE richten zich dan niet alleen op het Westen, maar combineren het Westen met de lokale cultuur. De al dan niet Westerse inhoud van de dagbladen in de VAE kan bovendien van invloed zijn op de keuzes die gemaakt worden door de expats die de dagbladen lezen. De expats kunnen hun vrijetijdsbesteding oriënteren op de inhoud van de kranten. Daarnaast kan de inhoud ook van invloed zijn op andere aspecten van het leven van de expats. De manier waarop zij omgaan met de lokale cultuur en de gevoelens die zij krijgen bij het denken aan hun thuisland kan worden beïnvloed door de inhoud van de kranten. Voortvloeiend uit de inleiding en de theorie is de hoofdvraag van dit onderzoek:

In hoeverre is de vrijetijdsbesteding en cultuurparticipatie van Nederlandse en Amerikaanse expats woonachtig in Abu Dhabi Westers van aard en hoe wordt dit beïnvloed door de inhoud van de culturele en vrijetijdssecties in de Engelstalige Arabische dagbladen en ander mediagebruik?

Om deze vraag te beantwoorden is het van belang een aantal deelvragen te onderscheiden. Deze deelvragen zullen dienen als leidraad voor het beantwoorden van de hoofdvraag.

1. *In hoeverre bespreken Engelstalige Arabische kranten Westerse dan wel lokale culture producten en vormen van vrijetijdsbesteding?*

Ten eerste moet duidelijk zijn in welke mate de Arabische dagbladen berichten over Westerse cultuur en vrijetijdsbesteding en in welke mate over lokale cultuur en vrijetijdsbesteding. Voorbeelden van wat in dit onderzoek onder cultuur wordt verstaan zijn schilderkunst en poëzie. Voorbeelden van wat in dit onderzoek onder vrijetijdsbesteding wordt verstaan zijn exposities en theaterstukken. Aan de hand van een kwantitatieve inhoudsanalyse zal uiteengezet worden welke herkomst de inhoud van de dagbladen heeft. De resultaten van deze inhoudsanalyse zullen voor een deel input geven voor het verdere onderzoek en zijn tevens een indicator voor de mate van globalisering.

2. *In welke mate is de culturele participatie en vrijetijdsbesteding van de Nederlandse en Amerikaanse expats in Abu Dhabi Westers dan wel lokaal georiënteerd?*

Aan de hand van diepte-interviews zal in worden gegaan op de culturele participatie van de expats woonachtig in Abu Dhabi. Het zwaartepunt ligt hierbij op de herkomst van de culturele producten die de expats tot zich nemen. Culturele participatie is in dit verband de deelname aan cultuur, zoals bijvoorbeeld het bezoeken van galeries. Onder vrijetijdsbesteding wordt de besteding van de vrije tijd van de expats verstaan, de bezigheden in de vrije tijd van de expats. De expats hebben in Abu Dhabi de mogelijkheid dezelfde culturele producten te consumeren als in het thuisland, Westerse producten. Maar er kan tevens sprake zijn van verandering in de culturele participatie van de expats, de mogelijkheid bestaat dat zij zich meer op de lokale cultuur richten. Er zal hierbij een vergelijking worden gemaakt tussen de Nederlandse en Amerikaanse expats. De Amerikaanse expats zijn afkomstig uit een groot land, dat tevens in een bepaalde mate dominerend is in de wereld bijvoorbeeld op het culturele vlak, terwijl de Nederlandse expats afkomstig zijn uit een klein land met veel internationale betrekkingen. Deze verschillen kunnen ervoor zorgen dat de twee groepen expats op verschillende manieren cultureel participeren.

3. *In hoeverre worden de Nederlandse en Amerikaanse expats in hun culturele participatie en vrijetijdsbesteding beïnvloed door hun mediagebruik en andere facetten van het dagelijks leven?*

Naast de herkomst van de culturele producten wordt er in dit onderzoek ook uiteengezet door welke aspecten de culturele participatie van de expats wordt beïnvloed. Naast het mediagebruik van de expats wordt er tevens ingegaan op de facetten uit het dagelijks leven die van invloed zijn op de culturele participatie, zoals bijvoorbeeld het budget dat de expats kunnen besteden aan cultuurdeelname.

1.3 Relevantie

Globalisering is een complex fenomeen, een groot aantal onderzoekers houdt zich bezig met dit proces en de effecten ervan (Crane,2002; Appadurai,1996;Castells,1997; Said, 1995). De effecten van globalisering zijn over de hele wereld merkbaar; de stromen van mensen die zich verspreiden over de wereld en de media die nu makkelijker hun boodschappen kunnen versturen. De begrippen tijd en plaats hebben een hele nieuwe betekenis gekregen, de plek waar men zich bevindt heeft steeds minder invloed op wat men weet en ervaart (Tomlinson, 1999).

Onder andere het proces van globalisering, maar ook de aanwezigheid van belangrijke grondstoffen hebben ervoor gezorgd dat vele verschillende nationaliteiten zich in het Midden-Oosten hebben gevestigd. Professionals, die zich vestigen in het Midden-Oosten, alsmede hun wereldwijde werkzaamheden zorgen voor de aanwezigheid van specifieke kennis, vaardigheden en netwerken. Castells (2000:445) stelt dat de transnationale elite, de professionals, belangrijk zijn voor het proces van globalisering en kosmopolitische netwerken. Als vervolg op het onderzoek van Castells (2000) zijn verschillende studies gedaan naar economische effecten van globalisering en expats (Beaverstock, 2002). Andere wetenschappers hebben zich gericht op de effecten van migratie wat betreft globalisering en identiteitsvorming (Aksoy&Robins, 2000). Uit deze onderzoeken blijkt voornamelijk dat migranten worden beïnvloed door mediaboodschappen; doordat zij zowel boodschappen tot zich nemen uit het land van herkomst en de huidige verblijfplaats is het voor hen moeilijk hun eigen identiteit vast te stellen. Het is waarschijnlijk dat expats, net als de migranten worden beïnvloed door mediaboodschappen. Naar de precieze invloed van media op expats is echter geen onderzoek gedaan. Er kan gesteld worden dat er sprake is van een kennislacune in dit onderzoeksgebied.

De plek die expats innemen binnen de wereldbevolking is opmerkelijk en daarmee een

interessant onderzoeksobject. Expats nemen een bijzondere plek in binnen vele samenlevingen en spelen tevens een belangrijke rol binnen deze samenlevingen. Ze zijn in veel gevallen van noodzakelijk belang voor de economische groei van een land doordat zij, zoals bijvoorbeeld in Abu Dhabi, meer kennis en expertise in huis hebben dan de lokale bevolking zelf. Bovendien vormen expats een soort voorhoede in de globalisering door personen. Appadurai (1996) onderscheidt verschillende vormen van globalisering door middel van ‘scapes’. Een van deze vormen, uiteengezet in de ‘ethnoscape’, is de globalisering van personen; verschillende mensen reizen over de wereld en verplaatsen zich in toenemende mate. De expats nemen zoals gezegd een belangrijke plaats in binnen deze vorm van globalisering, zij vestigen zich op verschillende plekken in de wereld waardoor het proces van globalisering mede in stand wordt gehouden.

Dit onderzoek naar expats en de invloed van media op hun gedragingen is exploratief van aard. Zoals vermeld is er, voor zover ik weet, nog geen onderzoek gedaan naar de invloed van media op expats, hetgeen dit onderzoek wetenschappelijk relevant maakt. Daarnaast kan dit onderzoek dienen als aanscherping van globaliseringstudies in het culturele veld en het mediaveld. Het onderzoek beoogt inzicht te geven in de manier waarop media en in het bijzonder dagbladen een invloed hebben op expats. Voor de mediabedrijven kan dit bijvoorbeeld betekenen dat zij aan de hand van dit onderzoek hun strategie en doelen aanpassen.

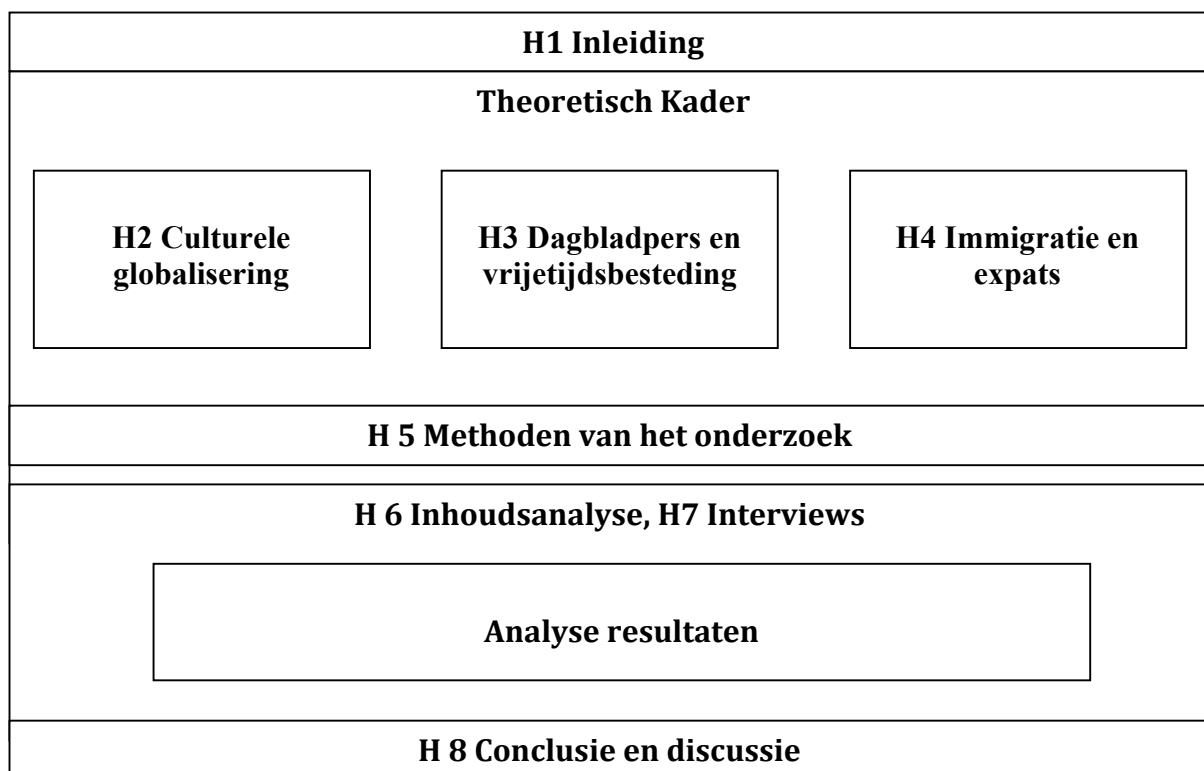
Hiernaast ligt de relevantie van dit onderzoek ook in de gebruikte onderzoeksmethoden. Het onderzoek maakt gebruik van diverse onderzoeksmethoden, zoals inhoudsanalyse en diepte-interviews. Het combineren van de diverse onderzoeksmethoden zorgt voor een vooruitgang in het onderzoeksveld. Bovendien wordt er in dit onderzoek een combinatie gemaakt van verschillende theoretische tradities; het onderzoek bevat globaliseringliteratuur, cultuurparticipatieliteratuur en literatuur over diaspora. Dit zorgt tevens voor een vooruitgang en maakt het onderzoek wetenschappelijk relevant.

1.4 Structuur van het onderzoek

De structuur van dit onderzoek is als volgt. In het eerste hoofdstuk wordt een inleiding gegeven op het onderzoek. Vervolgens komt het theoretisch kader aan bod. Het theoretische kader bestaat uit een drietal delen, culturele globalisering, dagbladpers en vrijetijdsbesteding, immigratie en expats. In hoofdstuk 2 wordt eerst aan de hand van drie verschillende modellen ingegaan op het begrip culturele globalisering en de theorievorming op het gebied van cultuur. Specifiek wordt er in dit hoofdstuk uiteengezet op welke manier bepaalde landen een

dominante positie onderhouden ten opzichte van andere landen en hoe dat zich kan manifesteren voor dit onderzoek. In hoofdstuk 3 wordt aangegaan op de rol van de dagbladers in het culturele veld. Dit zorgt ervoor dat keuze van dagbladen in dit onderzoek duidelijk worden. Tevens wordt er uiteengezet wat er in dit onderzoek wordt verstaan onder vrijetijdsbesteding en cultuurdeelname. In het bijzonder wordt aan de hand van verschillende theorieën uitgelegd wat de motieven van mensen zijn betreffende vrijetijdsbesteding en cultuurdeelname. In het vierde hoofdstuk van deze thesis wordt ingegaan op immigratie, diaspora, expats en de karakteristieken van deze groep mensen.

In dit hoofdstuk wordt de rol van expats in het proces van globalisering uiteengezet en wordt tevens verteld wat voor eerder onderzoek er is gedaan naar expats. In hoofdstuk 5 worden de methoden van dit onderzoek uiteengezet. In dit hoofdstuk wordt verteld wat de onderzoekseenheden in dit onderzoek zijn en er wordt dieper ingegaan op de dataverzameling van dit onderzoek. In het zevende hoofdstuk worden de resultaten van het kwantitatieve onderzoek, de inhoudsanalyse op de dagbladen gepresenteerd.



Deze analyse beoogt niet alleen de inhoud van de dagbladen te analyseren maar vormt ook de input om de gevonden resultaten uit de diepte-interviews mee te vergelijken. De uitkomst van de analyse van de diepte-interviews wordt gepresenteerd in hoofdstuk 8. Deze analyse wordt

gebruikt om uiteindelijk antwoord te kunnen geven op de hoofdvraag. Het laatste hoofdstuk, hoofdstuk 8, geeft een conclusie van de gehele thesis. Aan de hand van de deelvragen wordt de hoofdvraag beantwoord. Tevens wordt uiteengezet wat de beperkingen van dit onderzoek zijn en worden er aanbevelingen gegeven voor verder onderzoek in de toekomst.

2. Culturele globalisering

Globalisering wordt door Janssen, Kuipers en Verboord (2008) beschreven als een proces dat refereert aan de toenemende uitwisseling van goederen, ideeën en personen. Het vertrek van expats naar andere landen om daar voor een bepaalde tijd te wonen en werken kan worden gezien als een onderdeel van globalisering. Janssen et al (2008:720) stellen dat de groeiende internationale uitwisseling en vermenging van culturele goederen en mediaproducten wordt gezien als culturele globalisering. Door het ontstaan van internationale culturele conglomeraten en de stromen van culturele- en mediaproducten zijn dezelfde muziek, films, artiesten, schrijvers, popsterren en kunststijlen tegenwoordig over de hele wereld bekend. Culturele globalisering is hierdoor het meest zichtbaar in het dagelijks leven, overal komen mensen in aanraking met dezelfde uitingen en personen. De expats die vertrekken naar bijvoorbeeld Abu Dhabi nemen zelf culturele producten mee naar deze plek, hierdoor bestaat de kans dat de lokale bevolking in contact komt met deze producten. Daarnaast kunnen de expats in contact komen met de culturele producten afkomstig uit de Verenigde Arabische Emiraten.

2.1 Van cultureel imperialisme tot media imperialism

Culturele globalisering wordt vaak gekenmerkt als een complex en divers fenomeen bestaande uit een wereldwijde cultuur die oorspronkelijk afkomstig is uit verschillende landen en regionen (Crane, 2002:1). De circulatie van culturele producten over de wereld betreft voornamelijk de “ontwikkelde”, Westerse, landen. Crane (2002) onderscheidt een drietal modellen die gebruikt kunnen worden om culturele globalisering uit te leggen of te begrijpen.

Een eerste model dat kan worden gebruikt om culturele globalisering te definiëren is het cultureel imperialisme. In de jaren '70 en '80 van de vorige eeuw waren er wetenschappers die aan het cultureel imperialisme refereerden als de manier waarop culturen van minder ontwikkelde landen werden beïnvloed door stromingen van culturele producten en boodschappen vanuit het Westen (Hesmondhalgh, 2007:214; Crane, 2002:3-5). Het model van cultureel imperialisme gaat ervan uit dat toen de directe dominantie van de koloniale machten over de koloniën ten einde kwam, er een meer indirecte internationale machtsverhouding vanuit het Westen ontstond. Het cultureel imperialisme werd aan het eind van de vorige eeuw populair, doordat voornamelijk door UNESCO werd gewezen op de gevaren en bedreigingen van dit soort ontwikkelingen (Hesmondhalgh, 2007:214). Het model van cultureel imperialisme werd dan ook in toenemende mate gezien als een culturele dominantie van de machtige landen over de rest van de wereld. Deze culturele dominantie

werd gezien als opzettelijk en vastberaden doordat het correspondeerde met de politieke belangen van de Verenigde Staten en andere machtige, kapitalistische, landen. De theorie gaat uit van een centrale macht die een bepaald sociaal systeem wil verspreiden over de rest van de wereld. De effecten van culturele globalisering worden in dit model omschreven als overredend en zullen leiden tot homogenisering van de wereldwijde cultuur (Crane, 2002:3).

In dit model draagt het vertrek van bijvoorbeeld expats bij aan de dominantie van het Westen en de homogenisering van de culturele wereld. De expats die in dit onderzoek dienen als onderzoekseenheden zijn Westers en vertrekken naar een niet-Westers land. Volgens dit model zou dat betekenen dat de Westerse dominantie verder kan worden uitgebreid doordat de expats Westerse culturele producten meenemen naar niet-Westerse landen. Daarnaast zijn de Verenigde Arabische Emiraten niet een centrum in de culturele wereld, wat ervoor zorgt dat zij op een eenvoudige manier de Westerse producten zullen opnemen in de samenleving. De Verenigde Arabische Emiraten zijn jong en hebben sinds het ontstaan veel expats toegelaten in hun emiraten. Abu Dhabi en Dubai zijn plekken waar een groot deel van de bevolking bestaat uit expats. De samenleving in bijvoorbeeld Abu Dhabi is uitermate Westers van aard, wat pleit voor dit model.

Het model van cultureel imperialisme heeft veel kritiek gekregen. De komst van nieuwe geïndustrialiseerde landen zou erop wijzen dat het idee dat het Westen zijn cultuur oplegt aan de rest van de wereld achterhaald is. Abu Dhabi kan gezien worden als zo'n nieuw geïndustrialiseerde plek op de wereld. In korte tijd heeft deze plek zich geïndustrialiseerd en is het, mede door de aanwezige olie, een belangrijke rol gaan spelen in de wereldeconomie. De kritiek die gegeven wordt op het cultureel imperialisme, waarbij de komst van dit soort landen wordt gezien als het bewijs dat het Westen zijn cultuur oplegt dus achterhaald is, zou kunnen worden bevestigd met voorbeelden als Abu Dhabi. Echter de samenleving in Abu Dhabi is dermate Westers van aard, dat het bijna een kopie lijkt van de Westerse samenleving. Dit betekent dat het er ook sprake kan zijn cultureel imperialisme.

Tevens wordt er kritiek gegeven op de homogenisering, veroorzaakt door het culturele imperialisme. De critici van het cultureel imperialisme beweren dat er in toenemende mate sprake is van differentiatie en heterogenisering op de wereld. Ondanks de Westerse aard van de samenleving in Abu Dhabi kan deze plek wel dienen als bewijs voor dit kritiekpunt. De expats nemen dan wel Westerse culturele producten en gewoonten mee naar Abu Dhabi, maar de lokale culturele producten blijven bestaan en worden eventueel beïnvloed door elkaar. Dit kan zorgen voor een toenemende heterogenisering van de culturele wereld. Een ander kritiekpunt is dat culturele globalisering niet langer gezien zou kunnen worden als een proces

met slechts één centrum. Er zijn steeds meer centrale plekken, zoals bijvoorbeeld Abu Dhabi dat vol is van invloeden van andere landen en culturen. In Abu Dhabi wonen naast de lokale bevolking en veel Westerse expats, bijvoorbeeld ook expats afkomstig uit Azië. De komst van al deze expats zorgt voor een samenleving vol met invloeden vanuit allerlei verschillende landen en omgevingen.

Als laatste kritiekpunt wordt het onderzoek van Liebes en Katz (1993) aangedragen. Liebes en Katz (1993) laten met hun onderzoek zien dat het publiek actief omgaat met culturele producten. Het publiek gaat niet overal ter wereld op dezelfde manier met producten om, maar de eigen cultuur, gewoonten en achtergrond van een individu bepalen de manier waarop culturele boodschappen worden geïnterpreteerd. De Westers expats gaan op een andere manier om met bepaalde culturele producten dan de lokale bevolking dat doet. Het verschil in cultuur, gewoonten en achtergrond zorgt ervoor dat de expats en de lokale bevolking bepaalde culturele producten op hele verschillende manieren kunnen ervaren en interpreteren. Zo is het voor de Westerse expats al langere tijd geaccepteerd dat er seksuele invloeden aanwezig zijn in culturele producten, terwijl dit voor de lokale bevolking van Abu Dhabi nieuw en ongewoon is. Hierdoor zou de invloed van het Westen niet zo groot zijn als het culturele imperialisme impliceert (Hesmondhalgh, 2007:216-217).

Echter, ondanks de vele kritieken die het cultureel imperialisme heeft gekregen is het gedachtegoed nog niet geheel achterhaald. Crane (2002:7) stelt dat het cultureel imperialisme, gebaseerd op politieke belangen, is vervangen door media imperialisme dat is gebaseerd op wereldwijde kapitalisme. Een klein aantal mediaconglomeraten, gevestigd in de Verenigde Staten, Duitsland, Frankrijk en Groot-Brittannië, hebben hun macht over de culturele industrieën weten uit te breiden. Mediaconglomeraten zijn mediabedrijven die producten produceren in uiteenlopende productgroepen binnen het mediaveld, zoals internet, televisie en film. De conglomeraten zijn in staat een groot deel van de markt te domineren. Hierdoor is slechts een klein aantal conglomeraten verantwoordelijk voor het merendeel van de wereldwijde culturele productie, wat volgens Crane (2002) een hoge mate van homogenisering tot gevolg heeft.

2.2 Tegengestelde fenomenen

Twee tegengestelde krachten zijn momenteel aan het werk in het veld van culturele globalisering. Ten eerste is de komst van de eerder genoemde conglomeraten bepalend voor de culturele globalisering. Deze conglomeraten zorgen voor homogenisering van de culturele wereld. Tevens zorgen zij voor een grote macht vanuit het Westen. Echter naast de

toenemende macht van het Westen is er een opkomst zichtbaar van nieuwe culturele, lokale, stromingen (Crane, 2002:7). De toenemende globalisering heeft als gevolg dat de samenleving behoefte heeft aan meer lokale producten (Morley, 2001). Het belang van lokale producenten en markten gaat een steeds grotere rol spelen binnen de culturele productie. Het model van culturele stromen en netwerken gaat ervan uit dat de invloeden niet alleen uit het Westen komen. Er kan niet worden gesproken van één centrum, er zijn meerdere centra over de wereld die elk verantwoordelijk zijn voor de wereldwijde culturele productie. Er wordt in dit model benadrukt dat er niet, zoals het cultureel imperialisme impliceert, één stroming loopt over de wereld, maar dat er sprake is van meerdere stromingen en dat de culturele beïnvloeding vele verschillende kanten opwerkt (Crane, 2002:3).

De komst van de Westerse expats op plekken als Abu Dhabi heeft volgens dit model dus twee gevolgen. De expats nemen de Westerse culturele producten, afkomstig van de conglomeraten mee naar Abu Dhabi. Maar juist door de komst van de Westerse expats ontstaat er meer behoefte aan lokale producten. Dit zorgt ervoor dat er meerdere centra op de wereld ontstaan en dat de Westerse expats niet alleen de lokale bevolking beïnvloeden, maar dat er sprake is van wederzijdse invloed. Nederveen Pieterse (1995) stelt dat de betekenis van globalisering ligt in het ontstaan van verschillende soorten producenten. Er bestaan niet alleen wereldwijde producenten, maar tevens op nationaal, regionaal en lokaal vlak. De producenten die werkzaam zijn op al deze verschillende niveaus zijn, volgens Nederveen Pieterse, samen verantwoordelijk voor de culturele productie. Doordat het aantal producenten van culturele producten groeit, net als het aantal landen dat culturele producten vervaardigt, ontstaat er een toenemende diversificatie van de wereldwijde cultuur. In tegenstelling tot het cultureel imperialisme dat uitgaat van het effect van homogenisering is het gedachtegoed van dit model dat er sprake is van heterogenisering.

De grondslag van het bovenstaande model van culturele stromen en netwerken ligt in het idee dat er meerdere centra bestaan die elk verantwoordelijk zijn voor een deel van wereldwijde culturele productie. De regionale culturen hebben een gedeelde samenleving van taal en cultuur, waardoor een groot publiek ontstaat. Elke grote regio, zoals Azië en het Midden-Oosten, wordt gedomineerd door één of twee landen die dienen als centrum van de culturele productie. Iedere grote regio kent zijn eigen dynamiek en kenmerken van productie. Het is voor elke sector verschillend in welke mate de regionale productie ook de internationale markten beheersen. Er zijn culturele producten, afkomstig uit een bepaald centrum in de wereld die in zulke mate internationaal verspreid zijn dat zij bijdragen aan de homogenisering van cultuur. Echter de beschikbaarheid van diverse culturele vormen,

afkomstig uit verschillende delen van de wereld, neemt toe. Hierdoor zou het effect van globalisering liggen in een toenemende pluriforme wereld, doordat het de waarde van lokale culturen en niches erkent (Crane, 2002:9).

Evenals Crane stelt in haar beschrijving het model van culturele stromen en netwerken (2002:2-4) is Appadurai (1996) van mening dat de effecten van globalisering eerder hybridisering dan homogenisering tot gevolg hebben. Appadurai (1996:32-35) onderscheidt een aantal aspecten waarop de effecten van globalisering zijn gebaseerd; deze aspecten zijn media, technologie, ideologie, etniciteit en financiën. Deze set van termen benadrukt de verschillende stromingen die aanwezig zijn en die nationale grenzen overschrijden.

Verschillende wetenschappers hebben veel kritiek gegeven op het cultureel imperialisme. Het model van culturele stromen en netwerken ontmoet daarentegen weinig kritiek anders dan dat wetenschappers het niet eens zijn met de verschillende stromingen die aanwezig zouden zijn. Zij stellen dat, zoals blijkt uit het model van cultureel imperialisme, de invloeden van het Westen en de aanwezige conglomeraten groot zijn. De uitermate Westerse aard van Abu Dhabi kan wijzen op een grote Westerse invloed, maar de productie van lokale producten blijft bestaan waardoor van toenemende homogenisering niet noodzakelijkerwijs sprake is.

2.3 Het belang van het publiek

Naast de voorgaande modellen met als zwaartepunt de producenten van culturele producten en de organisaties die verantwoordelijk zijn voor de culturele producten, onderscheidt Crane (2002:9-12) een model dat de nadruk legt op de receptie van het publiek, de receptietheorie. De kritiek dat er sprake is van een actief publiek, die wordt gegeven op het cultureel imperialisme, wordt uitgewerkt in dit model. De receptietheorie gaat ervan uit dat het publiek in staat is een eigen interpretatie aan mediateksten te geven. Het kan zijn dat het publiek niet de dominante boodschap zoals door de zender bedoeld uit de mediateksten haalt, maar de mediatekst anders interpreteert (Crane, 2002:10). Het model stelt tevens dat elk individu op een andere manier om kan gaan met mediateksten, de verschillende manieren van interpretatie zijn afhankelijk van de desbetreffende context en de sociale karakteristieken van de ontvanger. Dit betekent dat de invloed vanuit het Westen, zoals verondersteld door het cultureel imperialisme, niet zo groot is als soms wordt aangenomen.

Zo heeft het verschil in geslacht invloed op de manier waarop gereageerd wordt op Westerse televisieprogramma's (Salwen, 1991). En Straubhaar (1991:51) stelt dat verschillen in positie in de maatschappij ook van invloed zijn op de voorkeuren van culturele producten.

Mensen uit de lagere en middenklasse prefereren vaak de nationale en lokale cultuur, wat hun etnische en regionale identiteit versterkt. Dit in tegenstelling tot de hoger opgeleiden, die eerder zullen kiezen voor Amerikaanse producten. Liebes en Katz (1990) hebben onderzoek gedaan naar de manier waarop verschillende culturen reageren op hetzelfde Amerikaanse televisieprogramma *Dallas*. Uit hun onderzoek bleek dat verschillende culturen en etnische groepen bepaalde aspecten uit het programma anders interpreteerden. De manier waarop Nederlandse expats, Amerikaanse expats en de lokale bevolking mediateksten interpreteren, kan dus uiteenlopen zoals blijkt uit voorgaand onderzoek.

Niet alleen zijn er verschillen in interpretatie, bepaalde factoren zorgen er ook voor dat een publiek zich afzet tegen Westerse of Amerikaanse producten (Crane, 2002:20). Uit een onderzoek van Biltereyst (1991) blijkt dat het publiek over het algemeen de voorkeur geeft aan lokale televisieprogramma's boven Amerikaanse programma's, omdat het hierbij makkelijker is zichzelf te identificeren met de stijl, waarden en het gedrag in het programma. Dit fenomeen staat bekend als 'cultural discount'. Dit is mede het gevolg van globalisering zelf. Doordat mensen in toenemende mate in contact komen met mediateksten vanuit de hele wereld komt iets dat altijd ver weg was ineens heel dichtbij. Mensen komen in contact met beelden uit bijvoorbeeld Afrika en Azië, plekken die ver weg en onbekend leken komen via de media ineens heel dicht bij. Doordat mensen in contact komen met mediateksten vanuit heel de wereld ontstaat voor hen een instabiele samenleving. De instabiele samenleving waarin men leeft, als gevolg van globalisering, zou leiden tot een verlies aan zekerheid, veiligheid en bescherming (Morley, 2001:431). Bauman (2001) stelt vervolgens dat in een onzekere wereld, mensen op zoek gaan naar veiligheid in de vorm van de lokale of nationale gemeenschap. Ook dit speelt dus een rol in de behoefte aan lokale cultuur en producten. Er is sprake van een parallelle beweging; tegelijkertijd met de globalisering van de media is er in veel landen ook sprake van een buitengewone groei van de lokale media (Castells, 1997:257).

Naast de mediateksten die door de verandering van het belang van plaats en tijd in toenemende mate over de wereld worden verspreid, speelt de multiculturele samenleving ook een rol in de receptietheorie. Zoals Appadurai (1996:33) aangeeft, verspreiden verschillende culturen en nationaliteiten zich over de wereld. Niet alleen toeristen, maar ook immigranten, vluchtelingen, gastarbeiders en de expats zorgen ervoor dat steeds meer multiculturele samenlevingen ontstaan. Een belangrijk aspect hiervan is dat er niet meer gesproken kan worden van homogene nationale culturen met specifieke identiteiten en waarden. Culturele identiteiten overstijgen steeds vaker de nationale grenzen (Crane, 2002:11; Castells, 1997). De komst van Nederlandse en Amerikaanse expats zorgt ervoor dat de Nederlandse en

Amerikaanse cultuur de nationale grenzen overgaan. Er ontstaat op andere plekken in de wereld zoals Abu Dhabi dan ook een Nederlandse en Amerikaanse cultuur. Crane (2002:11) benadrukt dat lokale geproduceerde culturele producten die grenzen overschrijden een grote rol kunnen spelen in het creëren van een gevoel van culturele identiteit die nationale grenzen overstijgt. De Amerikaanse televisieprogramma's die ook in Abu Dhabi worden uitgezonden kunnen een belangrijke rol spelen in de culturele identiteit van Amerikanen in Abu Dhabi.

De receptietheorie gaat ervan uit dat er verschillende stromen verantwoordelijk zijn voor de wereldwijde culturele productie, zowel de lokale als de internationale media spelen hierin een belangrijke rol en de stromen lopen aldus in vele verschillende richtingen (Crane, 2002). Verschillende identiteiten komen in contact met vele verschillende culturele producten, waardoor identiteiten opnieuw moeten worden geconstrueerd en nieuwe identiteiten ontstaan. Daarnaast gaat deze theorie uit van een publiek dat zeer bepalend is voor de mogelijke effecten van globalisering. Het publiek kan zelf bepalen tegen welke culturele producten weerstand wordt geboden, het is in staat zelf te onderhandelen en te beslissen welke culturele producten worden geconsumeerd en welke producten niet. De expats in Abu Dhabi bepalen zelf welke culturele producten worden geconsumeerd. Zij kunnen er zelf voor kiezen om lokale producten te consumeren of producten afkomstig uit het thuisland. Bovendien zijn de expats zelf verantwoordelijk voor de manier op zij deze producten interpreteren. De Amerikaanse expats kunnen bijvoorbeeld op een hele andere manier omgaan met lokale culturele producten dan dat de Nederlanders doen. Hierdoor zijn volgens deze theorie de effecten van globalisering niet onderhevig aan de angst voor homogenisering. Het publiek is zelf bepalend en kan een eigen keuze maken uit de verschillende stromen culturele producten. Tevens gaat deze theorie ervan uit dat het publiek uitermate gedifferentieerd reageert op producten en uitingen, sociale karakteristieken en de mate van blootstelling aan nationale, regionale en internationale uitingen spelen zijn hierbij de belangrijkste factoren (Crane, 2002:2-4). De expats in Abu Dhabi kunnen volgens deze theorie zelf bepalen welke producten worden geconsumeerd, zij zijn zelf actief verantwoordelijk voor hun culturele participatie. Bovendien reageren de expats allemaal verschillend op de uitingen.

Kritiek die kan worden geuit op deze theorie is dat de bijvoorbeeld de media heel machtig zijn en dat het publiek passief informatie uit de media zou overnemen (de Boer en Brennecke, 2003:17). Dit kan als gevolg hebben dat het publiek beïnvloed wordt door de informatie die wordt gepubliceerd door de media en worden beïnvloed in de keuzes die zij maken. De inhoud van de media, de informatie over bepaalde producten die zij publiceren, kan bepalend zijn voor de keuze in culturele producten. Op deze manier is het publiek dus

niet zelf bepalend en maken zij niet zelf een keuze. Dit kan betekenen dat de inhoud van Engelstalige Arabische dagbladen die worden geconsumeerd door de expats sturend is voor hun culturele participatie.

2.4 Dominante culturen

Snel gegroeide breedingsmogelijkheden, zoals televisie, film en internet, hebben ervoor gezorgd dat culturele producten zich in een snel tempo over de wereld kunnen verspreiden. Heilbron (1995:167) stelt dat voornamelijk regionale volksculturen beïnvloed werden door de mondiale cultuur. Steeds meer culturele producten zijn ingebed in transnationale circuits; culturele producten hebben een veel groter bereik door de nieuwe vormen van verbreiding (Janssen et al, 2008:72). Hierdoor is er, naast een economisch wereldstelsel, nu ook een wereldcultuurstelsel ontstaan (Swaan, 1995). Het culturele aanbod is overal ter wereld toegenomen, maar ondanks deze toename gaat het aanbod steeds meer op elkaar lijken. Zoals besproken in paragraaf 2.2 bestaan er verschillende centra op de wereld. Echter waar Crane (2002) van mening is dat de effecten van deze centra heterogeen zijn, stelt Heilbron (1995) dat internationale sterren in de culturele wereld zich van het ene centrum naar het andere centrum verplaatsen. Dit heeft tot gevolg dat er sprake is van internationale concentratie; het aantal producten en producenten dat circuleert, is beperkt en bovendien loopt deze circulatie constant via hetzelfde kleine aantal centra. Wel is Heilbron (1995:166-168) van mening dat er voor elke cultuurvorm meerdere concurrerende centra aanwezig zijn, waardoor wereldcentra met elkaar wedijveren en meerdere culturele stromingen ontstaan.

Heilbron (1995) signaleert ook dat bepaalde landen en culturen een groter dan wel belangrijker aandeel hebben in het wereldcultuurstelsel dan anderen. Tevens zijn er bepaalde stromen van culturele producten dominant aan andere stromen. De richting en betekenis van het culturele verkeer verschillen door de positie die een land inneemt, centraal dan wel perifeer. Een land neemt een centralere positie in binnen het stelsel naarmate het vaker een voorbeeldfunctie vervuld voor producenten of het publiek in andere landen (Heilbron, 1995:169). Hierdoor is binnen het wereldcultuurstelsel op grond van het internationale aanzien van de culturele productie van een land een hiërarchie ontstaan van landen en plekken. Bepaalde landen en steden behoren aldus tot de kern van het stelsel, terwijl het merendeel van de landen en steden een marginale positie hebben en behoren tot de periferie van het stelsel (Janssen et al, 2008:73). De Verenigde Arabische Emiraten kunnen worden gezien als de periferie, zij nemen geen centrale positie in binnen de culturele wereld. Daarentegen nemen de Verenigde Staten een voorbeeldfunctie in binnen de culturele wereld

en liggen zij dus in het centrum van het wereldcultuurstelsel. Landen die een centralere positie innemen binnen het cultureel stelsel, zoals Amerika, zullen zich minder snel richten op buitenlandse producten en producenten. Zo is er veel minder sprake van boekvertalingen in Engelstalige landen dan in landen met een kleiner taalgebied (Janssen et al, 2008:74). Het aandeel boekvertalingen in Engelstalige landen illustreert tevens dat de grootte van een land van belang is voor het culturele verkeer. Daarentegen zullen landen zoals Nederland en de Verenigde Arabische Emiraten die in de periferie liggen zich sneller richten op buitenlandse producten en producenten. Dit betekent dat er een grote kans is dat de Nederlandse expats en de lokale bevolking meer open staan voor buitenlandse producten dan dat de Amerikaanse expats dat doen.

Heilbron (1995:172-174) is van mening dat naast de dimensie van centraliteit de grootte van een land tevens van belang is voor de richting van het culturele verkeer. Grotere landen onderhouden over het algemeen minder transnationale betrekkingen met kleinere landen, dan de kleinere landen zelf betrekkingen onderhouden met andere landen. Deels heeft dit te maken met het politieke stelsel van een land, met cultuur- en taalverschillen tussen landen en met het welvaartsniveau binnen een land. Toch zou de demografische basis van een culturele productie een zelfstandige dimensie vormen, die zowel kan leiden tot stimulatie van internationale betrekkingen als tot remming daarvan. Naarmate een land groter is zullen er meer transacties nationaal worden afgehandeld, terwijl naarmate een land kleiner is meer internationale transacties zullen plaatsvinden. Heilbron (1995:172-173) geeft een viertal redenen voor de effecten van de schaalverschillen.

Ten eerste geldt dat in kleinere landen een groter deel van de bevolking betrokken is bij internationale transacties; uitwisselingen tussen groepen hebben meer gewicht naarmate de groep kleiner is. Ten tweede hebben grote landen veel baat bij de schaalvoordelen die zij behalen, de producten hebben vaak een grotere thuismarkt. Ten derde hebben kleinere landen een minder groot cultuur aanbod en zijn zij dus vaak aangewezen op de producten afkomstig uit grotere landen. Als laatste spelen statusoverwegingen een rol, elites uit kleine landen zijn vaak geneigd zich te oriënteren op elites in grotere landen.

Zoals aangegeven nemen de Verenigde Staten een centrale positie in binnen het wereldcultuurstelsel. Naast deze centrale positie die leidt tot weinig internationale betrekkingen zijn de Verenigde Staten ook een groot land. Dit zorgt er tevens voor dat de zij minder internationale betrekkingen zullen hebben dan landen als Nederland. De expats afkomstig uit de Verenigde Staten zullen gewend zijn zich in mindere mate te richten op andere landen en de rest van de wereld, waardoor verwacht kan worden dat zij in Abu Dhabi

zich ook minder zullen richten op andere culturen. Dit in tegenstelling tot de Nederlandse expats die gewend zijn te leven in een land dat veel internationale betrekkingen kent en veel culturele producten vanuit het buitenland importeert. De Nederlandse expats zullen in Abu Dhabi naar verwachting op een eenvoudiger manier andere culturen en producten eigen maken.

De centraliteit en grootte van een land zijn zeer bepalend voor het wereldwijde culturele aanbod. In de centra van de wereld worden de standaarden voor het beoordelen en evalueren van producten opgesteld, deze centra zijn hierdoor bepalend voor de culturele productie en het culturele beeld in de wereld. De belangrijke landen met een centrale positie binnen het wereldcultuurstelsel, zoals de Verenigde Staten, nemen hierdoor een dominante plek in binnen de culturele wereld. Zij zullen dienen als voorbeeld voor de periferie, voor de minder centrale landen. Deze dominante positie van de Verenigde Staten kan zich voortzetten in Abu Dhabi. De Amerikaanse expats zijn lange tijd onderdeel geweest van een dominante samenleving, die als voorbeeld diende voor vele andere plekken op de wereld. Verwacht kan worden dat de Amerikaanse expats deze dominante positie voortzetten op andere plekken, zoals Abu Dhabi.

2.5 Amerikanisering

Zoals in de vorige paragraaf al gesteld nemen bepaalde landen een dominante positie in binnen het wereldcultuurstelsel. In deze paragraaf zal een specificatie plaatsvinden van het voorafgaande en wordt de dominante positie van de Verenigde Staten uiteengezet.

Uit de verschillende modellen die Crane (2002) onderscheidt blijkt dat er verschillende effecten van globalisering kunnen bestaan. Robertson (1992) maakt een distinctie tussen twee concepten van globalisering, namelijk glocalisering en globalisering. Glocalisering kan worden gedefinieerd als de inter-penetratie tussen het internationale en het lokale, met als resultaat unieke uitkomsten in verschillende geografische richtingen en plekken. Echter er zijn, zoals Heilbron (1995) uiteenzet, bepaalde landen en regio's die een centrale positie innemen in de wereld. Door de centrale positie bestaat de kans dat deze landen dominant worden ten opzichte van de rest van de wereld, zoals Crane (2002) uiteenzet in het model van cultureel imperialisme.

Het tweede concept van Robertson (1992) is gebaseerd op de dominante positie van bepaalde delen van de wereld. Globalisering focust op de imperialistische ambities van landen, organisaties en corporaties die zichzelf opdringen aan de rest van de wereld. Het voornaamste doel van deze partijen is hun macht, invloed en winst uit te bereiden over de

gehele wereld. Het concept globalisering kan onderverdeeld worden in een drietal subprocessen namelijk kapitalisme, Amerikanisering en McDonaldisatie. In deze context is vooral het subproces Amerikanisering van belang.

Al in 1962 definieerde Williams Amerikanisering als het propageren van Amerikaanse ideeën, waarden, sociale patronen, taal, industrie en kapitaal over de wereld. Amerikanisering is een machtig eenzijdig proces vanuit de Verenigde Staten dat probeert om de rest van de concurrerende processen, zoals ‘Britishisation’, te overweldigen (Ritzer & Ryan, 2004). Bovendien tracht Amerikanisering de lokale krachten, die van Amerikaanse modellen een hybride vorm maken, te weerstaan. Amerikanisering is verbonden aan één bepaalde natie, de Verenigde Staten, maar heeft invloed op een groot aantal landen. Amerikanisering valt onder het concept globalisering, omdat de Verenigde Staten zijn macht over de rest van de wereld probeert te behouden. Het tracht ernaar dominant te blijven over de rest van de wereld. Amerikanisering betreft niet alleen het imperialisme van de Amerikaanse cultuur, maar het betreft ook sociaal, institutioneel, politiek en economisch imperialisme (Ritzer & Ryan, 2004).

De macht van de Verenigde Staten en hiermee het proces van Amerikanisering is sterker dan andere processen, zoals ‘Britishisation’. Ten eerste komt dit doordat er simpel gezegd meer Amerikanisering is dan welk ander concurrerend gelijkwaardig proces. De Verenigde Staten hebben de meeste macht over de wereld. Doordat het land van eigenlijk alles het meest produceert heeft het ook meer aan de wereld te bieden dan de andere landen. Bovendien zijn de Amerikaanse exporteurs in staat veel geld te besteden aan wereldwijde advertenties en marketing, waardoor Amerikaanse producten overal ter wereld worden gepresenteerd. Ten derde lukt het de Amerikaanse exporteurs beter dan hun concurrenten om het aanbod van producten op een dusdanige manier te presenteren dat het net lijkt alsof al deze producten eenvoudig kunnen worden aangepast aan de lokale cultuur. Als laatste, en volgens Ritzer & Ryan (2004) zeer waarschijnlijk het belangrijkste, is Amerika van iedereen de ‘tweede cultuur’. Ook al verschilt de eigen cultuur ten opzichte van de Amerikaanse, mensen voelen zich snel op hun gemak bij de Amerikaanse cultuur.

Het bovenstaande zet uiteen welke redenen er aan te wijzen zijn voor de grote macht van de Verenigde Staten. De macht van de Verenigde Staten uit zich niet alleen in het aanbod van culturele producten en diensten; overal ter wereld is een groot deel van het culturele aanbod Amerikaans. De macht van de Verenigde Staten uit zich tevens in de dominante positie die de Amerikaanse cultuur inneemt in de wereld. De Amerikaanse bevolking is in vele opzichte dominant ten opzichte van andere culturen, waardoor zij zich ook zo zullen

gedragen. Er bestaat een grote kans dat Amerikanen zich ‘beter’ zullen voelen dan de rest van de wereld, enkel door het land van herkomst.

3. Dagbladers & Vrijetijdsbesteding

Mediaboodschappen kunnen worden gezien als een onderdeel van globalisering, mediaboodschappen verspreiden zich in snel tempo over de wereld. In de culturele wereld spelen media en hun boodschappen een grote rol. Niet komen mensen in contact met cultuur via de media, de media bepalen ook de waarden van cultuur en culturele producten. Hierdoor wordt de culturele participatie en vrijetijdsbesteding van mensen beïnvloed door de media. Dit hoofdstuk gaat verder in op deze relatie tussen media, culturele waarde en cultuurparticipatie.

3.1 Het belang van het journalistieke veld

Kunstjournalistiek en dan met name de dagbladers speelt een belangrijke rol in het culturele veld. Om het verband tussen de mediaboodschappen en het culturele veld te begrijpen is het van belang eerst de ‘veldtheorie’ van Bourdieu (1993) uiteen te zetten. Bourdieu ziet de samenleving als gedifferentieerd in een aantal semi-autonome velden, zo onderscheidt hij bijvoorbeeld het veld van politiek, economie, religie en culturele productie. Deze velden worden allemaal bepaald door hun eigen regels en bieden allemaal hun eigen economische uitwisselingen en vergoedingen, maar de velden hebben wel parallelle opposities and algemene structuren. Deze tweedeling is een weerspiegeling van de globale klassenverdeling van de samenleving. Er bestaat een onderscheid tussen de dominante en de gedomineerde klassen, maar tevens tussen de dominante economische en politieke macht aan de ene kant en de culturele macht aan de andere kant. Volgens Bourdieu speelt in de samenleving het onderscheid tussen de economische en de culturele macht een grote rol. Doorgaand op dit onderscheid wordt elk veld gestructureerd aan de hand van het onderscheid tussen heteronoom en autonoom, waarbij de heteronome pool economische aspecten vertegenwoordigt en de autonome pool de culturele aspecten (Benson, 1998).

Het veld van culturele productie wordt gekenmerkt door een brede omvang. Binnen het veld van culturele productie vallen wetenschap, recht, religie maar natuurlijk ook kunst, literatuur en muziek (Hesmondhalgh, 2006:212). In dit veld van culturele productie zijn aldus vele verschillende soorten schrijvers, artiesten, muzikanten, kunstenaars en wetenschappers aanwezig die allemaal symbolische producten vervaardigen. Geen van de velden kan worden gezien als volledig autonoom, al komen bijvoorbeeld poëzie en wiskunde die allebei in het culturele veld vallen daar wel heel dichtbij. Het veld van culturele productie is gesplitst in twee delen. Het veld van beperkte productie, waarbij er geproduceerd wordt voor andere producenten en het deel dat het dichtst tegen de autonome culturele kant aanleunt. Dit veld

van beperkte productie wordt ook wel gekenmerkt door ‘l’art pour l’art’, wat inhoudt dat bijvoorbeeld kleine literaire boeken en avant garde kunsten onder dit deel vallen. Het andere veld is dat van productie op grote schaal, er wordt geproduceerd voor een algemeen publiek. Dit veld staat dicht bij de economische kant, waarbij er geproduceerd wordt voor de massa.

Het journalistieke veld is van een groot belang voor de andere velden, omdat het een bemiddelende rol heeft. Als enige heeft het journalistieke veld het “recht” om bij andere velden naar binnen te gaan en te ontdekken wat daarbinnen gebeurt. Bovendien kan het journalistieke veld de bevindingen publiekelijk delen, waardoor het actief bezig is om te relaties binnen de samenleving te beïnvloeden. De bijzondere positie van het journalistieke veld ligt in het feit dat journalistieke uitingen enorme effecten hebben op de beeldvorming van de samenleving (Benson, 1998).

3.2 De selectie van inhoud

Bourdieu (1989) stelde dat alle velden van culturele productie subject zijn van de structurele druk van het journalistieke veld. De kunst-en cultuurjournalistiek speelt dus een belangrijke rol in de culturele wereld, zij vervullen een sleutelrol in de beeldvorming over kunst en cultuur. Met de selecties en evaluaties die de kunst- en cultuurjournalisten maken, verwerpen of bevestigen zij de wijze waarop de producten in de markt worden gezet. Hierdoor worden de daaropvolgende waardering en perceptie van het publiek gestuurd en gevormd. Daarnaast geeft de selectie die de journalisten maken inzicht in de cultuuruitingen waarnaar de belangstelling uitgaat binnen bepaalde nationale culturele velden (Janssen et al, 2008:71). Verschillende wetenschappers stellen dat de redactionele ruimte die een bepaald genre krijgt, waarde toekent aan het desbetreffende genre (Baumann, 2001; Regev, 1994). De inhoud van dagbladen is op deze manier niet alleen een informatiebron voor de aard en omvang van de culturele import van een land, maar kan tevens, zoals Janssen et al (2008) stellen, dienen als indicator voor de mate en richting van de globalisering van het alledaagse leven.

Er zijn twee verschillende benaderingen in onderzoek naar media, namelijk de mediageoriënteerde benadering en de samenlevinggeoriënteerde benadering. De mediageoriënteerde benadering is de meest gebruikte in de wetenschap en heeft in de afgelopen decennia verschillende stappen gemaakt. Waar in het beginstadium van de onderzoeken de nadruk nog lag op de sociale karakteristieken van de journalist werd later ook veel waarde gehecht aan de invloed van de instituties en organisaties zelf. Één van de belangrijkste bevindingen van dit soort onderzoek is dat het nieuwsproduct altijd, op een bepaalde manier, een kunstmatige, vaak voorspelbare en symbolische constructie van de

werkelijkheid geeft (Janssen, 1999:331). Deze mediageoriënteerde benadering heeft echter wel de neiging het belang van de organisatorische invloeden op de inhoud van dagbladen te overdrijven. De samenlevinggeoriënteerde benadering stelt dat naast de invloed van de organisaties, ook de eisen van het publiek een belangrijke rol speelt binnen de selectie van journalisten. Belangrijk is te benadrukken dat de tweede categorie die wordt onderscheiden door Janssen (1999) van steeds groter belang wordt. De organisaties die verantwoordelijk zijn voor de dagbladen, net als de cultuurjournalisten worden in toenemende mate beïnvloed door factoren van buitenaf. Deze externe factoren, zoals concurrenten en de overheid, leggen grote druk op de beslissingen van de journalisten en hun organisaties.

Een andere externe factor die grote druk legt op de dagbladenindustrie zijn de adverteerders. De dagbladenindustrie bestaat uit een zogenoemde ‘dual market’, waarbij de industrie twee markten heeft die worden aangeboord (Doyle, 2002). De industrie heeft een markt in het publiek, de verkoop van de dagbladen zelf. Echter hiernaast zijn de adverteerders van groot belang voor de financiën van de krant. Hierbij moet worden opgemerkt dat de effecten van adverteerders op de dagbladen niet altijd positief zijn. De adverteerders willen een zo groot mogelijk of concreet publiek bereiken, wat de selectie van de inhoud kan beïnvloeden.

De rol van journalistiek en de invloed die het heeft zijn over de hele wereld verschillend. Elk land gaat op een andere manier met journalistiek om en in ieder land bemoeit de overheid zich er op een verschillende manier mee (Janssen et al, 1999).

3.3 Arabische journalistiek

De Verenigde Arabische Emiraten hebben in de jaren negentig van de vorige eeuw een ontwikkeling doorgemaakt wat betreft media. Voor sommige wetenschappers betekent deze periode het beginpunt van openheid en diversiteit, terwijl het voor andere wetenschappers staat voor een revolutie in informatie en communicatie. Ayish (2003) stelt dat onder andere de komst van satelliettelevisie en het internet hebben gezorgd voor een toenemende diversiteit en kwaliteit in het media-aanbod. De genoemde ontwikkelingen hebben van de Verenigde Arabische Emiraten een rijk en goed ontwikkeld medialand gemaakt. Het aanbod en het bereik van media liggen in de VAE ongeveer op dezelfde hoogte als dat van ontwikkelde Westerse landen. Dit zorgt ervoor dat de VAE vaak worden omschreven als het rijkste medialand in de omgeving (Ayish, 2003). Niet alleen wat betreft het aanbod en het bereik is er gelijkennis met de Westerse landen, ook de ontwikkelingen van convergentie en concentratie zijn zichtbaar in de VAE.

De gelijkenis van het medialandschap van de VAE met het medialandschap van het Westen hangt samen met de journalisten die werkzaam zijn in het veld. Een groot deel van de nieuwe generatie Arabische journalisten is Westers getraind of heeft een Westerse journalistieke opleiding genoten (Mellor, 2005:3). In hun poging zowel de mediaboodschappen als hun professie te moderniseren, wordt veel inspiratie opgedaan uit de ontwikkelde Westerse wereld. Bovendien wordt er in de Arabische mediastudies en journalistieke studies veel gebruik gemaakt van Engelstalig materiaal als gevolg van een tekort aan lokaal geproduceerd materiaal.

Naast de Amerikanisering van het journalistieke Arabische veld, is er over het algemeen ook sprake van Amerikanisering van de Arabische media. Vele culturele genres worden beïnvloed door het Westen en dan voornamelijk de Verenigde Staten. De Amerikanisering van serieuze culturele genres, zoals nieuws, wordt gezien als een teken van progressie en een democratische revolutie. Dit in tegenstelling tot de Amerikanisering van de populairdere genres, zoals muziek en televisie, waarbij de Amerikanisering van de producten wordt gezien als een regressie van het authentieke erfgoed van de regio (Mellor, 2005:5).

Onderzoeken naar Arabische journalisten zijn veelal gericht op de mediageoriënteerde aanpak. De rol van journalisten als gatekeepers wordt veel benadrukt, omdat zij in staat zijn te blokkeren, toe te voegen en informatie te veranderen, (Mellor, 2008:466). Andere onderzoeken zijn er gedaan naar de rol die de politiek speelt in de mediasector. Deze studies richten zich voornamelijk op de beperkingen die Arabische journalisten krijgen opgelegd vanuit de overheid. Belangrijke uitkomst van dit soort onderzoek is dat de journalisten het moeilijk vinden dat zij niet op een objectieve manier nieuws kunnen brengen, doordat zij continu rekening moeten houden met de regels die worden opgelegd door de overheid (Mellor, 2008:469). Bovendien blijkt uit onderzoek naar de professie en de positie in het sociale veld van Arabische journalisten dat de nieuwe generatie journalisten vooral hun machtige plek in het sociale veld gebruiken en belangrijk vinden. Dit en de rol die zij spelen als gatekeeper kan grote invloed hebben op de manier waarop zij de inhoud van dagbladen selecteren en op welke manier zij deze inhoud kwalificeren.

Het onderzoek (Ayish, 2003; Mellor, 2005; Mellor, 2008) dat er is gedaan naar de Arabische journalistieke wereld gaat vooral in op de media in de Arabische taal en de rol van de pan-Arabische pers. De Engelstalige media wordt niet meegenomen in deze onderzoeken, waardoor er hierover weinig bekend is.

3.4 Cultuurdeelname

Het journalistieke veld is naast het belang voor de culturele productie zoals wordt beschreven in paragraaf 3.1, tevens van belang voor de culturele participatie van de samenleving. De samenleving gebruikt de media als informatiebron voor vrijetijdsbesteding en culturele participatie.

De cultuurdeelname van mensen wordt bepaald door verschillende factoren. Een eerste theorie die cultuurdeelname kan verklaren is de informatieverwerkingstheorie, welke als uitgangspunt heeft dat mensen over bepaalde informatie moeten beschikken om van cultuur te kunnen genieten (Ganzeboom, 1988). Bovendien moeten mensen een bepaalde vaardigheid ontwikkelen om cultuur te kunnen begrijpen. Bepaalde culturele uitingen zijn complexer van aard dan andere uitingen. Mensen hebben niet allemaal de vaardigheid om deze complexere uitingen te begrijpen en waarderen. De informatieverwerkingstheorie gaat ervan uit dat mensen met een grotere informatieverwerkingscapaciteit van complexere vormen van cultuur kunnen genieten dan mensen met een kleinere verwerkingscapaciteit. De hogere cultuur, waaronder onder andere klassieke muziek, musea en uitvoerende kunsten worden gerekend, worden gekenmerkt door een hoge complexiteit. Daarentegen worden de populaire kunstvormen, zoals film en popmuziek, gekenmerkt door een lage complexiteit. Volgens de informatieverwerkingstheorie zijn de lagere kunstvormen hierdoor makkelijker te begrijpen, er is minder informatie voor nodig om van deze kunstvormen te genieten. De hogere kunsten vragen daarentegen om meer vaardigheid en informatie om begrepen te worden (Ganzeboom, 1988).

De informatieverwerkingstheorie gaat ervan uit dat intelligentie een belangrijke rol speelt in het vermogen om kunst te kunnen waarderen. Het opleidingsniveau is hierbij een indicator voor de mate van intelligentie, hoe intelligenter iemand is hoe hoger het opleidingsniveau en hoe groter de informatieverwerkingscapaciteit. Daarnaast kan de informatieverwerkingscapaciteit worden versterkt door culturele training, wat inhoudt dat het gezin en educatie kunnen bedragen aan het vermogen om kunst te begrijpen (Voorpostel en van der Lippe, 2001). Ganzeboom en de Graaf (1991) geven echter aan dat opleiding en het beroep wel van belang zijn voor cultuurdeelname, maar dat niet het intelligentieniveau de belangrijkste rol speelt maar het soort beroep. Beroepen met een hoge culturele status, zoals onderwijzers, journalisten en kunstenaars vertonen een grotere culturele participatie dan beroepsgroepen met een meer economisch getinte status zoals bedrijfshoofden, advocaten en accountants. Dit verschil ligt niet in opleiding, prestige of inkomen, maar wordt bepaald door de culturele status van het beroep.

Deze statusverschillen in cultuurdeelname worden ook theoretisch verklaard, namelijk dat statusmotivatie bepalend kan zijn voor deelname aan cultuur. Bourdieu (1984) zet dit gedachtegoed uiteen in de theorie van distinctie, ook wel statutheorie genoemd. Niet alleen de vaardigheid om van cultuur te kunnen genieten zou van belang zijn voor cultuurdeelname, maar ook de bekrachtiging in de sociale omgeving is bepalend. De verklaring voor het verschil in cultuurdeelname ligt hierbij in de ervaring dat culturele activiteiten worden geaccepteerd en misschien wel voorschrift zijn in bepaalde sociale groep waarin men verkeert of graag zou willen verkeren (Ganzeboom en de Graaf, 1991:134). Hogere sociale statusgroepen, en dan voornamelijk op culturele ladder, maken gebruik van cultuurdeelname om zich te onderscheiden van de lagere sociale statusgroepen.

Een belangrijk aspect van de statutheorie ligt in het verschil in kapitaal. Bourdieu onderscheidt drie verschillende soorten kapitaal, namelijk economisch, cultuur en sociaal kapitaal. De sociale positie in de maatschappij wordt bepaald door deze drie soorten kapitaal samen. Het economisch kapitaal omvat de financiële middelen en materiële zaken, het cultureel kapitaal kennis, diploma's, ideeën en opvattingen en het sociaal kapitaal het netwerk en vrienden. Het economische, culturele en sociale kapitaal bepalen zoals gezegd de sociale positie van iemand in de samenleving. Volgens de statutheorie is deze sociale positie van groot belang voor de leefstijl ofwel smaak van een persoon. De sociale groepen bestaan uit een homogene groep mensen, de mensen hebben allemaal ongeveer dezelfde status binnen de samenleving. Tussen de sociale groepen bestaat echter veel verschil in status en dus in de aanwezigheid van de verschillende soorten kapitaal. Bourdieu is van mening dat mensen met weinig economisch kapitaal maar met veel cultureel kapitaal meer aan cultuurdeelname doen dan mensen met veel economisch kapitaal en weinig cultureel kapitaal (Ganzeboom en de Graaf, 1991).

Een laatste theorie die hier behandeld wordt met betrekking tot cultuurdeelname is de levensfasetheorie. Deze theorie legt bij cultuurdeelname de nadruk op tijdsbesteding en budget dat mensen hebben gedurende verschillende levensfasen. Bij een bepaalde soort levensfase horen specifieke vrijetijdsactiviteiten. De verschillende fasen in een leven en de positie op de arbeidsmarkt hebben invloed op cultuurdeelname. De vrije tijd die men heeft is afhankelijk van de bepaalde levensfase en is bepalend voor de tijd die overblijft voor cultuurdeelname. Daarnaast kunnen veranderingen in gezinsvorming ervoor zorgen dat er meer rekening moet worden gehouden met gezinsleden, waardoor de culturele participatie verandert. Bovendien zorgt een intrede op de arbeidsmarkt over het algemeen voor een hoger budget, maar tevens voor minder vrije tijd. Als laatste aspect speelt de aanwezigheid van

culturele instellingen een rol in de culturele participatie. Wanneer er weinig aanbod is van culturele instellingen zal de cultuurdeelname lager liggen dan wanneer het aanbod van cultuur hoog is (Ganzeboom, 1988).

3.5 Classificatie van cultuur

Zoals aangegeven in voorgaande paragraaf zijn er verschillende theorieën die uiteenzetten welke aspecten van invloed zijn op culturele participatie. Gedurende een lange tijd had “hoge” cultuur een bepaalde mate van prestige en werd hogere cultuur voornamelijk geconsumeerd door de elite en hogere statusgroepen. Zoals de statutheorie van Bourdieu beargumenteert consumeren deze hoge statusgroepen hogere cultuur ter bevestiging van hun sociale positie in de maatschappij. De hogere culturele uitingen hebben de laatste decennia in Nederland en de Verenigde Staten echter aan prestige ingeboet (Janssen, 2005; Peterson & Kern, 1996).

Samenlevingen classificeren hun culturele producten op uiteenlopende manieren. DiMaggio (1987) heeft vier dimensies onderscheiden die van invloed zijn op de classificatie van cultuur in samenlevingen. Als eerste dimensie geeft hij de mate van hiërarchie in een samenleving als invloed. Sterk hiërarchische classificatiesystemen worden gekenmerkt door grote prestigeverschillen tussen genres. In een sterk hiërarchische samenleving hebben bepaalde cultuurvormen meer aanzien dan andere (Janssen, 2005). Een tweede dimensie is differentiatie. Gedifferentieerde samenlevingen karakteriseren zich door een grote verscheidenheid aan genres en sterk gefragmenteerde kunstsectoren. De derde dimensie die DiMaggio (1987) onderscheidt is universaliteit. Universaliteit gaat in op de mate waarin classificaties worden herkend en erkend door de leden van culturele groeperingen. Een sterke universele samenleving deelt culturele producten op homogene wijze in, daarbij niet lettend op eigen voorkeuren. De laatste dimensie, afgrenzing, gaat in op de grenzen die bestaan tussen genres. Naarmate er sprake is van veel en duidelijke grenzen dienen deze grenzen vaak ook als afgrenzing tussen groepen in de samenleving (Janssen, 2005).

Zoals eerder gesteld is de sterke grens tussen hogere en lagere cultuur afgenomen in Nederland. Nog steeds bestaat er hiërarchische ordening van genres, maar de verschillen tussen de twee vormen van kunst zijn kleiner geworden. Naast de afname in hiërarchische verschillen tussen vormen van cultuur is er een toename zichtbaar in differentiatie. De hogere culturele sectoren hebben zich sterk gedifferentieerd, en bovendien zijn minder legitieme kunstvormen in prestige gestegen. Hierdoor neemt het verschil tussen de hogere en lagere cultuurvormen ook af. Tevens is er sprake van een verlies aan universaliteit, de basis van de

traditionele culturele grenzen zijn verminderd en de nieuwe classificaties worden minder gekend en herkend. Als laatste dimensie geeft DiMaggio afgrenzing, ook bij deze dimensie is een trend zichtbaar die wijst op een afname aan verschillen in classificatie. De grenzen tussen genres en culturele sectoren is afgenomen, waardoor steeds vaker grensoverschrijdend te werk kan worden gegaan (Janssen, 2005).

Janssen (2005) beschrijft aan de hand van een viertal dimensies de ingrijpende wijzigingen die zich hebben voorgedaan in de culturele wereld. De traditionele opvattingen en grenzen tussen cultuur zijn vervaagd. Daarnaast is er sprake van een andere ontwikkeling, die echter plaats vindt aan de kant van culturele consumptie. In de Westerse samenlevingen was tot een aantal decennia geleden sprake van een groot verschil in cultuurdeelname tussen de hogere statusgroepen en de lagere statusgroepen. De hogere statusgroepen consumeerden voornamelijk de hogere culturele vormen, mede wegens statusoverwegingen. De lagere statusgroepen consumeerden daarentegen voornamelijk de populaire culturele vormen, zoals aangegeven kan dit te maken hebben met de informatieverwerkingscapaciteit. De hoge cultuur had een sterke mate van prestige en er kan worden aangenomen dat dit mede tot gevolg had dat de hoge cultuur een hoogdrempelig karakter had.

Aan het elitaire karakter van hoge kunsten is de afgelopen decennia weinig veranderd. De hogere statusgroepen consumeren nog steeds meer traditionele hoge kunsten dan de lagere statusgroepen (Janssen, 2005; van den Broek et al, 2009). Tevens zijn de afgelopen decennia de verschillen tussen hoger en lager opgeleiden niet noemenswaardig afgenomen. De hoogopgeleiden bezoeken nog steeds relatief vaker verschillende cultuuruitingen dan lageropgeleiden (van den Broek et al, 2009). Toch is er wel een ontwikkeling gaande in cultuurconsumptie. De hooggeschoolden bezoeken namelijk ook steeds vaker populaire kunsten. De grenzen tussen de hoge en populaire cultuur zijn aan het vervagen. De hooggeschoolden vertonen een brede culturele smaak en de traditionele afbakeningen zijn van steeds minder groot belang (Janssen, 2005; van den Broek et al, 2009). De hoger opgeleiden voelen zich niet verplicht aan hun status om exclusief of überhaupt hogere kunsten te consumeren.

De expats die in dit onderzoek centraal staan kunnen worden gerekend tot de hooggeschoolden. Naar aanleiding van de theorie van Bourdieu (1984) zou verwacht kunnen worden dat de expats in Abu Dhabi veel participeren in cultuur. De expats zouden voornamelijk geïnteresseerd zijn in hogere culturele uitingen, mede uit statusoverwegingen. De ontwikkelingen die worden geschetst door Janssen (2005) en van den Broek et al (2009) geven echter aan dat hooggeschoolden een steeds bredere smaak ontwikkelen en zich niet

slechts beperken tot de hogere culturele uitingen. Dit zou kunnen betekenen dat de expats in Abu Dhabi naast hun interesse in hoge cultuur ook veel populaire cultuur consumeren en zich niet bewust bezig houden met hun status in de samenleving.

In dit hoofdstuk zijn verschillende theorieën over cultuurdeelname en het belang van het journalistieke veld uiteengezet. De theorieën over cultuurdeelname zijn echter gebaseerd op mensen die zich in het thuisland en de eigen cultuur bevinden. De onderzoekseenheden van dit onderzoek, de expats, bevinden zich in een voor hun vreemde omgeving met een andere cultuur. Het volgende hoofdstuk zal dieper in worden gegaan op de bijzondere positie van expats in de samenleving.

4. Immigratie & Expats

In hoofdstuk 3 wordt beschreven op welke manier de media invloed kunnen hebben op de culturele participatie van mensen. De invloed van de media neemt in dit onderzoek een belangrijke plek in, er wordt onderzocht of de media invloed hebben op expats. Crane (2002) stelt dat globalisering kan worden gedefinieerd als de stromen van mensen, goederen, producten en financiële middelen over de hele wereld. Niet alleen de migranten die zich verplaatsen over de wereld, maar tevens toeristen en gastarbeiders hebben hun rol in globalisering. En ook expats maken deel uit van het proces van globalisering. Expats zijn mensen die wegens werk een bepaalde tijd in een ander land gaan wonen. Meestal zijn expats voor een periode van twee tot drie jaar woonachtig in dit andere land. McGinley (2008) beschrijft expats als mensen die buiten zijn of haar eigen land wonen en werken op een niet-permanente basis. Door de niet-permanente basis van hun verblijf nemen expats een bijzondere plek in binnen de maatschappij. Expats leven op een niet-permanente basis in een ander land, wat als gevolg kan hebben dat hun culturele participatie veranderd.

4.1 Expats als diaspora

Binnen het proces van globalisering speelt transnationalisme een grote rol. Transnationalisme heeft als uitgangspunt dat als gevolg van globalisering en de daarbij behorende stromen van mensen over de hele wereld natie-staten worden overstegen. De mensen die hierbij deze natie-staten overstijgen en de grenzen tussen landen doen vervagen kunnen worden gezien als diaspora. Cohen (1997) onderscheidt vier fasen in de studies die er zijn gedaan naar diaspora. In de eerste fase wordt de term diaspora gebruikt in de klassieke vorm, waarbij de term werd toegepast bij de studies naar de Joodse geschiedenis. Vanaf de jaren tachtig van de vorige eeuw kreeg diaspora een nieuwe betekenis. Diaspora werd toen gebruikt als metaforische aanwijzing om verschillende categorieën van mensen aan te duiden, zoals expats, politieke vluchtelingen, immigranten en etnische minderheden. In derde fase die Cohen onderscheidt, vanaf midden jaren negentig, zijn de onderzoeken die worden gedaan naar diaspora voornamelijk gericht op de tweedeling die er ontstaat tussen het thuisland en de nieuwe ‘samenleving’ waarin de mensen leven. Aan het begin van deze eeuw zette de laatste fase zich in, waarbij de veranderingen van identiteiten als gevolg van vestiging in een ander land een belangrijke rol gaat spelen.

Al vanaf de jaren tachtig van de vorige eeuw valt dus een grote groep mensen onder de zogenaamde diaspora. Cohen (1997:ix) erkent dat in theoretische zin op een gevarieerde manier betekenis wordt gegeven aan het begrip diaspora. Echter aan diaspora liggen altijd

verspreide gemeenschappen ten grondslag die zich buiten hun natuurlijke territorium hebben gevestigd en die erkennen dat er loyale gevoelens en emoties aanwezig zijn ten opzichte van hun ‘oude’ land. Deze loyale gevoelens zitten vaak diep geworteld in taal, religie en cultuur. De erkenning van deze gevoelens kan sterk in de mens zitten of slechts zwak, maar mensen die onder een diaspora vallen worden altijd gekenmerkt door de link die zij nog hebben met hun thuisland of met mensen met dezelfde achtergrond (Cohen, 1997:ix).

Zoals gezegd is de term diaspora heden ten dage van toepassing op een groot aantal migranten populaties, die om politieke of economische redenen het thuisland hebben verlaten. Maar ook vrijwillige migranten, gastarbeiders en expats vallen onder het begrip diaspora. De in elkaar verstrengelde processen van globalisering, massa-migratie en etnische heroplevingen zijn kenmerkend voor het einde van de vorige eeuw en het begin van deze eeuw. De transnationale diaspora is hierdoor sterk tot leven gekomen, wereldwijd gaan gemeenschappen met dezelfde etnische achtergronden grenzen over door economische, politieke of sociale netwerken.

Expats vallen onder het discours van diaspora doordat een diaspora kan worden gezien als een sociale constructie gebaseerd op een groepsidentiteit met een gezamenlijke historie, culturele werkzaamheden, verhalen en dromen. De mensen in deze gemeenschappen leven op een bepaalde plek, terwijl het gevoel van toebehoren ergens anders is (Remennick, 2007). Doordat een diaspora, zoals expats, loyaliteit voelen ten opzichte van verschillende plekken, landen of culturen bestaat de kans dat mensen zich niet kunnen aanpassen aan de cultuur waarin zij leven. Hierdoor kan er een gedefragmentariseerde cultuur ontstaan. Expats leven voor een bepaalde tijd, een aantal jaren, in een voor hun andere en vaak nieuwe cultuur. Alle diasporas zullen loyale gevoelens houden ten opzichte van het thuisland, maar door de relatief korte verblijfsduur van expats, zullen de loyale gevoelens bij hen heel sterk zijn. Tevens zijn expats, zoals eerder beschreven in hoofdstuk 2 vaak afkomstig uit een dominante cultuur en komen zij terecht in een perifere cultuur, waardoor zij als gemeenschap een bijzondere rol innemen in de maatschappij.

4.2 De diaspora van media

Het proces van globalisering wordt voor een groot deel tot stand gebracht door machtige overheidsorganisaties en gigantische organisaties als mediaconglomeraten. Echter Karim (2003:1) stelt dat de economische en culturele activiteiten van transnationale groepen van groot belang zijn voor de globalisering vanuit de samenleving. Net zoals Appadurai (1996) benadrukt Karim de invloed van menselijke activiteiten op globalisering. De transnationale

groepen hebben al sinds enkele decennia intercontinentale communicatienetwerken ontwikkeld die een brede variëteit van media bevatten. Karim stelt dat de ‘mediascape’, zoals Appadurai dit proces beschrijft, zorgt voor een groot deel van de globalisering. De verspreiding van mensen over de wereld heeft tot gevolg dat ook mediaboodschappen zich sneller verspreiden. Mensen die woonachtig zijn in een ander land dan het thuisland nemen niet alleen mediaboodschappen tot zich uit het land waar zij wonen, maar komen tevens in contact met mediaboodschappen uit het land van herkomst. De diaspora van media zorgt ervoor dat identiteiten opnieuw moeten worden gevormd en dat in sommige gevallen nieuwe, hybride identiteiten en culturen ontstaan. De theorieën over diaspora ondermijnen de traditionele gedachten over cultuur, maar stellen dat cultuur geen vast gegeven is die begrensd is door de natie-staat. Diaspora gaat uit van de gedachte dat meer hybride vormen van culturen ontstaan.

Aksoy en Robins (2000) zetten in hun onderzoek naar diaspora uiteen op welke manier Turkse migranten in Duitsland omgaan met mediaboodschappen. De Turkse migranten komen niet alleen in contact met Duitse en Westerse mediaboodschappen, maar ook met media uit hun oorspronkelijke land. Door middel van media uit Turkije proberen de migranten de culturele afstand tussen het thuisland en het land waarin zij momenteel wonen te dicht. Echter, de beelden van het thuisland komen vaak niet overeen met de ideeën en gedachten die zij zelf nog van het thuisland hebben. Hierdoor komen zij vaak verder van het thuisland te staan, in plaats van dat de culturele afstand wordt verkleind. Doordat de beelden niet kloppen met de verwachtingen die er waren, worden de migranten weggedreven van de dingen waarvan zij dachten dat die van hen waren. Het wonen in een ander land, het denken over het thuisland en mediaboodschappen maken de migranten meer bewust van de geconstrueerde aard van identiteiten (Aksoy en Robins, 2000).

Het contact met het thuisland via media leidt dus tot een bewustwording van de eigen identiteit, wat kan zorgen voor verwijdering of vervreemding van het thuisland. Aksoy en Robins geven echter wel aan dat er verschillende zienswijzen bestaan wat betreft dit onderwerp. Mediaboodschappen vanuit het thuisland kunnen er ook voor zorgen dat een deel van de migranten is teruggetrokken in hun eigen wereld via de media. Dit kan resulteren in nog grotere verschillen tussen de culturen.

Uit onderzoek naar migranten uit India in Australië blijkt tevens dat de migranten opnieuw moesten zoeken naar de eigen identiteit. De ‘onderhandelingen’ met het thuisland gingen uiteindelijk deel uitmaken van een veel breder aspect, namelijk het definiëren van de eigen persoon (Ray, 2003).

Het verschil tussen de migranten die worden onderzocht door Aksoy en Robins (2000) en Ray (2003) en expats is dat de expats slechts voor kortere tijd in een ander land verblijven. Dit kan tot gevolg hebben dat zij in nog grotere mate loyaal blijven aan het thuisland en door middel van de media uit het thuisland deze loyaliteit vergroten. Wanneer mensen het thuisland verlaten zullen zij zoeken naar communities op de plek waar ze naar toe verhuizen (Thornley, 2009:100). Vaak zijn dit nieuwe associaties die zijn ontstaan uit nieuwe connecties, maar misschien wel even vaak zijn de communities de lijnen naar de plek die is achtergelaten. Een manier waarop de band met het thuisland wordt versterkt is via de media (Thornley, 2009:100). Expats zullen in bijvoorbeeld films uit het thuisland altijd naar beelden zoeken die representatief zijn voor de tijd dat zij daar zelf nog waren. Tevens fungeren de expats als promotors van het thuisland. Producten uit het thuisland worden in grote mate aangeprezen bij andere gemeenschappen binnen de nieuwe samenleving.

4.3 Expats en aanpassing

Verschillende onderzoeken zijn er gedaan naar de manier waarop expats zich gedragen in het nieuwe land en de daarbij horende cultuur (Beaverstock, 2002; Grimshaw en Sears, 2008; Fechter, 2005). Beaverstock (2002) onderzocht Engelse expats in het 'financial district' in Singapore. Hij stelt dat expats de transnationale elites in steden zijn. Deze transnationale elites zijn over het algemeen hoog opgeleid, hebben goede vaardigheden, worden goed betaald, zijn zeer mobiel en spelen een belangrijke rol binnen het wereldwijde kapitaal. De transnationale elites werden lange tijd geassocieerd met de 'global city'. Friedmann en Wolff (1982:322) zetten uiteen dat de transnationale elites de dominante klasse zijn in de wereldsteden en dat deze steden zich organiseren rondom hun levensstijl en wensen. Hannerz (1996) is echter van mening dat er vier categorieën mensen bepalend zijn voor de culturele rol van een stad en het wereldwijde karakter, namelijk de derde wereldpopulatie, de handarbeiders, toeristen en transnationale elites. Het zijn de transnationale relaties van deze mensen die ervoor zorgen dat zij van dergelijk belang zijn voor een stad. Uit het onderzoek van Beaverstock (2002) blijkt dat de Engelse expats in Singapore zeer veel wereldwijde-lokale relaties hadden binnen de werkplek en de werk/sociale sfeer, maar dat zij uitgesloten waren van de lokale huishoudens en andere sociale plekken. Dit bleek het gevolg van de onzichtbaarheid van de lokale populatie binnen hun interacties.

Doordat de expats uitgesloten worden van de lokale sociale gebeurtenissen zullen expats geneigd zijn elkaar, en de eigen cultuur, op te zoeken. Mensen die naar een ander land vertrekken zullen altijd zoeken naar een nieuwe gemeenschap waarin zij zich thuis voelen

(Thornley, 2009). Echter, waar het logisch lijkt dat expats zich makkelijker thuis voelen en aanpassen aan een zelfde cultuur als waar ze vandaan komen, blijkt dat uit onderzoek niet zo te zijn. Brewster (1995) stelde al in de jaren negentig van de vorige eeuw dat het voor expats moeilijker is zich aan te passen aan een gelijkende cultuur dan aan een verschillende cultuur. Een expat in een andere cultuur heeft het voordeel dat het bewustzijn van de verschillen altijd aanwezig is. Dit in tegenstelling tot expats in een gelijkende cultuur aan de eigen. Deze expats kunnen de verschillen die er bestaan moeilijk identificeren en geven zichzelf vaak de schuld van de problemen die in realiteit een resultaat zijn van de botsing van culturen. Het zijn dus de verwachtingen die de expats hebben van de nieuwe cultuur en de attributies die ze maken ten opzichte van wat er gebeurt in de nieuwe cultuur die van significante invloed zijn de op aanpassing van de expat zelf. In een praktijkonderzoek van Selmer (2007) wordt dit bevestigd, de mate waarin een cultuur verschilt van de eigen cultuur staat niet in verband met de manier waarop een expat zich aanpast.

Ondanks de uitkomst dat de mate waarin de nieuwe cultuur verschilt van de eigen cultuur niet in verband staat met het gemak waarmee expats zich aanpassen spelen de verschillen in cultuur een grote rol in het leven van expats. Enerzijds zijn expats vaak hoog opgeleid en genieten zij een hoge status, wat ervoor kan zorgen dat zij veel doen aan cultuurdeelname. Anderzijds bestaan er grote cultuurverschillen tussen de expats en de lokale bevolking, wat tot gevolg kan hebben dat zij zich weinig interesseren in de lokale cultuur.

4.4 Identiteitsvorming

Media spelen dus een belangrijke rol in de wijze waarop expats zichzelf zien. Aksoy en Robins (2000) tonen met hun onderzoek aan dat mediaboodschappen kunnen zorgen voor een bewustwording van de eigen identiteit. Hiernaast zorgt de toenemende mobiliteit en de vervaging van grenzen als gevolg van globalisering ervoor dat overal ter wereld steeds meer mensen met elkaar en andere plekken in contact komen. Het contact van mensen met andere culturen en samenlevingen heeft als gevolg dat deze mensen zich genoodzaakt voelen hun eigen identiteit te vormen, vaak om zichzelf te onderscheiden van de ander (Morley, 2001). Om zichzelf te onderscheiden van de ander, is het voor een persoon makkelijker zich af te zetten tegen deze ander. De constructie van identiteiten verloopt altijd vis-à-vis een ander, zo stelt Hall (1991:48). Een persoon heeft een ander nodig om zichzelf te kunnen identificeren. Oriëntalisme is een manier voor het Westen om zich te identificeren, de Westerse wereld zet de gerationaliseerde Westerling boven de emotionele Oriëntaal (Said, 1995:3). Hiermee plaatst het Westen zich boven de rest van de wereld en neemt het Westen een dominante

positie in. Het Oriëntalisme past voor een groot deel binnen het culturele imperialisme zoals beschreven door Crane (2002). Net zoals het culturele imperialisme gaat het Oriëntalisme uit van Westerse dominantie over de rest van de wereld.

Net zoals Westerlingen een ander nodig hebben om zichzelf tegen af te kunnen zetten, om zich dominant te voelen ten opzichte van andere culturen bestaat er vanuit het niet-Westen ook een bepaald gevoel ten opzichte van het Westen. Buruma en Margalit (2001) omschrijven dit als Occidentalisme'. Buruma en Margalit (2001) betogen dat er een cluster van ideeën en beelden over het Westen in de gedachten van de niet-Westerling bestaat. Er is geen sprake van een conflict tussen het Oriëntalisme en het Occidentalisme en het zijn dus ook geen tegenpolen. Het zijn theorieën die beschrijven hoe delen van de wereld zichzelf kunnen identificeren aan de hand van een ander. In het geval van Oriëntalisme plaatst het Westen zichzelf in een dominante positie; het Occidentalisme gebruikt een cluster van ideeën en gedachten om zichzelf te onderscheiden.

Vanuit het Westen gaan er veel expats wonen in een niet-Westers land, zoals de Nederlandse en Amerikaanse expats in dit onderzoek die in de Verenigde Arabische Emiraten gaan wonen. Zij komen als dominante cultuur terecht in een perifere cultuur, waardoor zowel het Oriëntalisme als het Occidentalisme een rol gaat spelen. Enerzijds zijn de Westerse expats gewend te leven in een dominante cultuur, maar als expat in het nieuwe land zijn ze geen dominante cultuur meer. Ondanks de gemeenschappen die er ontstaan in het nieuwe land, zijn de expats een minderheid. Aan de andere kant komt de inheems niet-Westerse bevolking, door de komst van expats in direct contact met de Westerse samenleving.

Naast het Westerse en niet-Westerse aspect in het contact tussen expats en de inheemse bevolking speelt er nog een ander aspect een rol. Fechter (2005) heeft onderzoek gedaan naar Europeanen en Amerikanen in Jakarta met als uitgangspunt 'de ander'. Het is voor de expats vaak voor het eerst dat ze in een andere cultuur leven en bovendien in niet-blanke cultuur. De Europese en Amerikaanse expats beleven, zo stelt Fechter, voor het eerst hoe het is om afgerekend te worden op huidskleur. In de Westerse samenleving is de blanke bevolking over het algemeen onzichtbaar, de bevolkingsgroepen met een andere huidskleur zijn zichtbaar. Op het moment dat de expats in een andere niet-Westerse cultuur komen verwachten zij net als in de Westerse samenleving onzichtbaar te zijn. Ondanks dat de expats dagelijks worden geconfronteerd met hun blanke huidskleur weigeren zij te erkennen dat het blanke ras slechts één van de vele soorten volken is (Fechter, 2005:89). Dyson (1999, 223) onderstreept dat expats hun eigen karakteristieken en eigenschappen ontkennen. Doordat de blanke Europeanen en Amerikanen als de ander worden gezien door de inheemse bevolking

hebben zij het gevoel dat hun macht wordt ondermijnd. Het gevoel van ondermijning van de macht van expats wordt versterkt door de positie die het Westen inneemt in de wereld. De aanwezigheid van expats als experts en transnationale elite zou de economische en politieke macht van het Westen moeten ondersteunen, maar juist doordat de expats zichtbaar zijn in de samenleving hebben zij het gevoel dat hun macht wordt ondermijnd (Fechter, 2005, 97).

4.5 Gemeenschappen

Tot slot is de rol van gemeenschappen in het leven van expats relevant om te nemen. Expats verhuizen naar een voor hun vaak vreemd land, waarin ze opnieuw hun eigen plek moeten vinden. Zoals Thornley (2009) al aangaf zullen mensen die naar een ander land vertrekken altijd zoeken naar een nieuwe gemeenschap waarin zij zich thuis voelen. De ‘Social Identity Theory’ gaat ervan uit dat behoren tot een gemeenschap of groep voor een belangrijk deel bijdraagt aan het individuele gevoel van toebehoren (Hogg en Terry, 2000). Individuen categoriseren zichzelf en anderen in groepen met als doel hun eigenwaarden vast te stellen en te behouden en tevens het gevoel van onzekerheid te verkleinen. Het gevoel van eigenwaarde wordt in dit proces bepaald aan de hand van de karakteristieken van de mensen die al in de gemeenschap of groep zitten. De mensen binnen een gemeenschap hebben een sterk gevoel van vertrouwen, interactie, support en beloningen naar elkaar toe. Terwijl de mensen die buiten de groep vallen over het algemeen met een negatieve houding en emotie worden benaderd (Lauring, 2008:345). Hierdoor missen zowel de mensen in de groep als daarbuiten kansen. De mensen die buiten de groep vallen worden de kansen niet geboden door de mensen binnen de groep, zo stelt Lauring (2008). Echter de mensen binnen groep missen de kans om hun wereld te verbreden en zichzelf verder te ontplooiën.

Taal speelt een grote rol binnen het proces van sociale identiteitsvorming. De taal van een individu wordt zowel in negatieve als positieve zin gebruikt om te differentiëren, met daarbij als doel de etnische identiteit uit te dragen. Giles en Byrnes (1982) stellen dat een groep gebaseerd op taal ook kan worden gezien als een etnische groep, omdat taal een van de belangrijkste karakteristieke markers is van een identiteit. Er kan dus gesteld worden dat taal de belichaming wordt van etniciteit. Hierbij moet wel aangemerkt worden dat economische en sociale status ook een belangrijke rol spelen binnen de sociale identiteitsvorming.

Expats die leven in een ander land zullen snel geneigd zijn hun sociale identiteit vast te stellen. Over het algemeen komen de expats alleen, of in gezinsverband, naar de nieuwe woonplaats. Door zich bij een gemeenschap of groep te voegen wordt, zoals eerder

uiteengezet, de eigenwaarden vastgesteld en het gevoel van onzekerheid verkleint. Het risico dat de expats hierdoor lopen is echter wel dat zij zich distantiëren van de inheemse bevolking.

In het voorgaande hoofdstuk is uiteengezet welke verklaringen er zijn voor de verschillen in culturele participatie. Een van de verklaringen wordt gegeven door Bourdieu (1989), die door middel van de statutheorie uiteenzet dat mensen uit hogere statusgroepen meer hoge cultuur consumeren. Tevens blijkt uit verschillende onderzoeken dat hooggeschoolden, de elite van de samenleving, meer geneigd zijn tot participatie in hoge cultuur. Echter de expats leven zoals in dit hoofdstuk verteld niet in de eigen cultuur. De expats die in dit onderzoek centraal staan zijn afkomstig uit een dominante cultuur of hebben affiniteit met een dominante cultuur. Op de plek waar de expats zich vestigen bestaan voor hun dus eigenlijk twee werelden. De gemeenschappen waartoe zij behoren en welke gezien kunnen worden als thuis. En de nieuwe cultuur waarin zij terecht komen. De expats krijgen aldus te maken met verschillen tussen deze twee werelden; de verschillen zullen bovendien worden versterkt door de taalbarrière.

Wat betreft de culturele participatie van de expats kunnen er twee aspecten of niveaus een belangrijke rol spelen. Als eerste zullen de theoretische verklaringen voor culturele participatie een rol spelen in de cultuurdeelname van expats. Het tweede aspect dat van belang zal zijn is het aspect dat zich afspeelt op het algemene cultuurniveau. De verschillen tussen de eigen cultuur, die terugkomt in de gemeenschappen, en de nieuwe cultuur waarin de expats zich gevestigd hebben kunnen tevens een rol spelen in de mate waarin en de manier waarop de expats participeren in cultuur.

5. Methoden

In dit hoofdstuk zullen de methoden worden beschreven die worden gebruikt om mijn onderzoeksvraag te beantwoorden.

5.1 Mixed Method

In dit onderzoek bestudeer ik de inhoud van Engelstalige dagbladen in Abu Dhabi en de invloed van deze dagbladen op de culturele participatie van Nederlandse en Amerikaanse expats in Abu Dhabi. Om dit te onderzoeken maak ik gebruik van een ‘mixed method’. Dit houdt in dat in dit onderzoek gebruik wordt gemaakt van twee verschillende onderzoeksmethoden, namelijk kwantitatief onderzoek en kwalitatief onderzoek. Er is gekozen voor een tweetal onderzoeksmethoden omdat de onderzoeksvraag is op te splitsen in twee verschillende delen.

Voor het eerste deel van de onderzoeksvraag, dat ingaat op de inhoud van de dagbladen, wordt gebruik gemaakt van een kwantitatieve onderzoeksmethode. Het tweede deel van de vraag, de vraag in welke mate de dagbladen invloed hebben op de expats, wordt beantwoord door gebruik te maken van een kwalitatieve onderzoeksmethode. Het gebruik van meerdere onderzoeksmethoden biedt een aantal voordelen. De onderzoeksmethoden afzonderlijk hebben een aantal beperkingen, welke door het gebruik van meerdere methoden worden geneutraliseerd. Bovendien kunnen bepaalde nadelen van onderzoeksmethoden worden beperkt door het gebruik van meerdere methoden. Het gebruik van meerdere onderzoeksmethoden kan een onderzoek aldus versterken (Tashakkori en Teddlie, 2002).

De eerste fase van het onderzoek beslaat de studie naar de inhoud van de Engelstalige Arabische dagbladen. Aan de hand van een inhoudsanalyse zal de inhoud van deze dagbladen worden onderzocht. Door de inhoud van communicatie- en informatieboodschappen te analyseren kunnen uitspraken worden gedaan over de betekenis van deze boodschappen op basis van objectieve en systematische analyse van gespecificeerde kenmerken (’t Hart, 2005). Voor een inhoudsanalyse wordt gebruik gemaakt van neerslag van verbaal gedrag, waaronder kranten en tijdschriften vallen. Het gebruik van inhoudsanalyse heeft als voordeel dat de gebruikte data niet worden uitgelokt. Bovendien neemt de betrouwbaarheid van het onderzoek toe door het gebruik van kranten, welke systematisch zijn verzameld en opgeslagen in officiële archieven (’t Hart, 2005). De gevonden data uit de inhoudsanalyse zullen worden verwerkt in het computerprogramma SPSS, de resultaten die hierdoor worden verkregen zullen statistisch worden geanalyseerd.

In het tweede deel van het onderzoek zal naar de effecten van de boodschappen en de inhoud van de dagbladen worden gekeken en daarom zal gebruik worden gemaakt van kwalitatief onderzoek. Kwalitatief onderzoek heeft tot doel gedragingen, ervaringen en belevingen van de betrokken te beschrijven, te interpreteren en te verklaren ('t Hart, 2005:253) Kwalitatief onderzoek is het meest geschikt voor dit deel van de onderzoeksvraag, omdat kwalitatieve methoden de onderzoeker de mogelijkheid geeft om op een goede manier inzichten te krijgen in de alledaagse belevenissen van de expats. Diepte-interviews moeten inzichten geven in de effecten die de inhoud van de dagbladen heeft op het publiek. Het draait hierbij om hoe het publiek de boodschappen interpreteert. Omdat het onderzoek exploratief van karakter is, is het voor de onderzoekers onduidelijk wat voor een mogelijke antwoorden de respondenten zullen geven.

Het voordeel van diepte-interviews is dat het de mogelijkheid biedt aan respondenten om hun ideeën, motivaties en gedachtegangen duidelijk te maken in hun eigen woorden. Tegelijkertijd biedt het de onderzoekers de mogelijkheid om direct te reageren en vragen te stellen op hun antwoorden (Holstein en Gubrium, 1999). De diepte-interviews zullen semi-gestructureerd zijn; de manier waarop de vragen worden gesteld liggen voor een deel vast net zoals de inhoud van de vragen. Echter de volgorde van de vragen liggen niet vast en er worden ook geen voorspellingen gedaan over de mogelijke antwoorden. De diepte-interviews zullen worden gehouden aan de hand van een topiclist, waardoor er veel ruimte blijft voor de geïnterviewde. De topiclist wordt samengesteld aan de hand van de onderliggende theorie en de resultaten uit de inhoudsanalyses. De diepte-interviews zullen worden uitgetyped en aan de hand van een inductieve analysemethode worden geanalyseerd. Bij deze methode worden de interviews gecodeerd en worden er thema's toegekend aan de inhoud van de interviews.

5.2 Onderzoekseenheden

De twee afzonderlijke fasen van het onderzoek kennen verschillende onderzoekseenheden. Het eerste gedeelte van het onderzoek wordt gekenmerkt door de inhoud van Engelstalige Arabische dagbladen. De onderzoekseenheden van dit gedeelte van het onderzoek zijn de artikelen die de kunst en cultuursecties van de Engelstalige Arabische dagbladen bevatten. Er zijn drie Engelstalige Arabische dagbladen geselecteerd, namelijk *Gulf News*, *Emirates Business 24/7* en *The National*. Deze dagbladen zijn geselecteerd omdat zij toegankelijk zijn via het online databestand Press Display.

Het eerste dagblad dat voor dit onderzoek wordt geanalyseerd is *Gulf News*. *Gulf News* is opgericht op 30 September 1978. De krant is opgericht door een zakenman uit de

Verenigde Arabische Emiraten. Onder een nieuw management werd de krant op 10 December 1985 overgenomen en opnieuw gelanceerd. De krant heeft op dit moment vestigingen in meerdere plekken binnen de Verenigde Arabische Emiraten om op die manier de beste lokale informatie te kunnen verschaffen. *Gulf News* is, zoals het zelf aangeeft, de eerste krant in de regio die kunst, cultuur, muziek en sport promoot door middel van sponsoring van evenementen. Tevens is het de eerste krant die een vrijetijdssectie opnam in de inhoud van de krant. In 2006 reikte het bereik van de krant tot 91.985 kranten op zaterdag tot 94.247 kranten op donderdag, volgende de statistieken van BPA, een wereldwijd onderzoeksbureau (Website Gulfnews). Voor dit onderzoek is het van belang dat deze krant zich ook richt op kunst, cultuur en vrijetijdsbesteding. Wel moet in ogenschouw worden genomen bij het onderzoek dat de krant bepaalde evenementen sponsort, wat invloed kan hebben op het selectieproces van de inhoud.

De tweede krant, *Emirates Business 24/7*, is een jong dagblad, opgericht in December 2007. Het doel van de krant is de regio te bieden, wat het hiervoor miste, namelijk degelijk financieel nieuws. Naast het financiële en zakelijke nieuws, biedt de krant de lezer ook sport, gezondheid en entertainment. Deze krant valt onder een grote Arabische mediagroep, namelijk Arab Media Group. Deze groep bezit onder andere negen radiostations, drie dagbladen, twee televisiestations en houdt zich tevens bezig met andere printmedia (Website Emirates Business 24/7).

De derde krant die wordt geanalyseerd, *The National*, is tevens onderdeel van een grotere organisatie. De krant valt onder Abu Dhabi Media Company, welke twee dagbladen bezit, verschillende magazines, drie digitale televisiezenders en vier radiozenders. *The National* is het jongste dagblad, in april 2008 werd de eerste issue gepubliceerd. *The National* heeft als doel de samenleving te reflecteren, de samenleving te helpen ontwikkelen en voor hen het meest belangrijk: de tradities uit de Arabische samenleving te behouden. De krant heeft redacteurs afkomstig van Westerse dagbladen en hoopt daarmee de kwaliteit van de krant te vergroten. De krant heeft een bereik van gemiddeld 80.000 kranten. (Website The National Newspaper).

De expats die in dit onderzoek worden geïnterviewd zijn allen woonachtig in Abu Dhabi, om ervoor te zorgen dat alle onderzoekseenheden zich in dezelfde samenleving bevinden. Er is gekozen voor expats die woonachtig zijn in Abu Dhabi, omdat Abu Dhabi een plek is waar een groot deel van de samenleving bestaat uit expats. Tevens is Abu Dhabi de hoofdstad van de Verenigde Arabische Emiraten en is het een plek buiten het Westen.

De expats die worden geselecteerd voor dit onderzoek moeten aan twee selectiecriteria voldoen, namelijk woonachtig zijn in Abu Dhabi en een abonnement hebben op één van de drie hiervoor beschreven dagbladen. Bovendien zijn zowel Nederlandse als Amerikaanse expats geïnterviewd. Er is voor Nederlandse expats gekozen omdat zij afkomstig zijn uit een klein land, dat geen grote rol speelt in de culturele productie. Daarnaast hebben de Nederlandse expats met twee taalbarrières te maken, zij spreken de lokale taal niet maar tevens is het gebruik van Engels in de media die worden onderzocht ook niet hun moedertaal. Naast de Nederlandse expats is er voor Amerikaanse expats gekozen. Zij zijn afkomstig uit een cultureel dominant land. Dit kan betekenen dat zij op een heel andere manier omgaan met de inhoud van de dagbladen, zij kunnen op een andere manier worden beïnvloed en bijvoorbeeld eerder kiezen voor Amerikaanse producten en de lokale cultuur dus op afstand houden. Daarnaast hebben zij slechts te maken met één taalbarrière, zij beheersen de lokale taal niet, maar het Engels dat terugkomt in de media is hun moedertaal.

Voor dit onderzoek zijn vier Nederlandse expats en vier Amerikaanse expats geselecteerd. De interviews met de expats heb ik gehouden in Abu Dhabi zelf. Via een Nederlandse contactpersoon die woonachtig is in Abu Dhabi heb ik mijn respondenten geselecteerd. De contactpersoon heeft mij de e-mailadressen van verschillende Nederlandse en Amerikaanse kennissen en vrienden aangereikt. Naar aanleiding van de adviezen van Baarda, De Goede en Van der Meer-Middelburg (1996) heb ik in de eerste e-mail naar de expats het algemene idee van mijn onderzoek uitgelegd. Een aantal respondenten reageerden in een kort tijdsbestek en met deze expats heb ik gelijk een afspraak gemaakt in de periode dat ik aanwezig was in Abu Dhabi. Andere respondenten reageerden niet op de eerste e-mail. Na een week heb ik deze respondenten een tweede e-mail gestuurd met daarin meer gedetailleerde informatie over mijn onderzoek. Na deze tweede e-mail reageerden nog een aantal respondenten en in totaal had ik voor de periode dat ik aanwezig was in Abu Dhabi acht afspraken voor een interview.

De Nederlandse respondenten bestaan uit drie mannelijke expats en één vrouwelijke expat. De drie mannelijke expats, Tim, Andy en Willem, zijn werkzaam bij verschillende olie en gasbedrijven. Tim (32 jaar), is vier jaar geleden vertrokken naar Abu Dhabi als vrijgezel en heeft in Abu Dhabi een gezin gesticht. Hij is werkzaam in een Nederlands bedrijf dat een kleine vestiging heeft in Abu Dhabi waar hij de functie heeft van leidinggevende. Andy (42 jaar) is tien jaar geleden met zijn vrouw naar Abu Dhabi vertrokken met het idee daar voor een aantal jaar te verblijven. Andy is werkzaam bij een middelgroot Nederlands bedrijf dat

een vestiging heeft in Abu Dhabi. Hij heeft deze vestiging opgezet en is momenteel leidinggevende. Willem (53 jaar) is net als Andy al langere tijd in Abu Dhabi en heeft kinderen die niet meer in Abu Dhabi wonen. Ook Willem is werkzaam bij een Nederlands bedrijf, dat echter groter is en vele vestigingen over de hele wereld heeft. Willem is hier werkzaam als ingenieur.

De vrouwelijke expat Claire (23 jaar) is sinds twee jaar in Abu Dhabi woonachtig en werkt op de marketingafdeling bij één van de golfclubs in Abu Dhabi. Zij heeft de eerste tijd in Abu Dhabi alleen doorgebracht, waarna haar Nederlandse vriend ook in Abu Dhabi kwam wonen.

De Amerikaanse respondenten bestaan ook uit drie mannelijke expats en één vrouwelijke expat. Sasa (45 jaar) is een jaar geleden met zijn gezin vanuit de Verenigde Staten naar Abu Dhabi verhuist. Hij is als teamleider werkzaam bij een consultancybedrijf. Jereme (26 jaar) is bijna twee jaar geleden als vrijgezel naar Dubai gekomen. Hij heeft daar een half jaar gewoond en is toen naar Abu Dhabi verhuist. Jereme is afkomstig uit de gezin waarvan de vader werkzaam is bij het Amerikaanse leger. Hierdoor heeft hij al op verschillende plekken in de wereld gewoond. In Abu Dhabi is Jereme werkzaam als landschaparchitect bij een wereldwijd architectuurbedrijf. Jeremy (31 jaar) is een jaar geleden met zijn gezin in Abu Dhabi komen wonen en is tevens werkzaam als architect. De vrouwelijke expat Rebecca (27) is bijna twee jaar geleden vanuit New York City naar Abu Dhabi verhuist. Ook Rebecca is afkomstig uit een gezin waarvan de vader werkzaam is bij het leger. Zij heeft echter niet zoveel gereisd als Jereme. Rebecca heeft verschillende kunstopleidingen gedaan en is momenteel werkzaam als consultant.

5.3 Dataverzameling

Deze paragraaf gaat in op de dataverzamelingen van de twee gedeelten van het onderzoek. Als eerste zal de dataverzameling van het kwantitatieve gedeelte worden besproken, waarna het twee gedeelte, het kwalitatieve deel, zal worden besproken.

5.3.1 Dataverzameling van kwantitatief onderzoek: inhoudsanalyse

De inhoudsanalyse zal worden uitgevoerd op een drietal Engelstalige Arabische dagbladen, *Gulf News*, *Emirates Business 24/7* en *The National Newspaper*. De keuze voor deze dagbladen is gebaseerd op de taal van de krant, namelijk Engels, en de afkomst van de krant, namelijk de Verenigde Arabische Emiraten. De kranten die worden gebruikt voor de analyse zijn opgenomen in een online databestand, Press Display. Dit online databestand bestaat uit een grote hoeveelheid gedigitaliseerde internationale dagbladen. Echter de dagbladen staan slechts gedurende zestig dagen online, waardoor dit onderzoek gebonden is aan een bepaalde

periode in de tijd. Dit onderzoek beslaat een periode van zeven weken; de dagbladen die zijn gepubliceerd in de maanden februari en maart van het jaar 2009 worden in dit onderzoek geanalyseerd. De artikelen voor in het databestand zijn geselecteerd via een systematische steekproef.

Tabel 1 Weergave van systematische steekproef dagbladen

	Week 1	Week 2	Week 3	Week 4	Week 5	Week 6	Week 7
Maandag	x						
Dinsdag		x					
Woensdag			x				
Donderdag				x			
Vrijdag					x		
Zaterdag						x	
Zondag							x

Tabel 1 geeft weer welke dagen er zijn geselecteerd voor de analyse van de dagbladen. Voor elke krant zijn dezelfde weken en dagen geselecteerd om de vergelijking zo representatief mogelijk te kunnen maken. Er is gekozen voor een systematische ‘constructed week’ steekproef omdat op deze manier bepaalde risico’s in de steekproef worden weggenomen. Wanneer er gekozen zou zijn voor een bepaalde week was er een kans aanwezig dat er net in die week een cultureel evenement plaats zou vinden waarover veel gepubliceerd zou worden. Door middel van de systematische steekproef worden de drie kranten wel gedurende dezelfde periode geanalyseerd, maar betreft de periode een langer tijdsbestek.

Alle gepubliceerde artikelen over cultuur en vrijetijdsbesteding zijn aan de hand van een codeerschema geanalyseerd. Elk artikel is door dezelfde onderzoeker gelezen en gecodeerd. Het codeerschema bestaat uit een aantal variabelen.

Variabele 1 Artikelnummer

Aan elk artikel is een nummer gekoppeld, waardoor de artikelen indien nodig snel terug te vinden zijn.

Variabele 2 Naam van het artikel

Deze variabele beschrijft de naam van elk artikel. Voor elk artikel is de titel genoteerd. Indien de titel niet duidelijk het onderwerp van het artikel aangaf is ervoor gekozen om het onderwerp van het artikel te noteren.

Variabele 3 Bron artikel

Voor elk geselecteerd artikel is genoteerd uit welke krant het artikel afkomstig is, zodat er ook een vergelijking kan worden gemaakt tussen de verschillende dagbladen. Er is bij deze variabele dus aangegeven van welke krant het artikel afkomstig is, Gulf News, Emirates Business 24/7 dan wel The National.

Variabele 4 Lengte van het artikel

De lengte van alle afzonderlijke artikelen is gemeten aan de hand van het aantal woorden dat het artikel bevat. Bij deze variabele is het aantal woorden genoteerd.

Variabele 5 Onderwerp van het artikel

Deze variabele gaat in op het onderwerp van het artikel. Voor dit onderzoek is er een onderscheid gemaakt tussen kunst, cultuur en vrijetijdsbesteding. Het begrip ‘kunst’ omvat alle hogere kunsten, zoals beeldende kunst, literatuur, dans, theater, klassieke muziek en tentoonstelling. Onder ‘populaire cultuur’ wordt in dit onderzoek de ook wel populaire cultuur verstaan, onder andere popmuziek, film en concerten. Het laatste begrip dat wordt onderscheiden is ‘vrijetijdsbesteding’, waaronder niet direct culturele activiteiten worden verstaan die in de vrije tijd worden uitgevoerd zoals sport en sociale activiteiten.

Variabele 6 Type artikel

Elk van de geselecteerde artikelen kan worden gekenmerkt naar het type van het artikel. Er is een indeling gemaakt naar (1) aankondiging, (2) recensie en (3) achtergrondartikel. Deze indeling is gemaakt naar aanleiding van het scannen van de dagbladen voorafgaand aan de analyse. Een aankondiging geeft informatie onder tentoonstelling, concerten en evenementen die gepland zijn. Een recensie geeft een beschrijving en opinie over culturele producten. En een achtergrondartikel geeft achtergrondinformatie over kunst en cultuur.

Variabele 7 Afkomst inhoud naar delen van de wereld

Deze variabele dient als indicator voor de globalisering. Aan de hand van de herkomst van de producten kan uiteengezet worden of er sprake is van een bepaald model van globalisering. Er is hiervoor een indeling gemaakt naar Verenigde Arabische Emiraten, andere niet-Westerse landen, Europese landen en de Verenigde Staten. De afkomst van de producten die zijn besproken is opgezocht op het internet. Er werd dan gebruik gemaakt van de websites van de artiesten/kunstenaars zelf of van een website zoals imdb.com.

Variabele 8 Afkomst inhoud naar land

Naast de indeling die gemaakt is naar delen van de wereld is er tevens voor elk artikel genoteerd van welk land de inhoud afkomstig is. Deze variabele bevat hierdoor geen indelingen, het land wordt genoteerd.

Bovenstaande variabelen zijn verwerkt in een codeerschema, dat is bijgevoegd in bijlage 1. Al de codeerschema's zijn nadat deze waren ingevuld verwerkt in het statistische computerprogramma's SPSS. Met behulp van dit programma zijn de verzamelde data omgezet naar statistische data die geanalyseerd konden worden zodat antwoord gegeven kon worden op de onderzoeksvraag.

5.3.2 Dataverzameling van kwalitatief onderzoek: interviews

Het tweede gedeelte van het onderzoek had als doel inzichten te verkrijgen in de meningen, ervaringen en zienswijzen van expats. Aan de hand van diepte-interviews zijn deze inzichten verkregen. De diepte-interviews werden gehouden aan de hand van een topiclist. De topiclist bestond uit een viertal vaste onderwerpen. Elk interview begon met een korte introductie, waarna de vier onderwerpen aan bod kwamen.

Het eerste vastgestelde onderwerp was de motivatie voor vertrek naar Abu Dhabi. Dit onderwerp had als voornaamste doel informatie te verkrijgen over de redenen voor vertrek en de verwachtingen die de expats hadden. Het tweede onderwerp was mediagebruik, waarbij het doel was inzichten te verkrijgen in het media gebruik van de expats in het thuisland en in Abu Dhabi. Tevens was het bij dit onderwerp van belang informatie te verkrijgen over de opvattingen van de expats over de geanalyseerde dagbladen. Het derde onderwerp dat in elk interview werd behandeld was de vrijetijdsbesteding/cultuurdeelname. Dit onderwerp werd gebruikt om meer te weten te komen over het soort vrijetijdsbesteding van de expats en over de mate waarin zij verschillende soort cultuur consumeerden. Het laatste onderwerp was lokale cultuur, waarbij er door middel van verschillende vragen inzichten werden verkregen

over de meningen en opvattingen van de expats over de lokale cultuur. Dit onderwerp werd tevens gebruikt om dieper in te gaan op de verschillende gemeenschappen die er bestaan in Abu Dhabi. Deze verschillende onderwerpen kwamen niet in een vaste volgorde aan bod tijdens de interviews. De respondenten begonnen op bepaalde momenten zelf over te bespreken onderwerpen, waardoor de volgorde van de topiclist gedurende het interview werd aangepast. De topiclist is bijgevoegd in bijlage 2.

5.4 Kwalitatieve analyse

De interviews zijn met behulp van de topiclist afgenomen en allemaal opgenomen met opnameapparatuur. Al de opgenomen interviews zijn naderhand uitgewerkt zodat deze geanalyseerd konden worden. De analyse van de gegevens is gegaan via een aantal stappen. Als eerste zijn de verzamelde gegevens goed doorgenomen door de onderzoeker, waarbij de onderzoeker op zoek is gegaan naar bepaalde thema's. De getranscribeerde interviews werden door de onderzoeker gecodeerd, waarbij werd gezocht naar bepaalde categorieën binnen de verschillende interviews, dit betreft de 'grounded theory'.

Zoals al eerder benadrukt is er bij dit onderzoek sprake van een exploratief onderzoek, omdat er tot op heden weinig onderzoek is gedaan naar dit specifieke onderwerp. De 'grounded theory' is inductief en gaat ervan uit dat de het onderzoeksveld nog weinig onderzocht is. Het is een open benadering, waardoor er in elke fase van het onderzoek de mogelijkheid ligt om aanpassingen te doen. Indien er bepaalde aspecten naar boven komen tijdens interviews, kunnen deze aspecten nog worden toegevoegd aan het theoretisch kader. De 'gefundeerde theorie benadering' bestaat uit vier stappen, namelijk exploratie, specificatie, reductie en integratie. De eerste stap, exploratie bestaat uit het coderen van de afzonderlijke interviews. Er wordt door de onderzoeker gezocht naar bepaalde labels binnen de interviews. Tijdens de tweede stap worden alle interviews bij elkaar genomen, waarbij er opnieuw door de onderzoeker gezocht wordt naar thema's. De oude thema's vallen dan over het algemeen binnen de nieuwe thema's die worden onderscheiden. In de derde fase worden de thema's nader onderzocht en worden alleen de belangrijkste thema's behouden. Hierdoor vindt er een reductie plaats, waarbij alleen de kernthema's die kunnen dienen als beantwoording van de onderzoeksvraag over blijven. Als laatste stap wordt er in de 'gefundeerde theorie benadering' een zogenaamde nieuwe theorie uitgewerkt (Maso en Smaling, 1998). Dat wil zeggen dat er in dit onderzoek strikt genomen geen sprake zijn van een nieuwe theorie, maar in dit onderzoek zal er in de laatste fase een vergelijking worden gemaakt tussen de

kwantitatieve resultaten en de kwalitatieve analyse. Deze vergelijking zal uiteindelijk leiden tot het beantwoorden van de onderzoeksvraag.

6. Resultaten inhoudsanalyse

Voordat de interviews met de respondenten werden afgenomen is er eerst een inhoudsanalyse gedaan van de Engelstalige Arabische kranten. In totaal is er van drie Arabische kranten een analyse gemaakt, namelijk *Gulf News*, *The National* en *Emirates Business 24/7*. Voor dit onderzoek is het belangrijkste aspect van de analyse de herkomst van de inhoud. De expats in de Verenigde Arabische Emiraten komen met deze inhoud in aanraking en die inhoud heeft mogelijk invloed op deze expats. In de geselecteerde edities zijn 105 artikelen over kunst en cultuur aangetroffen. Van deze artikelen zijn er 25 afkomstig uit *Gulf News*, 37 uit *Emirates Business 24/7* en 43 uit *The National*.

6.1 Omvang van de artikelen

Uit tabel 1 blijkt dat de krant *Gulf News* gemiddeld de kortste artikelen over kunst, cultuur en vrijetijdsbesteding publiceert. Gemiddeld tellen de artikelen in *Gulf News* 364 woorden. De artikelen die worden gepubliceerd in *The National* en *Emirates Business 24/7* liggen dicht bij elkaar wat betreft de lengte in het aantal woorden. Artikelen over kunst, populaire cultuur en vrijetijdsbesteding in *Emirates Business 24/7* zijn gemiddeld 526 woorden lang. De omvang van de artikelen zijn het grootst in *The National*, zij publiceren artikelen van gemiddeld 545 woorden.

Tabel 1 Gemiddelde omvang van de artikelen over kunst, cultuur en vrijetijdsbesteding per krant in aantal woorden (N=105)

	Gemiddelde	N	Standaardafwijking
Gulf News	364,12	25	246,309
Emirates Business 24/7	526,16	37	554,186
The National	547,7	43	631,220

Naast het aantal woorden per krant is er ook gekeken naar de omvang van de artikelen per onderwerp. Er is een onderscheid gemaakt tussen kunst, populaire cultuur en vrijetijdsbesteding. In dit geval wordt er onder kunst verstaan de hoge kunsten, zoals beeldende kunst en theater. Artikelen over film en bijvoorbeeld muziek zijn gevat onder cultuur. De derde categorie betreft vrijetijdsbesteding, waartoe artikelen over evenementen en sport worden gerekend. Tabel 2 laat zien dat gemiddeld de meeste woorden worden gewijd aan artikelen over populaire cultuur, de artikelen over populaire cultuur zijn gemiddeld 524 woorden. Bovendien gaan de meeste artikelen ook over populaire cultuur, namelijk 61 van

alle geanalyseerde artikelen. De artikelen over vrijetijdsbesteding bedragen gemiddeld 507 woorden en de artikelen over kunst zijn gemiddeld 426 woorden lang. Er is tussen de omvang van het artikel en het onderwerp van het artikel geen significant verband ($T=0,299$, $p=0,742$).

Tabel 2 Gemiddelde omvang van de artikelen per onderwerp in aantal woorden (N=105)

	Gemiddelde	N	Standaardafwijking
Kunst	426,19	26	585,335
Populaire Cultuur	523,18	61	502,699
Vrijetijdsbesteding	507,06	18	590,535

De grootste verschillen in omvang van de artikelen zijn te vinden tussen de type artikelen. Er is een onderscheid gemaakt tussen aankondigingen, recensies en achtergrondartikelen. Uit tabel 3 is op te maken dat de achtergrondartikelen het langst zijn, deze zijn gemiddeld 876 woorden lang. Dit in tegenstelling tot de recensies die gemiddeld 406 woorden lang zijn. De aankondigingen zijn qua omvang gemiddeld het kortst, deze zijn gemiddeld 189 woorden.

Tabel 3 Gemiddelde omvang van de artikelen op type artikel in aantal woorden (N=105)

	Gemiddelde	N	Standaardafwijking
Aankondiging	188,91	32	327,847
Recensie	405,84	38	432,038
Achtergrondartikel	875,86	35	574,329

6.2 Herkomst van de inhoud

De herkomst van de inhoud van de artikelen is op te splitsen in verschillende categorieën, namelijk Westers en niet-Westers. Uit tabel 4 kan worden afgelezen dat als alle drie de kranten samen worden genomen er niet een heel groot verschil te onderscheiden is tussen artikelen met een Westerse inhoud en artikelen met een niet-Westerse inhoud. In totaal publiceren de drie dagbladen samen een inhoud die voor 58% Westers van aard is en dus voor 42% niet-Westers van aard is. Opvallend is dat *Gulf News* een uitermate Westers karakter heeft, 80% van de geanalyseerde artikelen gaan over producten of onderwerpen uit het Westen, terwijl er in deze krant dus maar 20% van de artikelen niet-Westers van aard is.

Tabel 4 Afkomst inhoud van de drie dagbladen tezamen in percentages (N=105)

Westers	58,1%
Niet-Westers	41,9%

Tabel 5 laat zien dat de verschillen bij de twee andere kranten gering zijn. *The National* is de enige krant die meer publiceert over niet-Westerse producten en onderwerpen, terwijl er in *Emirates Business 24/7* net zoals in *Gulf News* meer Westerse inhoud wordt aangetroffen. Van het totaal aantal geanalyseerde artikelen zijn er van *The National* 47% Westers van aard, terwijl dat bij *Emirates Business 24/7* 57% is. Het verband wat er bestaat tussen de afkomst van de inhoud en de krant waarin wordt gepubliceerd is significant, de resultaten berusten dus niet op toeval ($\text{Chi}^2=7,325$; $p=0,026$).

Tabel 5 Herkomst van de inhoud per krant in percentages (N=105)

	Gulf News	Emirates Business 24/7	The National	Totaal
Westers	80,0%	56,8%	46,5%	58.1%
Niet-Westers	20,0%	43,2%	53,5%	41,9%

In tabel 6 worden de categorieën Westers en niet-Westers uitgebreid, gesplitst in respectievelijk Verenigde Arabische Emiraten, Niet-Westen, Europa en de Verenigde Staten. Tabel 6 laat zien dat van alle artikelen die in de drie dagbladen gepubliceerd worden 20% afkomstig is uit de Verenigde Arabische Emiraten zelf. *The National* publiceert in vergelijking met de twee andere kranten het meest over de Verenigde Arabische Emiraten, 28% van de artikelen over kunst, cultuur en vrijetijdsbesteding in deze krant gaan over producten afkomstig uit de Verenigde Arabische Emiraten. Dit in tegenstelling tot *Emirates Business 24/7* en *Gulf News*, die respectievelijk 14% en 16% van hun culturele inhoud wijden aan de Verenigde Arabische Emiraten. De kranten publiceren ook over andere niet-Westerse landen dan de Verenigde Arabische Emiraten, 8% van alle gepubliceerd artikelen gaat over onderwerpen afkomstig uit India. Hiernaast gaan er artikelen over Pakistan, Iran en Libanon.

Van de artikelen over producten afkomstig uit het Westen is het grootste deel afkomstig uit de Verenigde Staten, 36% van de culturele artikelen in de drie kranten is gewijd aan producten uit de Verenigde Staten. In totaal is 22% van de artikelen die worden

gepubliceerd geënt op producten uit Europa, van deze artikelen gaat slechts 1 artikel over Nederlands product of artiest. Het gepubliceerde artikel over Nederland gaat over de dj Tiesto, die enkele dagen later zou komen optreden in Abu Dhabi. Uit tabel 6 blijkt dat voornamelijk *Gulf News* veel artikelen publiceert die culturele producten bespreken afkomstig uit de Verenigde Staten, namelijk 56% van de artikelen. De artikelen in de culturele secties van *Emirates Business 24/7* en *The National* gaan bij beide kranten voor 30% over Amerikaanse producten. In totaal betreft 22% van alle geanalyseerde artikelen Europese producten. In *Emirates Business 24/7* wordt in vergelijking met de andere kranten het meest over Europese producten geschreven, namelijk 27%. *Gulf News* schrijft voor 24% over Europese producten, terwijl *The National* slechts 16% van de culturele sectie van de krant besteedt aan Europese producten. Voor het onderzoek betekenen deze resultaten dat er verschillen kunnen bestaan tussen de expats wat betreft hun contact met culturele uitingen. De dagbladen *Emirates Business 24/7* en *The National* verschillen niet zo heel sterk in hun inhoud wat betreft de afkomst van deze inhoud. Dit in tegenstelling tot *Gulf News*, die een sterke afwijking vertoont in de afkomst van de inhoud. De inhoud van de culturele artikelen is in *Gulf News* voor 80% Westers. Deze verschillen in afkomst van de inhoud kunnen van invloed zijn op de expats. Mogelijk kiezen de expats die woonachtig zijn in Abu Dhabi bewust voor een bepaalde krant. Een keuze op *Gulf News* betekent een meer Westerse inslag op het culturele nieuws, terwijl de twee andere kranten wat betreft de afkomst van de inhoud een evenwichtiger aanbod van het culturele nieuws brengen.

Tabel 6 Herkomst van de inhoud in vier categorieën per krant in percentages (N=105)

	Gulf News	Emirates Business 24/7	The National	Totaal
Verenigde Arabische Emiraten	16,0%	13,5%	27,9%	20,0%
Niet-Westen	4,0%	29,7%	25,6%	21,9%
Europa	24,0%	27,0%	16,3%	21,9%
Verenigde Staten	56,0%	29,7%	30,2%	36,2%

De percentages uit tabel 6 geven echter geen informatie over de omvang van de artikelen. Tabel 7 toont meer informatie over de omvang van de artikelen naar de herkomst van de inhoud. De artikelen over Westerse culturele producten en goederen zijn gemiddeld langer dan de artikelen over niet-Westerse producten en goederen. Gemiddeld zijn de Westerse

artikelen 574 woorden lang; de artikelen over niet-Westerse culturele producten bevatten daarentegen gemiddeld 389 woorden.

Tabel 7 Gemiddelde omvang van de artikelen naar de herkomst van de inhoud in woorden (N=105)

	Gemiddelde	N	Standaardafwijking
Westers	574,15	61	529,247
Niet-Westers	388,61	44	531,434

Als de afkomst wordt gesplitst in meer categorieën wordt duidelijk dat de omvang van artikelen met een inhoud afkomstig uit de Verenigde Staten het grootst zijn. Uit tabel 8 kan worden opgemaakt dat artikelen met een Amerikaanse inhoud gemiddeld 683 woorden lang zijn. De artikelen over producten afkomstig uit de Verenigde Arabische Emiraten zijn gemiddeld 429 woorden lang. De omvang van de artikelen over niet-Westerse landen en Europese landen zijn het kleinst; de Europese artikelen bevatten gemiddeld 394 woorden per artikel en de artikelen over niet-Westerse producten betreffen gemiddeld 352 woorden. De artikelen die gaan over Westerse culturele uitingen zijn dus gemiddeld langer dan de artikelen over niet-Westerse uitingen. Tevens worden er in de drie kranten meer artikelen over Westerse culturele producten gepubliceerd dan over niet-Westerse cultuuruitingen. In totaal zijn er in hetzelfde tijdsbestek 61 artikelen over Westerse producten gevonden en slechts 44 over producten uit het niet-Westen. De expats woonachtig in Abu Dhabi hebben dus een grote kans culturele artikelen te lezen over het Westen, die gemiddeld ook nog langer zijn. Aannemelijk is hierdoor dat de expats meer in contact komen met artikelen over Westerse uitingen, dan met artikelen die gaan over lokale kunst en cultuur. De verschillen tussen de omvang van de artikelen en de herkomst van de inhoud staan in verband met elkaar, de herkomst van de hangt dus samen met de omvang van het artikel omdat er sprake is van significantie ($\text{Chi}^2=16,231$; $p=0,001$).

Tabel 8 Gemiddelde omvang in woorden van de artikelen naar de herkomst van inhoud in vier categorieën (N=105)

	Gemiddelde	N	Standaardafwijking
Verenigde Arabische Emiraten	428,71	21	646,038
Niet-Westen	352,00	23	411,882
Europa	394,43	23	481,554
Verenigde Staten	682,92	38	533,019

Opvallend is dat een groot verband bestaat tussen het type artikel en de afkomst van de inhoud. Tabel 9 laat zien dat er grote verschillen bestaan tussen de verschillende artikeltypen wat betreft de afkomst van de inhoud van het artikel. Bijna drie kwart van de recensies en achtergrondartikelen heeft een Westerse inhoud. Van de recensies heeft 79% een Westerse inhoud en van de achtergrondartikelen 72%. Dit in tegenstelling tot de aankondigingen die voor 81% bestaan uit een niet-Westerse inhoud. Met andere woorden, in de dagbladen is weinig sprake van achtergrondinformatie of diepgang betreffende niet-Westerse producten. De Nederlandse en Amerikaanse expats die worden geïnterviewd voor dit onderzoek komen dus in grote mate in contact met krantenartikelen over Westerse culturele uitingen. Het verband tussen de twee variabelen type artikel en afkomst van de inhoud is heel sterk, er is sprake van een grote mate van significantie ($\text{Chi}^2=29,691$; $p=0,000$).

Tabel 9 Type artikel naar herkomst van de inhoud in percentages (N=105)

	Aankondiging	Recensie	Achtergrondartikel
Westen	18,8%	78,9%	71,4%
Niet-Westen	81,3%%	21,1%%	28,6%

Tabel 10 laat zien dat van alle culturele aankondigingen 44% inhoud bevat die afkomstig is uit de Verenigde Arabische Emiraten zelf. Expats die de culturele secties van de geanalyseerde dagbladen tot zich nemen komen dus in grote mate in aanraking met aankondigingen van lokale culturele activiteiten. Wat betreft de recensies is opvallend dat slechts 3% van alle recensies lokale inhoud heeft. Er worden in deze dagbladen dus weinig lokale culturele producten gerecenseerd, waardoor de expats dus ook weinig in aanraking komen met professionele oordelen over lokale culturele producten. Uit tabel 10 blijkt verder dat expats bij het lezen van de dagbladen meer kans maken in aanraking te komen met producten, personen en goederen uit de Verenigde Staten. Voornamelijk de achtergrondartikelen laten een hoog percentage Amerikaanse afkomst zien (60%). Het gevonden verband tussen het type artikel en de afkomst van de inhoud in vier categorieën is significant ($\text{Chi}^2=42,339$; $p=0,000$).

Tabel 10 Type artikel naar herkomst van de inhoud in percentages (N=105)

	Aankondiging	Recensie	Achtergrondartikel
Verenigde Arabische Emiraten	43,8%	2,6%	17,1%
Niet-Westen	37,5%	18,4%	11,4%
Europa	12,5%	39,5%	11,4%
Verenigde Staten	6,3%	39,5%	60,0%

Naast een analyse van de afkomst van de inhoud van de artikelen naar het type artikel is er tevens gekeken naar het onderwerp van het artikel. Het onderwerp van het artikel is, zoals eerder al gezegd opgesplitst in een drietal categorieën, namelijk kunst, populaire cultuur en vrijetijdsbesteding. Uit tabel 11 is af te lezen dat het grootste gedeelte van de artikelen over kunst gaan over producten uit niet-Westerse landen, namelijk 85%. Tevens blijkt dat bij de andere twee onderwerpcategorieën de producten vooral uit het Westen komen. De artikelen over populaire cultuur die de expats in de dagbladen tegenkomen betreffen voor 75% Westerse onderwerpen en voor vrijetijdsbesteding geldt dat 61% van deze artikelen Westers georiënteerd is. Uit tabel 11 blijkt aldus dat voornamelijk de artikelen over hoge kunst, zoals schilderkunst en uitvoerende kunsten niet-Westers van aard zijn. De expats komen in de krant dus veel in aanraking met hoge kunsten uit niet-Westerse landen en niet zozeer met de hoge kunsten uit het Westen. Echter de artikelen over cultuur en vrijetijdsbesteding, zoals artikelen over films en popmuziek gaan voor het grootste gedeelte wel weer over Westerse artiesten en acteurs. Tussen het onderwerp van de artikelen en de afkomst van de inhoud bestaat een significant verband ($\text{Chi}^2=27,062$; $p=0,000$).

Tabel 11 Onderwerp van het artikel naar afkomst van de inhoud in percentages (N=105)

	Kunst	Populaire Cultuur	Vrijetijdsbesteding
Westers	15,4%	75,4%	61,1%
Niet-Westers	84,6%	24,6%	38,9%

Als tot slot de herkomst van de inhoud van de verschillende artikelen verder wordt opgesplitst is te zien dat veel van de artikelen over kunst afkomstig zijn uit de Verenigde Arabische Emiraten. Uit tabel 12 blijkt dat 50% van alle berichtgeving over kunst wordt gewijd aan kunst afkomstig uit de Verenigde Arabische Emiraten. In de dagbladen zullen de expats dan ook veel in aanraking komen met niet alleen niet-Westerse hoge kunst, maar bovendien met

lokale hoge kunst. Daarentegen wordt er in de kranten weinig gepubliceerd over populaire culturele producten en activiteiten afkomstig uit de Verenigde Arabische Emiraten. Slechts 7% van alle artikelen over populaire cultuur gaan over de Verenigde Arabische Emiraten. Tevens blijkt uit tabel 12 dat de Verenigde Staten een groot aandeel hebben in de culturele en vrijetijdsartikelen. De expats krijgen in de dagbladen vaak de mogelijkheid artikelen te lezen over cultuur en vrijetijdsbesteding afkomstig uit de Verenigde Staten; 46% van alle artikelen over populaire cultuur zijn gewijd aan Amerikaanse culturele producten net als 39% van de artikelen over vrijetijdsbesteding. Ook tussen deze verschillen wat betreft herkomst van de inhoud en het onderwerp van het artikel is een significant verband ($\text{Chi}^2=31,290$; $p=0,000$).

Tabel 12 Onderwerp van het artikel naar afkomst van de inhoud in vier categorieën in percentages (N=105)

	Kunst	Populaire Cultuur	Vrijetijdsbesteding
Verenigde Arabische Emiraten	50,0%	6,6%	22,2%
Niet-Westen	34,6%	18,0%	16,7%
Europa	3,8%	29,5%	22,2%
Verenigde Staten	11,5%	45,9%	38,9%

Samenvattend laat de inhoudsanalyse zien dat Amerikaanse expats in de dagbladen vaker de mogelijkheid hebben om in contact te komen met hun thuisland en zelf met hun eigen werelddeel dan de Nederlandse expats. Een aanzienlijk groter gedeelte van de totaliteit van alle artikelen in de culturele secties is gewijd aan inhoud afkomstig uit de Verenigde Staten. Er wordt door de dagbladen een stuk minder gepubliceerd over kunst, cultuur en vrijetijdsbesteding uit Europese landen, zoals eerder vermeld gaat slechts één artikel over een Nederlandse artiest. Veel van de artikelen die gepubliceerd worden over onderwerpen afkomstig uit Europese landen gaat over kunst, cultuur en vrijetijdsbesteding uit het Groot-Brittannië, namelijk 17% van alle artikelen. Daarnaast kunnen zowel de Amerikaanse als de Nederlandse expats door de dagbladen in contact komen met lokale cultuur en dan met name hoge kunst. Van alle artikelen over lokale culturele uitingen en activiteiten gaan in de periode dat de kranten geanalyseerd zijn in vergelijking veel artikelen over het Abu Dhabi International Jazz Festival en het Dubai Internatioal Poetry Festival. Dit zijn echter doorgaans kleine artikelen, namelijk aankondigingen, zonder veel achtergrondinformatie.

7. Analyse Interviews

In dit hoofdstuk worden de resultaten uit de acht gehouden interviews geanalyseerd. Van de acht interviews zijn er vier gehouden met Amerikaanse expats en vier met expats afkomstig uit Nederland. De eerste fase van deze analyse bestond uit het coderen van de interviews. Aan de hand van aantekeningen in de uitgewerkte interviews zijn er verschillende labels aan de interviews toegekend. Aan de hand van deze labels is uiteindelijk een onderscheid gemaakt naar zeven hoofdthema's, namelijk verwachtingen, dagbladen, censuur, vrijetijdsbesteding, gemeenschappen, mediagebruik en lokale cultuur. Deze zeven hoofdthema's zijn gebruikt als het leidraad voor dit hoofdstuk. In dit hoofdstuk worden citaten gegeven van de expats. De Amerikaanse expats zijn Rebecca, Jereme, Jeremy en Sasa. De Nederlandse expats zijn Claire, Willem, Tim en Andy. De citaten van de Amerikaanse expats zijn vertaald naar het Nederlands, in bijlage 3 zijn de oorspronkelijke citaten toegevoegd.

7.1 Verwachtingen

De Nederlandse en Amerikaanse expats hebben allemaal de keuze gemaakt om voor een langere tijd op een andere plek te gaan wonen. De expats hebben niet allemaal dezelfde redenen voor het vertrek gehad. Er zijn twee verschillende drijfveren te onderscheiden. Voor een aantal expats geldt dat werk de belangrijkste motivatie was om voor langere tijd het thuisland te verlaten. De meeste Nederlandse expats kregen van hun Nederlandse werkgever de mogelijkheid voor een bepaalde tijd in het buitenland te gaan werken. Voor deze expats was de motivatie om deze mogelijkheid te benutten dat het een nieuwe uitdaging bracht. Daarnaast geven ze allemaal wel aan dat het mooi meegenomen was dat ze meer geld gingen verdienen. Naast deze drijfveer is er nog een tweede te onderscheiden; sommige expats verlieten hun thuisland ook voor een nieuwe culturele ervaring. Opvallend hierbij is dat de Nederlandse expats vaak een werkgerelateerde redenatie opgeven, terwijl de Amerikaanse expats veel meer gericht zijn op de culturele verrijking die de nieuwe woonplaats moet geven. De vier geïnterviewde expats hebben allemaal expliciet een nieuwe baan gezocht in het buitenland. Deze verschillen in motivatie zijn terug te vinden in de verwachtingen die de expats voor vertrek hadden van het nieuwe land en de daarbij horende cultuur. De Nederlandse expats zijn in hun verwachtingen minder stellig dan dat de Amerikanen dat zijn. De Nederlandse expats hebben hun thuisland verlaten vanwege hun carrière en hadden van deze nieuwe woonplaats weinig verwachtingen. Sommige Nederlandse expats geven aan dat ze niet wisten wat ze moesten verwachten, ze hadden zich geen voorstelling gemaakt van de Abu Dhabi.

Om eerlijk te zijn wist ik niet zo goed wat ik ervan moest verwachten [...] Ik was absoluut niet op de hoogte van de cultuur, je hoort wel is wat over het Suikerfeest en vasten maar dat was het voor mij.
Claire (NL)

Andere Nederlanders hadden weinig verwachtingen van Abu Dhabi, maar hadden wel gehoord of gelezen dat Abu Dhabi een uitermate Westers karakter had en dat de Arabische cultuur niet zo erg aanwezig was. Zo stelt Willem dat hij wist dat de cultuur niet “super Arabisch” was en dat er vrij veel Westerse invloeden in zaten.

De verwachtingen van de Amerikaanse expats liggen in lijn met hun redenen voor vertrek, namelijk een culturele verrijking. Hun verwachtingen waren meer te leren over de tradities binnen de Arabische cultuur en totaal op te gaan in deze Arabische cultuur. Opvallend is daarbij dat de Amerikanen Abu Dhabi zien als een centrale plek op de wereld, waar vandaan de rest van de wereld kan worden bezocht.

Ik verwachtte totaal op te gaan in deze andere cultuur, ik wilde Arabisch leren en meer weten over deze kant van de wereld en hun zienswijzen en meningen over dingen. Rebecca (VS)

De verwachtingen van de Nederlandse expats over de Westerse invloeden in de Arabische cultuur worden naar eigen zeggen tijdens hun aanwezigheid in Abu Dhabi allemaal bevestigd. Nu de Nederlandse expats in Abu Dhabi wonen en verblijven blijken de verwachtingen die zij vooraf hadden van de plek waar te zijn. Verder hadden de Nederlanders, zoals gezegd, weinig verwachtingen van hun verblijf in Abu Dhabi en stellen zij slechts dat hun verblijf bevalt en dat de keuze voor vertrek goed heeft uitgepakt. In tegenstelling tot deze positieve ervaringen zijn de Amerikanen minder positief. Over het algemeen zijn zij van mening dat weinig van hun verwachtingen ook werkelijkheid zijn geworden. Zij stellen dat slechts door zelf veel moeite te doen er een klein beetje sprake is van integratie in de lokale cultuur. Rebecca heeft een serieuze relatie gehad met een jongen afkomstig uit Abu Dhabi. Zij stelt dat doordat zij deze relatie heeft gehad meer in de lokale cultuur terecht kwam.

7.2 Dagbladen

Er zijn verschillende Engelstalige Arabische dagbladen te verkrijgen in Abu Dhabi. De geïnterviewde expats hebben allemaal een abonnement op één van deze dagbladen. Van de expats hebben er drie een abonnement op *The National*, vier op *Gulf News* en één op *Emirates Business 24/7*. Opvallend is dat de expats zowel de Nederlandse als de Amerikaanse, overtuigd zijn tot de doelgroep van deze dagbladen te behoren. Zij zijn allemaal van mening dat deze dagbladen alleen worden gepubliceerd voor de expats woonachtig in de Verenigde

Arabische Emiraten. Hierbij gaat het niet slechts om de Westerse expats, maar tevens om de expats uit bijvoorbeeld India en Pakistan.

Als ze locals willen als lezers, drukken ze de krant wel in het Arabisch, toch? Andy (NL)

De expats zijn van mening dat de besproken dagbladen wereldwijd nieuws brengen, er wordt niet slechts bericht over het Westen. Er staat ook veel informatie in over Azië en andere delen van de wereld. Uit de analyse van de culturele secties van de Arabische kranten in hoofdstuk 6 bleek dat meer dan de helft van de inhoud van deze pagina's gaat over Westerse culturele producten en artiesten. Dit betekent echter dat nog altijd meer dan 40% van de inhoud gewijd is aan lokale culturele producten. Er zijn verschillende zienswijzen bij de expats te ontdekken over de inhoud van de dagbladen. Een eerste groep, voornamelijk de Nederlandse expats, vindt dat er een goede balans is gevonden tussen nieuws uit verschillende delen van de wereld. Zij zijn van mening dat het culturele nieuws zowel Westers als globaal van aard is en beschouwt dit als een goede karakteristiek van de krant.

Maar dat is juist het goede, de mix tussen lokaal nieuws [...] en globaal nieuws, dus de hele wereld. Ja, dat wordt wel samengevat. Het is ergens wel wereldomvattend. Willem (NL)

Daarnaast is er nog een tweede zienswijze die ervan uitgaat dat de dagbladen vooral gericht zijn op de Westerse wereld. Het algemene nieuws wordt hierbij nog wel aangeduid als globaal, maar het culturele nieuws is slechts Westers van aard. Met name de Amerikaanse expats zijn stellig in hun mening over de culturele secties van de Engelstalige Arabische dagbladen. De dagbladen berichten volgens hun voornamelijk over Amerikaanse producten en producten uit het Westen in het algemeen.

De culturele producten die de kranten laten zien zijn voornamelijk erg Amerikaanse en Westers in het algemeen. Er is veel van Rihanna, Beyonce en dat soort onzin. Jereme (VS)

Eigenlijk zijn alle Amerikaanse expats het eens over de afkomst van de inhoud in de dagbladen. Het citaat van Jereme wordt door de andere drie Amerikaanse expats onderstreept. Daarnaast zijn de expats ook van mening dat dit niet een goede 'trend' is, volgens de Amerikanen bevatten de dagbladen veel te veel informatie over de Verenigde Staten. Zij hadden gehoopt dat de inhoud van de kranten meer lokaal nieuws en lokale informatie zou bevatten. Dit missen zij dan ook in de dagbladen, informatie over lokale producten en gebeurtenissen.

Een reden die gegeven wordt voor het Westerse dan wel Amerikaanse karakter van de dagbladen door een Nederlandse expat is de verkoop van de krant. Andy stelt dat de krant wel moet verkopen. Een groot gedeelte van de samenleving in de Verenigde Arabische Emiraten is volgens Andy Westers en als de uitgevers die krant willen verkopen, moet de inhoud dus wel voor het grootste gedeelte Westers zijn. Willem is bovendien van mening dat de doelgroep van de Engelstalige dagbladen voornamelijk Westerse mensen zijn, waardoor de kranten zich voornamelijk op deze groep mensen in de samenleving richten.

7.3 Censuur

De dagbladen worden door de expats op een andere manier gebruikt dan dat in het thuisland gebeurde. In het thuisland waren dagbladen een grote informatiebron voor de expats, terwijl dat in Abu Dhabi helemaal niet het geval is. De expats hebben sterk het gevoel dat de Arabische dagbladen niet volledig zijn, waardoor er naast het lezen van de krant nog gebruik wordt gemaakt van andere media om informatie te vergaren. Hier zal later in dit hoofdstuk nog dieper op in worden gegaan. De belangrijkste oorzaak van dit gevoel van onvolledigheid ligt in de censuur die volgens de expats wordt toegepast. De Nederlandse en Amerikaanse expats zijn het wat betreft dit onderwerp stellig met elkaar eens. Beide groepen geven aan dat de toegepaste censuur uitermate bepalend is voor hun mediagebruik en cultuurdeelname. Er zijn twee verschillende soorten van censuur die de expats onderscheiden. De eerste soort is de onvolledigheid van de media en het tweede soort betreft de doelbewuste verwijdering in culturele producten. De eerst genoemde censuur betreft aldus de onvolledigheid van voornamelijk nieuwsbronnen zoals dagbladen. Er worden volgens de expats veel nieuwsfeiten en gebeurtenissen niet genoemd in deze media. De tweede soort censuur gaat in op culturele producten, zoals films en boeken, waarin scènes worden verwijderd of afbeeldingen onzichtbaar worden gemaakt.

Een Amerikaanse expat, Sasa, is van mening dat er in kranten uit de Verenigde Arabische Emiraten veel wordt geschreven over wat er in de wereld gebeurt, maar dat de kranten zich beperken tot internationaal nieuws. Sasa stelt dat de kranten geen echte achtergrondartikelen publiceren over de mensen die in de Verenigde Arabische Emiraten leven of over de problemen die zich daar voordoen..

Het gaat niet over het leven hier. Ik zou zeggen, vrijheid van meningsuiting dat hebben ze hier niet. Dus in de basis doet het me denken aan een communistisch land. Sasa (VS)

De reden hiervan is volgens Sasa dat er politieke achtergronden meespelen in het selectieproces van de inhoud van de dagbladen. Ook Willem benadrukt dat in de Verenigde Arabische Emiraten politieke redenen een grote rol spelen in de inhoud van de dagbladen; volgens hem bevatten de dagbladen bijvoorbeeld helemaal geen informatie over het ‘welbekende conflict tussen Israel en Palestina

De andere expats stellen dat voornamelijk het gevoel van onvolledigheid een grote rol speelt. De expats gebruiken verschillende bewoordingen om deze censuur uit te leggen. Volgens sommigen is er sprake van een gelimiteerd aanbod, anderen stellen dat de media hier gefilterd of gebiased zijn. Ook stellen de expats dat er veel wordt weggelaten, nieuwsfeiten die volgens de expats in Westerse landen in de dagbladen zouden staan worden hier niet in de kranten genoemd. Een ander begrip dat veel wordt gebruikt is objectiviteit. Opvallend hierbij is dat de expats van mening zijn dat de dingen die ze horen van mensen niet overeenkomen met de inhoud van de dagbladen. Claire merkt op dat zij bijvoorbeeld veel verhalen hoort over dodelijke ongevallen bij bouwbedrijven, maar dat deze verhalen nergens in de dagbladen staan. Naast de incompleetheid van de dagbladen wordt er gesteld dat de journalisten niet objectief zijn, waardoor het nieuws in de kranten niet altijd wordt geloofd. De expats hebben naar eigen zeggen het gevoel dat de journalisten van de dagbladen niet objectief handelen. Zij zijn volgens de expats, meer dan in het thuisland, opzoek naar een mooi verhaal waardoor er niet meer objectief naar de feiten wordt gekeken. Tim geeft als voorbeeld dat een vriendin van hem werd geïnterviewd voor een krant, maar dat na publicatie bleek dat heel de context van het interview was veranderd.

Naast de censuur die wordt toegepast op het algemene nieuws in de dagbladen wordt door de expats gewezen op de censuur bij culturele producten, seksueel getinte uitingen worden onzichtbaar gemaakt of verwijderd. De expats komen met grote regelmaat in contact met culturele producten die zijn aangepast of waarbij bepaalde aspecten worden weggelaten. Tim geeft aan dat de borsten van vrouwen worden weggekrast in tijdschriften als deze te zichtbaar zijn. Rebecca beaamt dit en stelt dat in kunstboeken hele kunstwerken worden weggehaald met een zwarte stift als deze afbeeldingen bloot betreffen. Ook Sasa geeft aan dat er veel culturele producten zijn die worden gecensureerd. Sasa zal niet snel naar een bioscoop gaan in Abu Dhabi, want de bioscopen zijn naar zijn zeggen niet 100% open. Er wordt naar zijn idee veel in films geknipt, omdat bepaalde scènes te seksueel getint zijn. Er wordt door Rebecca met enig sarcasme over deze censuur gesproken:

Ik denk dat alle producten door een filteringproces gaan voordat ze naar de winkels gaan. En deze bepaalde advertenties met korte rokjes worden door een jongen langer getekend. Ik zie hem voor me als, wat kan ik hiermee doen? Nou, ik kan de rok langer maken en dan zien mensen dit niet. Want anders worden hun ogen vies en worden het onpure mensen. Maar wat gebeurt er met jongen die het heeft gezien om het te markeren? Wat gebeurt er met hem of heeft hij een speciaal pasje? Rebecca (VS)

De censuur in de kranten en bij de culturele producten zorgen voor een groot ongeloof bij de expats. Doordat zij merken dat de kranten niet volledig zijn en een zeer subjectief beeld geven van het nieuws vormen de Engelstalige Arabische kranten maar een klein onderdeel van hun mediagebruik. In Nederland en de Verenigde Staten dienden dagbladen voor veel expats als primaire informatiebron. De Engelstalige kranten dienen echter voor weinig expats als echte informatiebron, waardoor veelal nog andere media, vrienden en kennissen worden gebruikt om informatie in te winnen over de activiteiten die er worden georganiseerd in Abu Dhabi. Andy geeft aan na het lezen van Gulf News vaak het gevoel te hebben dat een ‘second opinion’ nodig is om de onvolledigheid te compenseren. Volgens Willem is dit inderdaad vaak nodig, omdat volgens hem de kranten niet alle informatie geven en dus niet gebruikt kunnen worden als primaire bron van informatie. Hij stelt dat je ermee om leert gaan en altijd nog op internet kijkt om in alle informatie te worden voorzien.

Zowel de Nederlandse als de Amerikaanse expats gebruiken veel verschillende media, zij geven aan voornamelijk het internet te gebruiken als informatiebron. In de volgende paragraaf zal dieper in worden gegaan op het mediagebruik van de expats.

7.4 Mediagebruik

Het mediagebruik van de expats bestaat niet alleen uit de Arabische Engelstalige dagbladen. Naast de lokale media die de expats in beperkte mate tot zich nemen bestaat een groot deel van hun mediagebruik uit media afkomstig uit het vaderland. Internet speelt volgens de expats een grote rol in hun mediagebruik. Het zorgt ervoor dat ze op een eenvoudige manier op de hoogte kunnen blijven van nieuws uit het thuisland. Daarnaast maken de expats veel gebruik van de televisie als informatiebron over het thuisland. De Amerikanen maken veelal gebruik van televisiezenders als CNN en BBC, terwijl de Nederlanders allemaal blij zijn met de aanwezigheid van televisiezender BVN. Deze zender richt zich met dagelijkse uitzendingen op Vlamingen en Nederlanders in het buitenland. Programma's die in Nederland worden vertoont, zoals De Wereld Draait Door, worden op deze zender uitgezonden.

Het gebruik van media uit het thuisland kan twee gevolgen hebben. Zoals in paragraaf 4.2 is aangestipt stellen Aksoy en Robins (2000) dat immigranten zich door het gebruik van

media uit het thuisland meer bewust worden van de constructie van hun eigen identiteit. Daarnaast blijkt uit het onderzoek van Aksoy en Robins (2000) dat het gebruik van media uit het thuisland niet alleen als gevolg kan hebben dat de mensen loyaal blijven aan het thuisland. Een ander gevolg kan zijn dat er juist vervreemding optreedt, wat betekent dat de media uit het thuisland voor een verwijdering van het thuisland zorgen. De geïnterviewde expats gebruiken zoals eerder vermeld nog in grote mate media uit het thuisland. Bij de Nederlandse expats wordt er op verschillende manier omgegaan met de media uit het thuisland. Voor Tim is het gebruik van deze Nederlandse media niet zozeer een middel om de band met Nederland te bewaren. Hij stelt dat de Nederlandse media beter nieuws brengen dan dat andere landen dat doen. Wel is hij van mening dat het gebruik van Nederlandse media en het lezen van Nederlands nieuws ervoor zorgt niet “te verdwalen in je eigen cultuur”. Volgens Tim zijn de bezoeken die hij nog brengt aan Nederland belangrijk voor zijn band met Nederland:

Nou kijk ik heb het geluk dat ik drie, vier keer per jaar terug ben in Nederland. Dus als ik er ben ontmoet ik nog wel de familie en vrienden van vroeger. Dus op die manier houd ik zeg maar wel het beeld dat ik heb blijft zeg maar wel hetzelfde. [...] Maar als ik er helemaal niet zou zitten, als ik helemaal niet terug zou gaan dan het denk ik wel anders zijn. Het is net zoals de Arabieren hier, die denken bij Nederland alleen maar over sex en neuken en drugs. Tim (NL)

Er zijn ook Nederlanders die helemaal niet terug gaan naar Nederland. Deze Nederlanders ervaren het gebruik van media uit het thuisland op twee verschillende manieren. Andy geeft aan dat het gebruik van Nederlandse media leidt tot een kloof. De beelden die hij heeft van Nederland kloppen niet met de het Nederland dat door de media wordt geschetst. Claire heeft dit heel sterk. Zij bevindt zich een sterke tweestrijd. Aan de ene kant gebruikt ze de media om de band met Nederland te bewaren:

En ik vind het verblijf in het buitenland heel erg leuk, maar ik weet wel dat we gewoon nog terug gaan naar Nederland omdat ik het daar ook heel erg leuk vindt. En daarom vind ik het wel heel belangrijk om nog te weten wat er gebeurd in Nederland. Claire (NL)

Aan de andere kant laat ze ook duidelijk blijken dat het gebruik van de Nederlandse media ervoor zorgt dat ze verder weg komt te staan van Nederland. De beelden van Nederland in de media kloppen naar eigen zeggen niet meer met de beelden van Nederland die Claire had na haar vertrek. Hierdoor is Claire van mening dat ze niet meer het idee heeft bij Nederland “te horen”, ze raakt verwijderd van haar vaderland. Claire blijft de Nederlandse media gebruiken omdat als ze geen media uit Nederland gebruikt, ze helemaal niet meer weet wat er daar

gebeurt. De verwijdering van Nederland komt doordat de beelden in de media niet kloppen met de beelden van het Nederland toen ze vertrok.

Omdat als ik bijvoorbeeld beelden zie op BVN dan denk ik echt van huh is dat Nederland. Weet je wel, als ik hoor dat er iedere dag een buschauffeur in elkaar wordt geslagen dan denk ik van heh dat was nog helemaal niet toen ik weg ging. [...] Het is natuurlijk niet zo dat als ik naar Nederland ga, in iedere bus waar ik inga iemand in elkaar wordt geslagen. Maar je krijgt wel het idee dat als je terug gaat naar Nederland, dat je moet oppassen als je de bus ingaat want misschien wordt er wel iemand in elkaar geslagen. Claire (NL)

Ook de berichtgeving over de kredietcrisis zorgen er bij Claire voor dat het beeld van Nederland niet klopt met haar eigen ideeën over het land:

Als ik hier zo zit in AD lijkt het wel alsof de kredietcrisis ineens zo is ingeslagen zo vorig jaar. En ik weet wel dat iedere keer op het nieuws het alleen maar daarover ging. Je hoorde niets over andere landen, terwijl er daar ook verschrikkelijke dingen gebeuren over de wereld. Het was alleen maar de kredietcrisis, echt dat je denkt van wow is Nederland helemaal is het nu echt het einde van Nederland en heeft nu helemaal niemand meer te eten. Enne krijgt niemand meer een lening en leeft iedereen nu op straat die geen hypotheek maar kan betalen. Ja serieus, zo kwam het op mij over. Claire (NL)

Claire gebruikt de Nederlandse media met als doel de band met haar thuisland niet te verliezen, maar op hetzelfde moment zorgt dit mediagebruik voor een verwijdering van het thuisland.

Willem maakt op een andere manier gebruik van de Nederlandse media. Hij is wel van mening dat het gebruik van media afkomstig uit het thuisland kan zorgen voor ‘problemen’ bij de mensen. Hij stelt dat de informatie die deze media geven altijd deel blijft uitmaken van een stuk van de eigen achtergrond. Willem is echter niet van mening dat dit zorgt voor moeilijkheden in je identiteitsvorming:

Het is niet zo dat je in een soort van schizofrene positie zit, dat je gespleten bent. Nee, je hebt er gewoon een aantal informatiebronnen bij. Extra dingen om je te verrijken. [...] Het is gewoon een verrijking van cultuur, ik vind dat heel duidelijk. Willem (NL)

Volgens Willem neem je door het gebruik van de media uit het thuisland wel een klein beetje afstand van vaderland. Door deze afstand te nemen kijk je op een andere manier naar de dingen die er in de wereld gebeuren. Een persoon kan zich ook heel prettig voelen in een ander land, waardoor andere media niet dienen als een bindmiddel maar slechts als extra informatiebron.

De Amerikaanse expats komen net als de Nederlandse expats nog vaak in contact met media uit het thuisland. Voor de Amerikaanse expats ligt dit contact echter anders dan voor de Nederlandse expats. De Nederlandse expats moeten in grotere mate actief opzoek naar Nederlandse media, terwijl de Amerikanen zonder bewust te zoeken dagelijks in contact komen met media uit eigen land. Veel van de televisiezoekers in de Arabische wereld zijn van Amerikaanse afkomst en ook worden er op veel plekken Amerikaanse dagbladen verkocht.

K: Maak je nog gebruik van Amerikaanse media?

R: Ja, het is moeilijk om het niet te doen omdat het overal is. Ik bedoel, zelfs als ik televisie kijk zijn alle programma's afkomstig uit de Verenigde Staten. (VS)

Jereme neemt hetzelfde standpunt in als Willem en is van mening dat de media uit het thuisland kunnen worden gezien als extra bronnen van informatie. Tevens is hij van mening dat door zijn mediagebruik hij een meer wereldwijde zienswijze heeft gekregen. Hij stelt dat het niet meer beschut is; niet meer alleen de Verenigde Staten. De andere mannelijke Amerikaanse expats zijn ook van mening dat het contact met mensen uit de Verenigde Staten ervoor zorgt dat de band met het land blijft bestaan. Tevens stellen zij dat hun beeld van de Verenigde Staten niet veranderd is, het contact dat ze hebben zorgt ervoor dat hun beeld naar eigen zeggen realistisch blijft. Wel stelt Jeremy dat het gebruik van de Amerikaanse media ook voortvloeit uit een soort van bevestiging.

Ik denk dat het een soort van, misschien is het naar een bevestiging zoeken dat het de normale gang van zaken is in Amerika. [...] Maar ik denk dat het wel helpt om een band te blijven houden, om meer verbonden te blijven en verzekerd. Jeremy (VS)

Opvallend is dat net als bij de Nederlandse expats, ook de enige Amerikaanse vrouwelijke expat een gevoel van verwijdering heeft. Rebecca is van mening dat ze, doordat ze de evolutie niet meemaakt, vaak het gevoel heeft dat ze niet meer weet wat er gebeurt in haar vaderland. Rebecca is van mening dat ze niet aanwezig is bij gebeurtenissen in haar vaderland, waardoor ze ontwikkelingen die het land doorgaat niet bewust meemaakt. Dit zorgt er volgens haar voor dat ze verder weg komt te staan van het land waar ze vandaan komt. De beelden die zij had van haar thuisland kloppen niet meer met de beelden die zij terug ziet in de media. Dit zorgt bij Rebecca voor een vervreemding van haar thuisland. Naast de geografische afstand voelt ze ook een andere verwijdering, de media zorgen ervoor dat ze zich geïsoleerd voelt.

Ik voel me heel eerlijk gezegd erg geïsoleerd van de rest van de wereld. Rebecca (VS)

7.5 Gemeenschappen

Mensen die naar een ander land vertrekken zullen, zoals in paragraaf 4.5 is besproken, altijd zoeken naar een nieuwe gemeenschap waarin zij zich thuis voelen (Thornley, 2009). De geïnterviewde expats die in Abu Dhabi leven zullen naar verwachting dus op zoek gaan naar een gemeenschap of groep mensen tussen wie zij zich thuis voelen en met wie zij zich kunnen identificeren. Opvallend is dat er grote verschillen bestaan tussen de manier waarop de Nederlandse expats zich mengen in de nieuwe samenleving en de manier waarop de Amerikanen dit doen. Onder de Nederlandse expats bevinden zich veel mensen die lid zijn van de Nederlandse vereniging die in Abu Dhabi bestaat. Claire geeft aan dat de eerste maanden alleen in Abu Dhabi heel erg uitdagend waren. Ze was alleen in een nieuw land en kende niemand. Vlak na aankomst in Abu Dhabi heeft zij contact gezocht met andere Nederlanders en is zij meegenomen naar de openingsborrel van de Nederlandse vereniging. Voor haar was het lidmaatschap aan de Nederlandse vereniging een keerpunt in haar verblijf in Abu Dhabi. Pas vanaf het moment dat zij in de Nederlandse gemeenschap terecht kwam voelde zij zich thuis in haar nieuwe woonplaats.

Het is echt een soort van mijn redding geweest dat ik hier zo leuk ben opvangen en dat iedereen zo lief en aardig was. [...] En dan merken die mensen van oh is een nieuw meisje, is nieuw in de groep en die wordt dan ook betrokken bij alle smsjes en mailtjes. Claire (NL)

Tim stelt dat er in Abu Dhabi veel sprake is van gemeenschappen, volgens hem blijft iedereen wel een beetje in het eigen wereldje hangen. Claire komt naar eigen zeggen tijdens een werkdag in contact met veel verschillende nationaliteiten, waaraan zij zich zoals ze zelf zegt aanpast. Na een dag werken heeft zij de behoefte om zich niet te hoeven aanpassen aan andere nationaliteiten en culturen. Volgens haar zijn Nederlanders gewend in een multiculturele samenleving te leven en zich heel snel aan te passen. Als ze vrij is van werk vindt zij het *relaxed* om dat niet te doen. Luring (2008) gaat ervan uit dat het gevoel van eigenwaarde wordt bepaald aan de hand van karakteristieken van de mensen die al in de gemeenschap of groep zitten. Dit gedachtegoed is sterk terug te zien bij Claire. Zij stelt dat het de typische kenmerken zijn van de Nederlanders die ervoor zorgen dat zij zich prettig voelt in deze groep:

En dan zijn het ook denk ik de kenmerken die Nederlanders hebben, dat ze heel erg ondernemend zijn, heel erg positief, alles is leuk en alles is gezellig. We zijn met elkaar vol van leuke ideeën en leuke dingen doen. Claire (NL)

Zoals uit dit citaat blijkt wordt het gevoel van eigenwaarde van Claire door een groot deel bepaald door de kenmerken die de personen in de groep bezitten. Er wordt door de

Nederlandse vereniging in Abu Dhabi veel georganiseerd. Claire vertelt met enthousiasme over de woestijntrips, toernooien en etentjes die er worden georganiseerd. Ook Tim hecht veel waarde aan de door Claire benoemde karakteristieken van de personen binnen een groep, voor hem spelen de normen en waarden van verschillende culturen een grote rol. Hij voelt zich ook thuis binnen de Nederlandse gemeenschap en stelt dat er zelfs tussen Westerlingen subtiele verschillen zijn waardoor het contact met Nederlanders toch het fijnst is. Daarnaast speelt voor Tim taal een hele belangrijke rol. Dit komt overeen met Giles en Byrnes (1982) die stellen dat taal een grote rol speelt binnen het proces van sociale identiteitsvorming en dat taal wordt gebruikt als middel om te differentiëren. Bij de geïnterviewde expats is goed terug te zien dat taal inderdaad een bepalende factor is:

Nou ja communicatie is natuurlijk heel erg belangrijk he. Als ik met een Engelse zit krijg ik gewoon de helft niet mee omdat ze gewoon nog net iets te snel gaan. [...] Taal speelt een hele grote rol, niets is makkelijker en veiliger dan gewoon lekker in je eigen taal. Tim (NL)

Willem is tevens van mening dat er een bepaalde band bestaat met bepaalde nationaliteiten, maar stelt in tegenstelling tot Claire en Tim dat deze zich allemaal heel erg snel met elkaar vermengen. Voornamelijk de Europese nationaliteiten mengen volgens Willem snel met elkaar, dit in tegenstelling tot niet-Westerse nationaliteiten. In contrast met de andere twee Nederlandse expats stelt Willem dat Westerse nationaliteiten juist dezelfde taal spreken. Volgens hem spreekt iedereen Engels en zorgt dit ervoor dat de verschillen tussen uiteenlopende nationaliteiten worden verkleind. Waar Tim van mening is dat de subtiele verschillen tussen Europese nationaliteiten in Abu Dhabi ineens veel groter worden, stelt Willem dat de Westerse nationaliteiten aan elkaar gelinkt zijn. Deze link zorgt ervoor dat Westerlingen allemaal met elkaar mengen, makkelijk communiceren en veel contact hebben met elkaar. In tegenstelling tot deze drie Nederlanders die veel sociale contacten hebben met mensen afkomstig uit Nederland, sluit Andy zich zoveel mogelijk af van de Nederlandse gemeenschap. Net als de andere Nederlanders ziet ook Andy dat er veel sprake is van *kliedjesvorming*, maar Andy wil daar geen deel van uitmaken. Ik hou daar helemaal niet van, aldus Andy. De reden van de distantiering van Andy ten opzichte van andere Nederlanders heeft te maken met de gedrag van de Nederlanders.

Kijk, ik bedoel maar mijn persoonlijke mening over de meeste Nederlanders in het buitenland, dat het een beetje toch een beetje de attitude van ja die is toch anders dan die van de mensen in Nederland. Andy (NL)

Volgens Andy gedragen Nederlanders zich in het buitenland anders dan thuis, in het buitenland zijn de Nederlanders volgens Andy arrogant. En hij zit daar niet graag tussen, waardoor hij zich niet snel in de Nederlandse gemeenschap zal mengen.

De Amerikanen bewegen zich in veel mindere mate dan de Nederlandse expats in gemeenschappen. Heilbron (1995) stelt, zoals uiteengezet wordt in paragraaf 2.4, dat de centrale positie en de grootte van een land bepalend zijn voor het culturele verkeer. Grote en centrale landen, zoals de Verenigde Staten zullen hierdoor meer nationaal gericht zijn. Bij de Amerikaanse expats wordt deze hypothese niet bevestigd. Zij staan in tegenstelling tot de Nederlanders veel meer open voor andere culturen en nationaliteiten en bevinden zich minder of niet in Amerikaanse gemeenschappen. Jeremy is van mening dat er weinig sprake is van georganiseerde vermenging van Amerikanen. Er zijn volgens hem weinig Amerikanen die zich binnen een Amerikaanse gemeenschap begeven. Hij is echter wel van mening dat op kleinere schaal Amerikanen elkaar wel opzoeken. Zo stelt Jeremy dat als hij andere Amerikanen ontmoet het wel heel logisch lijkt om vrienden met deze mensen te worden:

Maar ik denk dat het op kleinere schaal gebeurt. Zoals, onze kinderen gaan naar de basisschool. En daar ontmoeten we andere, er is slechts een ander Amerikaans kind en toen we haar ouders ontmoetten waren wel gelijk een soort van vrienden. Jeremy (VS)

De andere Amerikaanse expats zijn duidelijker in hun mening niet geïnteresseerd te zijn in Amerikaanse gemeenschappen. Sasa geeft aan niet geïnteresseerd te zijn in gemeenschappen. Hij stelt wel dat, voordat hij naar in Abu Dhabi vertrok hij probeerde om in contact te komen met Amerikanen die al in Abu Dhabi gevestigd waren. Maar na aankomst bleek al snel dat hij geen behoefte had aan contact met andere Amerikanen. Ook de andere geïnterviewde Amerikanen geven aan niet de behoefte te voelen om zich aan te sluiten bij de Amerikaanse gemeenschap. Zowel Rebecca als Jereme zijn van mening dat het interessant is om met verschillende culturen in contact te komen. Dus zij proberen in contact te komen met verschillende groepen en hierdoor van al deze verschillende culturen en nationaliteiten wat te leren:

Maar nee ik voel niet de behoefte om naar de Ambassade te gaan, je leert mensen kennen op werk en die laten zien wat er te doen is voor Amerikanen. Maar nee, ik heb die behoefte helemaal niet. Ik voel de behoefte niet om ergens deel van uit te maken. Ik ben hier met een reden, ik ben hier tenslotte voor de cultuur. Jereme (VS)

7.6 Vrijetijdsbesteding

In Abu Dhabi zijn allerlei vrijetijdsbezigheden, op cultureel vlak maar ook op sociaal gebied. De analyse van de dagbladen in hoofdstuk 6 wees uit dat er voor vele culturele evenementen aankondigingen staan in de dagbladen. Tevens blijkt uit deze analyse dat er in de kranten in Abu Dhabi veel ruimte wordt gewijd aan culturele activiteiten. De dagbladen publiceren niet alleen aankondigen maar tevens recensies en achtergrondartikelen. Zo hebben alle drie de dagbladen ten tijde van de inhoudsanalyse in ruime mate gepubliceerd over verschillende filmfestivals die worden gehouden in de Abu Dhabi, over de kunstexpositie in de Emirates Palace en over de foto-expositie. De vrijetijdsbesteding van de expats bestaat echter veelal uit andere bezigheden dan culturele participatie. Er kan een tweedeling worden gemaakt in de vrijetijdsbesteding, namelijk sociale bezigheden en culturele participatie.

7.6.1 Sociale activiteiten

De expats geven aan dat ze hun vrije tijd voornamelijk vullen met uit sociale activiteiten.

Het leven, tenminste het leven hier is in bars en in de woestijn. En dat is het. Sasa (VS)

De expats gaan in hun vrije tijd voornamelijk naar het strand, de bar, het zwembad of wat drinken met vrienden. Het bestaan van de expats in Abu Dhabi draait voornamelijk om sociale bezigheden. De expats stellen dat er veel te doen is in Abu Dhabi ook op cultureel vlak, maar dat de bezigheden van de expats zich beperken tot activiteiten met vrienden en kennissen. Veel expats gaan in hun vrije tijd met vrienden naar de bar of eten 's avonds met vrienden thuis. Dit gebeurt op plekken waar alcohol geschonken mag worden, wat betekent dat de expats veel aanwezig zijn op Westerse, toeristische plekken zoals de bars en eetgelegenheden van hotels. Er is slechts één Amerikaanse expat die aangeeft in zijn vrije tijd op zoek te gaan naar de andere cultuur. In zijn vrije tijd gaat Jereme naar plekken waar zich veel lokale bevolking bevindt en probeert hij actief in contact te komen met deze lokale mensen. Hij stelt dat hij veel naar de tapijt 'souk' gaat en vertelt vol enthousiasme over een trip naar de woestijn. Tijdens deze trip kwam hij in contact met de lokale bevolking die in de woestijn leefde. Voor hem was dit het ultieme moment waarop hij de Arabische cultuur van binnen uit kon leren kennen. Jereme zoekt in zijn vrije tijd de lokale bevolking op om meer te weten te komen over deze cultuur. De andere expats houden zich, zoals gezegd, in de vrije tijd vrijwel uitsluitend bezig met sociale contacten met andere Westerlingen. Zij ontmoeten de locals naar eigen zeggen slechts sporadisch op de werkvloer.

7.6.2 Culturele participatie

De vrijetijdsbesteding van de expats in Abu Dhabi is duidelijk veranderd in vergelijking met de bezigheden in het thuisland:

Hier in Abu Dhabi heb je een zeilboot en heb je een motorbootje, dus dan ga je wakeboarden. Dat was daar, in Nederland, niet het geval. [...] Kijk in Nederland vind ik het hartstikke leuk en als ik dan in Amsterdam zit dan ga ik naar een tentoonstelling. Tim (NL)

In het thuisland was de culturele participatie van de expats groter dan die in Abu Dhabi. De expats geven aan dat in het thuisland met grote regelmaat sprake was van culturele participatie. Andy is het eens met de uitspraak van Tim. Ook hij stelt dat er een behoorlijk verschil zit tussen de vrijetijdsbesteding in Nederland en de vrijetijdsbesteding in Abu Dhabi. Zo ging Andy in Nederland naar eigen zeggen regelmatig naar het theater en is dat in Abu Dhabi niet het geval. De culturele participatie van de expats in Abu Dhabi kan beschreven worden in termen van cultuurdeelname en de afkomst van deze culturele producten.

De mate waarin de expats die in Abu Dhabi wonen cultuur consumeren is opmerkelijk laag. Ook de expats die aangeven dat hun verwachtingen waren om totaal op te gaan in de Arabische cultuur doen weinig tot niets aan culturele participatie. Voor de Nederlandse expats geldt dat zij zeer weinig gebruik maken van de culturele activiteiten die Abu Dhabi te bieden heeft, helemaal in vergelijking met het gebruik hiervan in het thuisland. Zowel Tim als Claire geeft aan dat het aantal bioscoopbezoeken in Abu Dhabi sterk gedaald is ten opzichte van het bioscoopbezoek in Nederland. Beide Nederlandse expats gingen naar eigen zeggen in het thuisland met grote regelmaat naar de bioscoop. Tim is in de vijf jaar tijd dat hij nu in Abu Dhabi woont slechts één keer naar de bioscoop gegaan, Claire heeft in bijna twee jaar tijd pas drie keer een bezoek gebracht aan een bioscoop. Naast het bezoek aan bioscopen worden er in Abu Dhabi filmfestivals georganiseerd. Er zijn twee verschillende opvattingen te onderscheiden die de expats onderhouden ten opzichte van dit soort festivals en andere culturele festivals. Alle geïnterviewde expats waren op de hoogte van de georganiseerde filmfestivals, maar slechts door enkelen worden dit soort festivals ook daadwerkelijk bezocht. De Nederlandse expats zijn van mening dat de kwaliteit van dit soort festivals over het algemeen goed is, maar dat ze vaak nog in de kinderschoenen staan waardoor de festivals “simpel van aard” zijn. De andere opvatting die onder de expats leeft is dat dit soort festivals goede initiatieven zijn en dat zij blij zijn met de komst van dit soort culturele activiteiten, maar dat bezoeken toch eigenlijk uitblijven. Er kan gesteld worden dat de expats deze culturele activiteiten wel willen bezoeken, maar het uiteindelijk niet doen.

De Amerikaanse expats geven aan met enige regelmaat films te kijken, echter ook zij gaan hiervoor weinig naar één van de vele bioscopen die er in Abu Dhabi gevestigd zijn. De Amerikaanse expats kijken voornamelijk thuis naar films, waardoor het aantal bioscoopbezoeken ook bij hen lager is dan in het thuisland.

Naast bioscopen en filmfestivals worden in Abu Dhabi ook kunstexposities georganiseerd. In het Emirates Palace worden grote, professionele tentoonstellingen gehouden van kunstenaars zoals Picasso. Hiernaast worden er in de dagbladen vaak aankondigingen gedaan voor exposities bij kleinere galeries. Echter uit de interviews met de expats blijkt dat deze weinig naar deze kleinere exposities gaan. De expats laten blijken het goed te vinden dat dit soort tentoonstellingen aanwezig zijn in Abu Dhabi, maar slechts enkelen bezoeken ook daadwerkelijk een expositie. De expats zijn op de hoogte van de exposities die worden georganiseerd in het Emirates Palace en door enkele expats worden deze exposities ook bezocht. De expats die de exposities in het Emirates Palace bezoeken zijn Willem, Rebecca, Sasa en Jereme. Vooral bij de Amerikaanse expats Rebecca, Sasa en Jereme past het bezoek aan deze exposities in het patroon. Zij zijn bewust bezig met het opzoeken van lokale culturele activiteiten, waaronder dit bezoek ook valt.

[...] De tentoonstelling in het Emirates Palace zijn natuurlijk fantastisch. Als je daar niet in de rij hoeft te staan en geen grof geld hoeft te betalen is dat toch wel heel bijzonder. Willem (NL)

Het mening van Willem, dat de exposities in het Emirates Palace “fantastisch” zijn, wordt door een aantal expats gedeeld. De expats vinden het bijzonder dat de toegang kosteloos is en dat je als bezoeker vaak als enige aanwezig bent bij de expositie. Opvallend hierbij is dat de expats op de hoogte waren van de tentoonstelling van de Westerse kunstenaar Picasso die enige tijd geleden werd gehouden, maar dat ze van de huidige tentoonstelling in het Emirates Palace niets wisten. Deze huidige tentoonstelling betreft geen beroemde Westerse kunstenaar, maar enkele lokale Arabische kunstenaars. Bovendien zijn de expats, ondanks de aankondigingen in de dagbladen, niet erg goed op de hoogte van al de galeries die er aanwezig zijn. De aankondigingen in de dagbladen zorgen er niet voor dat de expats met regelmaat deze galeries bezoeken.

Een echte galerie hier ben ik nog nooit geweest. Nee, er is er eentje die hier binnenkort wordt geopend, maar die is nog niet open. Dat weet ik dan wel weer. Andy (NL)

Er bestaat een verschil tussen de Nederlandse en Amerikaanse expats wat betreft het bezoek aan culturele activiteiten. Beide groepen expats doen weinig aan cultuurdeelname, maar de

Amerikaanse expats doen meer dan de Nederlanders moeite om met culturele producten in contact te komen. De Amerikaanse expats gaan nog wel op zoek naar culturele activiteiten zoals in het Emirates Palace, terwijl bij de Nederlandse expats eigenlijk alleen Willem de lokale culturele uitingen opzoekt. Bij het uitgaan in de vrije tijd wordt kortom door de geïnterviewde expats meer waarde gehecht aan de sociale contacten, dan aan culturele participatie.

Naast de culturele participatie buitenshuis kunnen expats in hun vrije tijd ook binnenshuis cultuur consumeren, zoals bijvoorbeeld literatuur en muziek. In de dagbladen worden naast de artikelen over culturele activiteiten in Abu Dhabi ook veelvuldig recensies en artikelen gepubliceerd over cd's, dvd's en literatuur. Uit de interviews komen twee patronen naar voren wat betreft het consumeren van culturele producten binnenshuis.

Een eerste groep expats passen hun consumptie aan, doordat hun smaak in cultuur is veranderd. Daarnaast houden sommige expats vast aan hun 'oude' voorkeuren en brengen dus geen verandering aan in de consumptie van culturele producten. Opvallend is dat de expats die het thuisland verlieten met als doel een culturele verrijking te ervaren meer inspanning doen om andere soorten cultuur te consumeren. Dit zijn, zoals gezegd de Amerikaanse expats. De Amerikanen zijn afkomstig uit een groot land dat een centrale positie inneemt in het wereldcultuurstelsel. Ondanks hun dominante positie en de kans dat deze dominantie zou zich voort zou kunnen zetten op andere plekken, zoals in Abu Dhabi staan juist de Amerikaanse expats meer open voor de lokale cultuur. Jereme stelt dat zijn smaak in culturele producten wel degelijk is veranderd, omdat hij de lokale culturele producten een kans wilt geven. Hij stelt dat veel mensen naar dezelfde muziek blijven luisteren als dat ze voor hun komst in Abu Dhabi deden. Ondere andere mensen verstaat Jereme andere Amerikanen, maar ook expats uit andere landen dan Amerika. Jereme ziet zichzelf dus eigenlijk als uitzondering wat betreft zijn cultuurdeelname. Jereme probeert door zelf moeite te doen in contact te komen lokale culturele producten en naar eigen zeggen ontdekt hij vervolgens dat hij onder de indruk is van deze lokale producten. De lokale producten waarmee Jereme in contact komt zijn voornamelijk producten uit de populaire cultuur, zoals muziek en films. Ook de Amerikaanse expats Rebecca en Sasa doen zelf veel moeite om in contact te komen met culturele producten. Sasa is van mening dat Abu Dhabi een plek is waar vele culturen leven en probeert dus vanuit al deze culturen producten te consumeren. Hij beperkt zich niet alleen tot de Amerikaanse cultuur en producten uit de lokale cultuur van Abu Dhabi. Sasa tracht ook producten zoals films, cd's en boeken uit landen zoals Libanon, India en Pakistan te consumeren. De cultuurdeelname en de consumptie van culturele producten van Rebecca lijkt

in veel opzichten op die van Jereme. Ook Rebecca probeert veel moeite te doen om in contact te komen met lokale culturele producten. Het verschil tussen Jereme en Rebecca is echter wel dat Jereme zich vooral richt op de populaire cultuur, terwijl Rebecca zich meer richt op de hoge kunsten zoals schilderkunst en beeldende kunst. De Nederlandse expat Willem erkent net zoals de drie Amerikaanse expats dat zijn smaak in culturele producten is veranderd:

Ja aan de ene kant kan je wel zeggen dat mij smaak in culturele producten is veranderd. Je komt meer in contact, uh ik bedoel ik heb nu wel eens een concert van een Libanees concert gezien ja. Willem (NL)

Echter waar Jereme onder de indruk is van deze lokale producten en zelf moeite doet om vaker met deze producten in contact te komen, stelt Willem dat, naast het enkele contact met lokale producten, hij doorgaans voor de Westerse producten kiest. Deze tendens is ook bij de rest van de Nederlandse expats te ontdekken. De culturele producten die de Nederlandse expats consumeren zijn bijna gelijk gebleven aan de consumptie Nederland. De Nederlanders geven aan weinig verandering in hun smaak en consumptie te ontdekken.

Muziek is eigenlijk wel hetzelfde gebleven [...] Dat merkte ik heel erg toen ik in Nederland was, toen ik dezelfde muziek hoorde. Dat was eigenlijk wel heel gek. Claire (NL)

Bij de andere Nederlanders is dezelfde trend zichtbaar. Andy stelt ook dat zijn smaakvoorkeuren weinig aan verandering onderhevig zijn, in Abu Dhabi luistert hij naar dezelfde muziek als in Nederland. En ook de literatuur die hij leest is niet zo vreselijk veranderd, geeft hij zelf aan. Het soort boeken dat hij vroeger in Nederland las, leest hij nu in Abu Dhabi nog steeds. Andy vertelt dat hij op websites zoals Amazon.com zijn boeken bestelt en dat hij daardoor nog steeds kan lezen wat hij voorheen interessant en leuk vindt.

Samenvattend kan gesteld worden dat de afkomst van de culturele producten die worden geconsumeerd door de expats voornamelijk Westers zijn. De Amerikaanse expats proberen door zelf de lokale culturele producten op te zoeken meer in contact te komen met producten van lokale afkomst. Maar ook bij hen blijkt dat uiteindelijk de afkomst van de culturele producten die zij het meest waarderen voornamelijk Westers is. De Nederlandse expats doen bijna geen moeite om in contact te komen met culturele producten die afkomstig zijn uit andere plekken dan het Westen. De smaak en voorkeuren van de expats zijn bijna niet veranderd en zij blijven dezelfde Westerse culturele producten consumeren als dat zij in het thuisland deden. Opvallend is dat de expats het idee hebben meer in contact te komen met de lokale cultuur door films te kijken als *Slumdog Millionaire* en *The Kiterunner*. Deze in het

Westen geproduceerde films over niet-Westerse culturen geven de expats het idee dichter bij de lokale cultuur te komen.

7.6.3 Motivaties

In paragraaf 3.4 is aan de hand van een drietal theorieën ingegaan op verklaringen van cultuurdeelname. De eerste verklaring wordt gegeven in de informatieverwerkingstheorie, welke stelt dat mensen met een hogere informatieverwerkingscapaciteit hoge cultuur beter begrijpen en er meer van kunnen genieten. De expats hebben naar eigen zeggen in het vaderland een hoge culturele participatie. Dit kan betekenen dat de expats een hoge informatieverwerkingscapaciteit hebben, waar het opleidingsniveau van de expats ook op wijst. In Abu Dhabi wordt door de expats echter weinig cultuur geconsumeerd, waardoor de informatieverwerkingstheorie in dit geval geen verklaring biedt. Een tweede verklaring is de statutetheorie, welke ervan uit dat het verschil in cultuurdeelname wordt verklaard doordat cultuurdeelname in bepaalde sociale groepen wordt geaccepteerd en soms zelfs voorschrift is.

De expats bevinden zich in Abu Dhabi in bepaalde sociale groepen, waarbij de status niet wordt bepaald door cultuurdeelname. De groepen waarin de expats verkeren gebruiken cultuurdeelname niet om zich te onderscheiden van lagere sociale statusgroepen en bovendien blijkt uit de interviews met de expats niet dat cultuurdeelname een voorschrift is in de sociale groepen waarin zij verkeren. De derde theorie die ingaat op verklaringen van cultuurdeelname is de levensfasetheorie, die de nadruk legt op de tijdsbesteding en het budget van mensen in een bepaalde levensfase. Deze theorie kan van toepassing zijn op de expats. De expats bevinden zich allemaal in een specifieke fase van hun leven, waardoor de tijd en het budget van grote invloed kan zijn op de cultuurdeelname. Er worden door de expats zelf verschillende redenen gegeven voor het niet consumeren van lokale producten of de lokale cultuur. Deze redenen zijn onder te verdelen in vijf categorieën; culturele afstand, taal, tijd, ‘tijdelijkheid’ en afwezigheid van cultuur.

Culturele & Geografische afstand

Zowel de Nederlandse als de Amerikaanse expats passen hun consumptie van culturele goederen en de culturele participatie slechts in kleine mate aan in Abu Dhabi. Veel expats blijven gebruik maken van dezelfde culturele producten als in het thuisland en de lokale culturele producten worden weinig tot niet geconsumeerd door de expats. De expats geven aan dat het consumeren van de lokale culturele producten en diensten niet makkelijk is, de expats moeten naar eigen zeggen veel moeite doen om deze cultuur te consumeren. De bereikbaarheid van de producten speelt hierbij naar eigen zeggen een grote rol. Daarnaast

ontstaat er een culturele afstand doordat de expats het idee hebben dat het aanbod van cultuur kleiner is in Abu Dhabi dan het culturele aanbod in het thuisland. Andy is van mening dat het aanbod van cultuur kleiner is in Abu Dhabi en dat het ‘moeilijker te vinden is’. Tevens zegt hij dat je heel graag van deze culturele producten gebruik moet willen maken, omdat je in Abu Dhabi echt op zoek moet gaan naar de culturele producten. Als de wil er echt is, zo stelt Andy is er genoeg mogelijkheid in Abu Dhabi om cultuur te consumeren. Volgens hem moet je het echt willen en is het niet zoals in Nederland overal aanwezig. Daarom is de stap naar culturele participatie groot. Tim volgt deze argumentatie, al legt hij de nadruk meer op de lokalisering van de culturele producten en diensten.

Daar zit je er meer in weet je, daar is het overal aanwezig. En hier heb ik het idee dat als je wat wilt hebben dan moet je er echt naar toe. Je moet in je auto stappen en je moet er echt naar toe rijden [....] En dan moet je weer in je auto stappen om naar de volgende galerie te gaan. Tim (NL)

Tim is van mening dat de geografische afstand een belangrijke reden is om weinig cultuur is consumeren in Abu Dhabi. Deze afstand ontstaat volgens hem doordat je altijd de auto moet gebruiken om bij een bepaalde locatie te komen. Volgens Tim is het verschil met Nederland dat je in Abu Dhabi slechts naar één culturele locatie per keer gaat, terwijl er in Nederland sprake is van een cultureel centrum waar vele culturele producten dicht bij elkaar te vinden zijn. De Amerikaanse expats geven in de interviews in mindere mate aan het gevoel te hebben dat je in Abu Dhabi echt opzoek moet naar cultuur. Wel is de Amerikaanse Rebecca van mening dat er in Abu Dhabi niet echt sprake is van een cultureel centrum. Zij geeft aan dat ze de culturele wijken, zoals die bijvoorbeeld in New York en Londen bestaan, mist in Abu Dhabi. Daarnaast wordt door zowel de Nederlandse als de Amerikaanse expats aangegeven dat de toegang tot de lokale culturele producten moeizaam is, omdat onder de expats het gevoel heerst dat deze cultuur zeer gesloten is.

Het is moeilijk weet je, de lokale cultuur is hier toch een soort van gesloten. Er is niet veel sprake van toegang tot deze cultuur of zoiets. Jeremy (VS)

Veel van de expats hebben dit gevoel wat Jeremy beschrijft. De expats stellen dat de lokale cultuur gesloten is en niet toegankelijk voor Westerlingen. Het gevoel dat de lokale cultuur gesloten en slecht toegankelijk is vloeit onder andere voort uit de manier waarop de lokale bevolking leeft. De expats zijn van mening dat de lokale bevolking veel binnenshuis leeft, waardoor de expats geen idee hebben wat zich binnen de cultuur afspeelt. Tevens voelen de expats zich in bepaalde situaties ongemakkelijk, doordat ze zich bekeken voelen. Claire is van

mening dat de lokale bevolking op vele momenten naar de expats kijkt. Claire vertelt dat zij niet weet of dit blikken van jaloezie zijn of van afkeuring. Hierdoor wordt de stap om lokale culturele producten te consumeren hoger, de expats denken dat deze producten afkomstig zijn uit een gesloten, onbekende cultuur waardoor er een culturele afstand ontstaat.

Taal

Een ander aspect dat door de expats wordt aangedragen als reden waarom ze weinig participeren in de lokale cultuur is de taalbarrière. Deze taalbarrière lijkt enigszins op de hiervoor behandelde culturele afstand, omdat het niet kunnen verstaan van de lokale taal de culturele producten minder toegankelijk maakt. Echter het taalaspect wordt door de expats expliciet bestempeld als een prominente verklaring voor de lage participatie in cultuur. Expats geven de voorkeur aan Westerse producten met Engels als voertaal, omdat er dan geen sprake is van een taalbarrière. De Amerikaanse expats kunnen de taal die gesproken wordt verstaan en als de Nederlanders de Engelse taal niet spreken wordt er gebruik gemaakt van vertalingen. De Amerikaanse Sasa stelt het heel simpel:

Nee, zij spreken geen Engels en ik spreek geen Arabisch. De taal is een grote barrière, de niet-Arabische mensen spreken geen Arabisch en zien dus geen Arabische film. Sasa (VS)

Het argument van de taalbarrière wordt overigens vooral door de Nederlandse expats onderstreept. Willem stelt dat het bezoek aan Arabische cultuur in vele gevallen “niet kan” door de taal. De taalbarrière speelt volgens hem een hele belangrijke rol. De voertaal in Abu Dhabi is dan wel Engels, maar een Arabisch toneelstuk kan volgens hem niet bezocht worden omdat je het gewoon niet begrijpt. Andy voert dezelfde redenatie, een Arabische film trekt hem niet omdat hij geen Arabisch spreekt. Als laatste stelt ook Tim dat de taal een belangrijk aspect is, hij gaat echter een stap verder. Volgens hem zorgt het verschil in taal ervoor dat hij het gevoel krijgt dat het culturele product niks voor hem is. Een film in het Arabisch is volgens hem per definitie niet zijn type film. Tim maakt hier dus een koppeling tussen de taalbarrière en de aard van het product, mede door de taal zijn Arabische culturele producten “niet voor hem weggelegd”. Zowel de Nederlandse expats als de Amerikaanse expats zijn van mening dat de taalbarrière een belangrijke rol speelt in de lokale cultuurdeelname. De Nederlandse expats zijn echter wel meer uitgesproken dan de Amerikaanse expats. De Amerikaanse expats ondervinden dat het niet verstaan van de Arabische taal ervoor kan zorgen dat de lokale producten minder worden geconsumeerd. Maar zij proberen, meer dan de Nederlandse expats, wel in contact te komen met de lokale producten. De Amerikaanse expats

leggen allemaal geen koppeling tussen de taal en de aard van het product, zoals de Nederlanders dat wel doen.

Tijd

Naast de aspecten taal en drempeligheid speelt tijd ook een belangrijke rol in de culturele participatie van de expats. De levensfasetheorie die is behandeld in paragraaf 3.5 stelt dat de cultuurdeelname afhankelijk is van de tijdsbesteding en het budget van mensen. De tijd en het budget dat mensen hebben is afhankelijk van de levensfase waarin mensen zich bevinden. De expats die in Abu Dhabi verblijven bevinden zich in een drukke fase in hun leven, waardoor de tijd die besteed kan worden aan cultuur is veranderd en minder is geworden. Uit de interviews met de expats blijkt dat de levensfasetheorie zoals die door Ganzeboom (1988) uiteengezet wordt van toepassing is op de expats.

Er wordt door de expats aangegeven dat het verblijf in Abu Dhabi in de kern gebaseerd is op werk. De werkweek in Abu Dhabi is voor veel expats langer dan dat deze in het thuisland was. In Abu Dhabi wordt er veelal zes dagen per week gewerkt en is alleen de zaterdag een vrije dag. Willem legt uit dat in de Verenigde Arabische Emiraten in principe een weekend geldt van vrijdag en zaterdag. Maar omdat op vrijdag in de Westerse wereld nog gewerkt wordt en anders drie dagen niet met de Westerse bedrijven gewerkt kan worden is de vrijdag voor veel expats ook nog een werkdag. Bovendien zijn de werkdagen voor de expats in Abu Dhabi langer dan in het thuisland.

De Nederlandse expats stellen dat zij hier zijn voor het werk en dat zij aldus meer tijd aan hun baan besteden dan in het thuisland. Het gevolg hiervan is dat er minder tijd is voor cultuur dan in het thuisland het geval was, waardoor de consumptie en participatie in cultuur er snel bij inschiet. In Nederland was er ook volgens Andy meer tijd om cultuur te consumeren dan dat in Abu Dhabi het geval is. Voornamelijk de Nederlandse expats wijzen erop dat werk de belangrijkste motivatie was om het thuisland te verlaten en dat dit werk dus veel tijd in beslag neemt. Al zijn de Amerikaanse expats Jeremy en Sasa het wel eens met deze gedachte en stellen ze bovendien dat veel expats in Abu Dhabi, in tegenstelling tot in Dubai, een gezin hebben waardoor de bezigheden in de vrije tijd worden beperkt. Daarnaast wordt er door enkele zowel Nederlandse als Amerikaanse expats voorzichtig duidelijk gemaakt dat culturele participatie voor veel mensen niet de hoogste prioriteit heeft.

Tijdelijkheid

Voor veel expats speelt de onpermanente basis van hun verblijf ook een rol in de manier waarop zij met culturele producten omgaan. Het tijdelijke verblijf van de expats in Abu Dhabi

zorgt ervoor dat er minder waarde wordt gehecht aan materiële goederen. De expats hechten naar eigen zeggen minder waarde aan culturele producten, zoals boeken en cd's. Volgens de expats neemt de waarde van materiële goederen, zoals culturele producten af als je weet dat je ergens maar voor een bepaalde tijd bent. Tevens speelt ook de praktische kant een rol. Voor veel expats is de kans groot dat zij op korte termijn verhuizen of terug keren naar het land van herkomst. Hierdoor wordt er door hen minder geïnvesteerd in materiële culturele producten, deze moeten tenslotte allemaal weer vervoerd worden. Willem geeft aan dat je meer met "andere dingen dan materiële zaken leeft". Ook hier komt het sociale aspect terug, de waarden van het leven liggen voor de expats meer in het onderhouden van sociale contacten dan in het bezitten van culturele producten. Rebecca onderstreept dit en stelt dat het leven in Abu Dhabi gekenmerkt wordt door onzekerheid. Volgens haar is alles in een staat van onzekerheid, wat twee verschillende gevolgen heeft. Er wordt in mindere mate culturele producten als literatuur of kunst wordt aangeschaft dan dat in het thuisland het geval was. En tevens wordt er volgens Rebecca in mindere mate geïnvesteerd in cultuur, net zoals Willem is ze van mening dat het sociale aspect in het leven belangrijker wordt dan de deelname aan cultuur.

Afwezigheid

Naast bovenstaande redenen wordt door de expats op vele momenten in de gesprekken gerefereerd aan het feit dat er volgens hun geen sprake is van lokale cultuur, in de zin van kunst. De gepercipieerde afwezigheid van een lokale cultuur maakt het volgens de expats moeilijk om in contact te komen met lokale producten. Tim stelt dat in tegenstelling tot de culturele centra die in Nederland bestaan, Abu Dhabi zo'n cultureel centrum mist. De overheid is bezig met het opbouwen van een cultuur centrum, maar volgens Tim bestaat dat op dit moment niet in Abu Dhabi. Dit maakt het voor hem naar eigen zeggen moeilijk om geïnteresseerd te blijven in de minimale lokale culturele producten die momenteel al wel bestaan.

Ik zit heel hard te denken, maar ik kom hier de Arabische cultuur eigenlijk, en met mij honderden anderen, nooit tegen. [...] Hierdoor interesseert het me eigenlijk niet meer. Tim (NL)

Ook Rebecca is van mening dat er in Abu Dhabi geen sprake is van een culturele scène. Het draait in Abu Dhabi volgens haar allemaal om de grote merken als Dior en Gucci en zij stelt dat Abu Dhabi heel erg een cultureel element mist. De oorzaak hiervan is volgens haar dat de mensen die in Abu Dhabi worden toegelaten allemaal werk hebben of een opleiding volgen en deel uitmaken van de hogere sociale klassen. De mensen die in Abu Dhabi leven missen volgens Rebecca een creatieve kant, alles is erg zakelijk. Hierdoor is er geen sprake van een

culturele wereld of een gevoel van creativiteit zoals in haar eigen stad New York. Sasa onderstreept dit gevoel van afwezigheid. Hij is zeer duidelijk en stellig:

Uhm welke cultuur hier? Er is geen cultuur hier!! Sasa (VS)

De afwezigheid van de cultuur, hieronder wordt verstaan de afwezigheid van een cultureel, creatief centrum in het land, wordt vooral door de Amerikaanse expats aangehaald. In vergelijking met de culturele centra in hun thuisland is er in Abu Dhabi, zoals Sasa stelt geen sprake van cultuur. Hier komt wederom de teleurstelling van de Amerikaanse expats terug, zij hadden verwacht een culturele verrijking te ervaren maar moeten nu naar eigen zeggen concluderen dat er in Abu Dhabi geen sprake is van een cultuur.

7.7 Lokale cultuur

De expats zijn, zoals verteld in paragraaf 7.6.3, van mening dat er in Abu Dhabi weinig sprake is van een lokale cultuur. Er is volgens de expats in Abu Dhabi geen cultureel centra, waar culturele producten worden vervaardigd. De expats geven echter wel aan dat er in Abu Dhabi sprake is van een traditionele Arabische lokale cultuur. Ondanks het Westerse karakter van Abu Dhabi bestaat er in Abu Dhabi nog wel steeds een lokale Arabische samenleving. Deze lokale samenleving kent een eigen cultuur en staat volgens de expats ver weg van de Westerse cultuur. De expats die in Abu Dhabi leven, maar ook de lokale bevolking, komen als gevolg van toenemende globalisering in contact met andere culturen. Dit contact kan zoals beschreven in paragraaf 4.4 als gevolg hebben dat mensen zich genoodzaakt voelen hun eigen identiteit opnieuw te vormen (Morley, 2001).

Uit de interviews met de expats blijkt dat het contact tussen de expats en de lokale bevolking en cultuur minimaal is. De Nederlandse expats geven aan dat er minder in de lokale cultuur wordt geïnvesteerd omdat het verblijf in Abu Dhabi slechts op onpermanente basis is. De expats hebben echter wel allemaal een mening over de lokale cultuur en de lokale bevolking. Er worden door de Nederlandse expats uiteenlopende bewoordingen gebruikt voor het omschrijven van lokale cultuur. Tim stelt dat de lokale cultuur heel erg gesloten is. Het minimale contact komt ook, in Andy's ogen doordat de lokale bevolking een uiterst teruggetrokken leven leidt dat zich voornamelijk binnenshuis afspeelt. De lokale cultuur is volgens Claire "zo anders", Willem sluit hierop aan door te stellen dat de lokale cultuur kan worden omschreven als een "andere wereld". De lokale cultuur wordt door de expats dus over het algemeen omschreven als gesloten en anders. Dit ligt in lijn met het Oriëntalisme, de expats gebruiken de lokale cultuur om zich te onderscheiden en hun eigen identiteit te

construeren. Er worden door de Nederlandse expats een groot aantal verschillen tussen de Nederlandse cultuur en de lokale Arabische cultuur benoemt. Willem stelt dat het grootste verschil tussen de culturen te vinden is in religie. De lokale cultuur is volgens hem erg gericht op religie en de expats worden hier dan ook vier keer per dag mee geconfronteerd. Religieuze verschillen leiden volgens hen tot grote verschillen in levenswijze tussen de Westese expats en de lokale bevolking. Claire wijdt dit verschil in levenswijze ook aan de opvoeding. Opvallend is dat Andy het verschil tussen de manier waarop de lokale cultuur met de verhouding tussen man en vrouw omgaat en de manier waarop Westerlingen dat doen als een groot verschil ziet. Volgens Andy gaat de lokale mannelijke bevolking op een hele andere manier om met vrouwen dan dat Westerse mannen dit doen. De lokale mannen hebben volgens Andy de macht over de vrouwen, de vrouwen komen naar zijn zeggen ook bijna niet buiten. Claire erkent dit:

Dit is toch wel een uh een beetje een vrouwonvriendelijke plek. Je krijgt absoluut geen hulp van de lokale bevolking, je moet alles zelf doen. Claire (NL)

Volgen Tim is er sprake van duidelijke verschillen in normen en waarden. De lokale bevolking is volgens hem zeer gesloten, ze zullen volgens hem nooit emoties laten zien aan vrienden.

Tim stelt bovendien dat de verschillende culturen nooit dicht bij elkaar zullen komen doordat de verschillen in normen en waarden zo groot zijn. Willem is het hier mee eens en stelt dat de culturen niet met elkaar mengen.

Ik denk dat je twee culturen naast elkaar hebt. De Westerse cultuur, met daarbij de Arabische cultuur die voor de lokale vrij sterk is maar die zich niet mengt met de Westerse cultuur omdat er zoveel verschillen zijn [...] De Arabische, de ontwikkelde Emirati spreken Engels, die spreken goed Engels. En die passen zich aan aan de Westerse cultuur, aan de Indische cultuur en uhm die accepteren dat en die kunnen heel goed naast de Arabische cultuur leven. Willem (NL)

Willem stelt dat de Arabische bevolking zich aanpast aan de Westerse cultuur, terwijl Claire van mening is dat de Westerse expats zich aanpassen. Ondanks dat Claire weinig in haar levenswijze heeft veranderd stelt zij dat zij te gast is in Abu Dhabi en zich dus moet aanpassen aan de lokale cultuur. Claire vertelt in het interview over de manier waarop de Arabische kinderen worden opgevoed. Volgens haar mist er veel in deze opvoeding:

Als je jonge Emirati-jongetjes ziet van 15-20 zijn dat verschrikkelijke, onhandelbare... Zijn echt een stelletje terroristen bij elkaar, ze terroriseren de hele boel. En dan denk ik, hoe kan je je eigen cultuur

zo verschrikkelijk verwaarlozen? [...] En dan moet je niet denken dat jij daar wat van kan zeggen. Als je er wat van zegt dan gaat het fout. Dus je leeft hier in een soort van... er gebeuren heel veel dingen die ik echt verschrikkelijk vind. Claire (NL)

Uit het citaat van Claire blijkt dat volgens de expats grote verschillen tussen de lokale cultuur en de Westerse cultuur aanwezig zijn. Daarnaast zullen deze verschillen volgens Claire ook niet snel afnemen, doordat de jonge lokale bevolking op dezelfde manier wordt opgevoed. De expats verschillen in mening wat betreft de aanpassingen die de lokale dan wel Westerse bevolking doet, volgens sommige expats past de lokale bevolking zich aan terwijl andere expats stellen dat de Westerlingen zich aanpassen.

De Westerse wereld neemt een centrale positie in binnen het wereldeconomiestelsel en het wereldcultuurstelsel, waardoor het Westen een dominantere plaats in neemt (Heilbron, 1995). Zoals in hoofdstuk 2 beschreven gaat het cultureel imperialisme er ook vanuit dat het Westen een dominante positie inneemt ten opzichte van de rest van de wereld. Bovendien probeert, zoals het cultureel imperialisme beschrijft, de Westerse wereld deze dominantie positie ook te behouden. De expats stellen wel allemaal dat er sprake is van een bepaalde Westerse dominantie.

K: Hebben de Westerlingen niet een bepaalde dominante positie?

T: Ja ja zeker. Nee dat is overal hierzo. En bij de Arabieren ook een klein beetje. Maar die hebben dan nog wel zoiets van luister het is ons land en wij zijn hier, jij bent hier te gast en als wij hier iets willen dan moet je dat maar doen. Dus in principe staan die daar nog iets boven. (NL)

Andy stelt dat de lokale Arabische bevolking het Westen leuk vindt en daarom graag aanpassingen wil doen om de Westerse cultuur meer te integreren. Willem is van mening dat de twee verschillende culturen elkaar nodig hebben.

K: Hebben de Westerse expats een bepaalde dominantie binnen deze samenleving?

W: Uhm tot op een zekere hoogte heeft de lokale bevolking daar ook behoefte aan, ze vragen er ook om. Ze vragen om die kennis, ze vragen om een bepaalde uhh kennisoverdracht ze betalen daarvoor. Anders waren we hier niet. En uhhh op zichzelf om een land vooruit te helpen moet je uhm een stuk kennis hebben en kennis ontwikkelen en uhm dat dat heeft een bepaald invloed op de cultuur. Maar uhm dat ze daarmee hun eigen cultuur verliezen, dat geloof ik niet uhm nee. Ze houden binnenshuis hun eigen cultuur heel sterk. Maar ze hebben de behoefte om nieuwe technologieën aan te trekken en die zijn heel sterk en die moeten ze wel doen want anders dan zouden ze niet zo kunnen leven zoals ze nu leven. (NL)

De andere Nederlandse expats onderstrepen het wederzijdse belang van de verschillende groepen mensen. Ook zij zijn van mening dat de Arabische cultuur behoefte heeft aan Westerlingen, anders was Abu Dhabi niet zo geweest als het nu is.

De zienswijze van de Amerikaanse expats verschilt weinig met die van de Nederlanders. Ook de Amerikaanse expats geven aan dat de lokale cultuur heel erg gesloten is; Rebecca noemt in het interview meerdere malen dat de lokale cultuur zo gesloten is. Zij begrijpt niet waarom de lokale cultuur zo gesloten en geheimzinnig is. Net als Andy is zij van mening dat de samenleving nog meer gesloten wordt doordat veel van de lokale bezigheden zich binnenshuis afspelen. Opvallend is dat de Amerikaanse expats dezelfde beleving hebben als de Nederlands expats wat betreft aanpassingen. Ook zij zijn van mening dat de lokale bevolking zich op veel vlakken aanpast aan de Westerse wereld, maar dat de lokale cultuur niet verloren gaat.

Uhm zij zijn zeker meer in onze richting gekomen, dan dat wij in hun richting aanpassingen hebben gedaan. Er is niet veel sprake van aanpassingen aan onze kant. Maar ik denk niet dat zij zoveel zijn veranderd dat hun eigen cultuur compleet verloren is gegaan. Maar zij hebben zich zeker meer aangepast dan de Westerse cultuur in hun richting. Jeremy (VS)

Tevens zien dat Amerikanen net als de Nederlanders dat er sprake is van een wederzijdse behoefte. De Westerse expats willen graag (meer) geld verdienen en in een andere omgeving werken en de lokale cultuur wil zich ontwikkelen door middel van het gebruiken van Westerse technologieën, zo stellen de Amerikanen.

Er zijn twee opmerkelijke verschillen te ontdekken tussen de Amerikaanse en Nederlandse expats wat betreft de lokale cultuur. Er werd al gesteld dat het Westen een dominantie positie inneemt ten opzichte van niet-Westerse landen. In paragraaf 2.5 wordt bovendien in gegaan op de positie van de Verenigde Staten. De Verenigde Staten nemen volgens Robertson (1992) een bijzondere plaats in binnen de wereld en zouden de Amerikaanse ideeën, waarden, patronen, taal, industrie en kapitaal over de hele wereld willen uitbreiden. Deze Amerikanisering kan zich uiten door een grote dominantie van de Amerikaanse cultuur. Dit is terug te zien in de opvattingen van de Amerikaanse expats. De Amerikanen hebben een sterkere stem in de kwestie van dominante posities. Zij zijn net als de Nederlanders van mening dat de lokale bevolking boven alles staat, maar zien wel een dominante houding vanuit de Westerse bevolking. Deze dominantie komt volgens hun terug in vele situaties. Zo vertelt Jereme dat Westerlingen altijd een bepaalde voorkeurspositie genieten en op een eenvoudige manier van bepaalde faciliteiten gebruik kunnen maken.

Volgens Jereme kijken de niet-Westerlingen op naar de Westerlingen, waardoor deze voorkeurspositie gehandhaafd blijft.

Ik was bijvoorbeeld een keer op het vliegveld en ik was in de tweede terminal van waar veel Pakistaanse vliegtuigen vliegen. Ik stond in de rij om mijn paspoort te laten stempelen toen er een man naar me toe kwam om te vragen wat ik aan het doen was in deze rij. Dus ik zei tegen hem dat ik net als iedereen aan het wachten was. Zijn reactie daarop was, je hebt een groen paspoort... Je bent een Amerikaan, dan hoef je niet in de rij te staan. Jereme (VS)

Daarnaast is het opvallend dat de vrouwelijke Amerikaanse expat Rebecca, net als de Nederlandse expat Claire, een sterke mening heeft wat betreft de levensstijl van de lokale bevolking. Claire noemt Abu Dhabi vrouwonvriendelijk, zonder daar een duidelijke reden voor te geven. Rebecca stelt voor het grootste gedeelte van het interview dat ze open staat voor de lokale bevolking en geen vooroordelen heeft ten opzichte van de lokale cultuur. Maar aan het eind van het gesprek deelt Rebecca verschillende voor haar negatieve ervaringen met de lokale cultuur. Deze negatieve ervaringen hebben volgens haar te maken met het verschil in normen en waarden en de verschillen die er bestaan in de cultuur tussen mannen en vrouwen. In de werksfeer is Rebecca in contact gekomen met mannen van verschillende nationaliteiten. Volgens Rebecca waren dit allemaal mannen met als geloofsovertuiging de Islam. Deze mannen hebben, zo vertelt Rebecca, veel vervelende verhalen over haar verteld naar anderen toe, terwijl zij tegen haar zelf heel vriendelijk waren. Toen Rebecca hier achter kwam, was ze naar eigen zeggen “heel verdrietig”. Ze heeft tijdens haar eerste tijd in Abu Dhabi geprobeerd om open te staan voor nieuwe culturen en zonder vooroordelen te leven. De negatieve ervaringen die zij heeft gehad met de lokale bevolking zorgen volgens Rebecca voor een vergroting van verschillen tussen de lokale en de Westerse cultuur.

Zowel de Nederlandse, als de Amerikaanse expats die in Abu Dhabi leven stellen het gevoel te hebben in een samenleving te leven die is opgesplitst in twee delen. De expats bestempelen de lokale cultuur als gesloten, waardoor toegang tot deze cultuur volgens hen moeizaam is. Zoals Willem stelt bestaan er in Abu Dhabi aldus twee culturen die naast elkaar leven en weinig tot geen contact hebben met elkaar. Bovendien blijkt uit de analyse van de interviews dat er vanuit de expats weinig interesse is voor de culturele producten die worden voortgebracht in de lokale cultuur. De verwachting was dat de expats, gezien hun hoge opleiding, status en beroep, geneigd zouden zijn hoge cultuur te consumeren. Dit is echter weinig tot niet het geval. De expats geven zelf verschillende verklaringen voor de lage culturele participatie in lokale cultuur; zoals uiteengezet liggen veel van deze verklaringen in

lijkt met de theorieën van Ganzeboom (1988). Echter naast de verklaring op dit niveau spelen aspecten op een ander niveau ook een rol. De expats stellen aldus dat er grote verschillen bestaan tussen de eigen cultuur en de lokale cultuur. Deze verschillen op het bredere culturele vlak zorgen er ook voor dat de expats slechts in kleine mate participeren in de lokale cultuur.

8. Conclusie & Discussie

8.1 Conclusie

Dit onderzoek bestudeert het mediagebruik, de cultuurdeelname en de vrijetijdsbesteding van Nederlandse en Amerikaanse expats in Abu Dhabi. De bevolking van Abu Dhabi bestaat slechts voor minder dan 20% uit de lokale bevolking, wat betekent dat het overgrote deel van de bevolking afkomstig is uit andere plekken op de wereld. Het grootste gedeelte van de mensen die zich Abu Dhabi vestigen is afkomstig uit Westerse landen. Deze mensen, expats, zijn voor een bepaalde tijd naar Abu Dhabi vertrokken wegens hun werk. Expats kunnen, zo blijkt uit de in hoofdstuk 1 besproken theorie, worden gezien als een gevolg van globalisering maar tegelijkertijd als een oorzaak.

De expats die in Abu Dhabi leven hebben de mogelijkheid om van verschillende media gebruik te maken; de media uit het thuisland staan door middel van technologische ontwikkelingen tot hun beschikking maar tevens kunnen zij gebruik maken van Arabische media. Verschillende Arabische mediabedrijven publiceren Engelstalige dagbladen die door de expats kunnen worden geconsumeerd. In dit onderzoek staat de invloed van media op de culturele participatie en vrijetijdsbesteding van expats in Abu Dhabi centraal. Hier vloeit de volgende vraagstelling uit voort:

In hoeverre is de vrijetijdsbesteding en cultuurparticipatie van Nederlandse en Amerikaanse expats woonachtig in Abu Dhabi Westers van aard en hoe wordt dit beïnvloed door de inhoud van de culturele en vrijetijdssecties in de Engelstalige Arabische dagbladen en door andere mediagebruik?

Aan de hand van een drietal deelvragen zal een antwoord worden gegeven op de hoofdvraag. Het empirische onderzoek is verricht met het ‘mixed method’ design.

Als eerste zijn een drietal Engelstalige, Arabische dagbladen geanalyseerd. Aan de hand van een inhoudsanalyse op de kranten, *The National*, *Gulf News* en *Emirates Business 24/7* zijn inzichten verkregen in de inhoud die dagbladen publiceren. De eerste deelvraag van dit onderzoek richt zich op inhoud van de dagbladen:

In hoeverre bespreken Engelstalige Arabische kranten Westerse dan wel lokale culture producten en vormen van vrijetijdsbesteding??

De resultaten van de inhoudsanalyse laten zien dat wat betreft de inhoud een evenwicht bestaat tussen het aantal artikelen afkomstig uit het Westen en het niet-Westen. Uit de inhoudsanalyse bleek dat in alle dagbladen samen iets meer dan de helft van de artikelen over

vrijetijdsbesteding en culturele producten gaat over onderwerpen afkomstig uit het Westen. Dit zou betekenen dat er sprake is van het model van culturele stromen en netwerken dat Crane (2002) onderscheidt. De dagbladen publiceren niet alleen artikelen over lokale culturele producten, maar tevens uit het Westen. Er zijn aldus stromen uit verschillende delen van de wereld die invloed hebben op de inhoud van de dagbladen en er zou zo gezien geen sprake zijn van homogenisering. De inhoud van de dagbladen vertoont een heterogeen aanbod.

Uit de resultaten blijkt echter ook dat de artikelen over populaire cultuur voornamelijk gaan over Westerse culturele producten en dat aan deze artikelen een veel groter aantal woorden wordt besteed. Andersom gaan de artikelen over hoge kunsten voor het merendeel over lokale producten, maar aan deze artikelen worden slechts een klein aantal woorden besteed. Dit wijst erop dat het Westen een grote invloed heeft op de inhoud van de dagbladen. In dat opzicht kan er gesproken worden van media imperialisme. Populaire cultuur uit het Westen krijgt de meeste aandacht in de dagbladen, dit kan mede een gevolg zijn van de aanwezigheid van de Westerse expats. De Westerse expats nemen op deze manier de Westerse cultuur en daarbij behorende culturele producten mee naar Abu Dhabi en versterken op deze manier indirect de dominantie van het Westen. De Westerse producten worden opgenomen in de samenleving en de lokale culturele producten krijgen steeds minder aandacht. Dit kan wijzen op een vorm van homogenisering; op meerdere plekken in de wereld, zoals in Abu Dhabi, komen mensen in aanraking met dezelfde, Westerse, culturele producten.

De Amerikaanse expats hebben een grotere kans om in contact te komen met producten uit het thuisland dan de Nederlandse expats, aangezien veel van de artikelen gaan over producten afkomstig uit de Verenigde Staten. Deze resultaten liggen in lijn met de theorie van Robertson (1992), die stelt dat er in meerdere domeinen en ook in het culturele domein sprake is van Amerikanisering. De Verenigde Staten en de culturele producten die daar worden geproduceerd komen op veel plekken in de wereld terug. De samenleving van Abu Dhabi komt vaak in contact met producten afkomstig uit de Verenigde Staten en er zou gesteld kunnen worden dat de Verenigde Staten op deze manier zijn dominantie behoudt. De inhoud van de Arabische, Engelstalige dagbladen toont dat er nog steeds sprake is van cultureel imperialisme en dat ook het concept van Amerikanisering nog niet is achterhaald.

De tweede deelvraag van dit onderzoek richt zich op culturele participatie van de expats:

In welke mate is de culturele participatie en vrijetijdsbesteding van de Nederlandse en Amerikaanse expats in Abu Dhabi lokaal dan wel Westers georiënteerd?

De expats in Abu Dhabi geven in de interviews aan dat hun culturele participatie in het vaderland veel groter was dan in Abu Dhabi. De cultuurdeelname van zowel de Nederlandse als de Amerikaanse expats in Abu Dhabi is sterk veranderd in vergelijking met het thuisland. De expats consumeren voor een groot gedeelte nog dezelfde soort populaire cultuur, maar de deelname aan hoge cultuur is afgenomen. Uit de interviews met de expats blijkt dat de culturele participatie van de expats voornamelijk Westers georiënteerd is. Ondanks de aankondigingen in de dagbladen voor lokale culturele activiteiten beperken de expats zich voornamelijk tot Westerse culturele uitingen. De expats zijn wel op de hoogte van de activiteiten die lokaal worden georganiseerd, zoals de tentoonstellingen in het Emirates Palace, maar participeren weinig in deze lokale culturele activiteiten.

Naast de culturele participatie buitenshuis consumeren de expats tevens culturele producten binnenshuis. Er kunnen twee patronen worden onderscheiden wat betreft deze consumptie; de consumptie is aangepast doordat de smaak is veranderd of de expats brengen geen veranderingen aan in hun voorkeuren. Opvallend is dat vooral de Amerikaanse expats stellen dat hun smaak is veranderd en dat hun culturele smaak niet meer alleen Westers georiënteerd is. De Nederlandse expats houden sterk vast aan hun oude smaakvoorkeuren, waardoor hun culturele participatie erg Westers georiënteerd is. De bevindingen die werden gevonden bij de Nederlandse expats liggen in het verlengde van de literatuur over diaspora, waaruit blijkt dat expats zich uitsluiten van lokale gebeurtenissen en sterk geneigd zijn de eigen cultuur op te zoeken (Thornley, 2009). De Amerikaanse expats gaan zelf op zoek naar lokale culturele producten waardoor hun culturele participatie meer lokaal georiënteerd is. Vooraf was de verwachting dat de Amerikaanse expats zich meer zouden richten op hun eigen cultuur dan de Nederlanders, omdat de Amerikanen afkomstig zijn uit een groot, dominant land. Deze uitkomsten zijn dus niet in overeenstemming met de theorie.

De derde, laatste, deelvraag van dit onderzoek gaat in op de invloed van de media en facetten uit het dagelijks leven op de culturele participatie van expats:

In hoeverre worden de Nederlandse en Amerikaanse expats in hun culturele participatie en vrijetijdsbesteding beïnvloed door hun mediagebruik en andere facetten van het dagelijks leven?

Uit de interviews met de expats bleek dat er twee zienswijzen zijn wat betreft de inhoud van de dagbladen. De eerste is dat de dagbladen voornamelijk berichten over de hele wereld en

dat bepaalde delen van de wereld niet meer aandacht krijgen dan andere delen van de wereld. De tweede zienswijze is die van de Amerikaanse expats, die stellen dat de culturele secties van de dagbladen voor het overgrote deel over Amerikaanse producten gaan. De expats hebben een heel ander idee van de inhoud van de dagbladen dan de inhoudsanalyse heeft aangegeven. Vooral de Amerikaanse expats zien in de dagbladen voornamelijk producten uit hun thuisland terug, terwijl de helft van de artikelen over niet-Westerse producten gaat. De artikelen over niet-Westerse producten zijn blijkbaar te klein en onopvallend.

De expats gaven in de interviews zelf aan weinig te worden beïnvloed door de inhoud van de dagbladen. Zowel de Nederlandse als de Amerikaanse expats gebruiken de dagbladen niet als informatiebron. De Amerikaanse expats hadden verwacht een culturele verrijking te ervaren in Abu Dhabi. Doordat de dagbladen in hun ogen voornamelijk over producten publiceren afkomstig uit hun thuisland zoeken zij naar andere informatiebronnen om toch informatie te verkrijgen over producten afkomstig uit de lokale cultuur. Het belangrijkste aspect dat wordt aangegeven door de Nederlandse en de Amerikaanse expats in verband met de dagbladen is de censuur die wordt toegepast. Volgens de expats is er in Abu Dhabi in grote mate sprake van censuur, waardoor zij de dagbladen niet volledig achten. Dit heeft als gevolg dat de expats andere informatiebronnen gebruiken om voor hun gevoel een volledig beeld te verkrijgen van alle mogelijkheden die er bestaan wat betreft vrijetijdsbesteding. Er wordt door de expats aangegeven dat internet een grote rol speelt in hun leven. De expats maken gebruik van het internet als extra informatiebron, internet is volgens hen het middel om een volledig beeld te genereren. Uit de interviews met de expats bleek aldus dat zij, voor wat betreft vrijetijdsbesteding en culturele participatie, heel weinig worden beïnvloed door de artikelen die zij lezen in de Engelstalige Arabische dagbladen.

De interviews met de expats hebben inzichten gegeven in de cultuurdeelname en vrijetijdsbesteding van de expats. Ondanks de artikelen over lokale culturele activiteiten en producten die, zoals bleek uit de inhoudsanalyse, in de dagbladen worden gepubliceerd beperkt de vrijetijdsbesteding van de expats zich voornamelijk tot sociale bezigheden. De expats gaven in de interviews aan weinig in contact te komen met lokale culturele producten, zij consumeren in grote mate dezelfde culturele producten als in het thuisland en de smaakvoorkeuren van voornamelijk de Nederlanders zijn niet merkbaar veranderd. De aspecten uit het dagelijks leven die van invloed zijn op de culturele participatie van expats bevinden zich op een tweetal niveaus. Het eerste niveau kenmerkt zich door het individueel bepaalde karakter. De expats geven in de interviews zelf aspecten aan die invloed hebben op hun culturele participatie. De aspecten die door de expats zelf worden aangedragen zijn onder

te verdelen in een vijftal categorieën namelijk, *culturele en geografische afstand, taal, tijd, tijdelijkheid en afwezigheid*. Een groot aantal van deze aspecten liggen in lijn met de verklaringen die Ganzeboom (1988) geeft voor de culturele participatie van mensen. Ganzeboom (1988) geeft aan dat bereikbaarheid een belangrijk aspect is van cultuurdeelname. De expats stellen dat in Abu Dhabi sprake is van afstand tot culturele producten en activiteiten, waardoor gesteld kan worden dat er sprake is van een slechte bereikbaarheid. Tevens is Ganzeboom (1988) van mening dat de levensfase waarin men zich bevindt een rol kan spelen in de cultuurdeelname, in elke levensfase is er een bepaalde tijd beschikbaar voor cultuur. Dit facet komt terug in de interviews met de expats, zij geven aan dat er door onder andere werk en het gezin weinig tijd overblijft voor cultuurdeelname. Naast deze twee aspecten dragen de expats nog een drietal aspecten aan die volgens hen van belang voor de culturele participatie. De taalbarrière zorgt er volgens de expats voor dat er minder wordt geparticipeerd in lokale cultuur. Daarnaast spelen de tijdelijkheid van het verblijf en de afwezigheid van lokale culturele producten een rol. Op dit niveau speelt ook de theoretische traditie, de statutheorie, van Bourdieu (1989) een centrale rol. De expats vallen binnen de samenleving in Abu Dhabi onder de hogere statusgroepen. Uit de interviews met de expats blijkt echter dat binnen deze groepen men niet aan cultuurdeelname hoeft te doen om geaccepteerd te worden dan wel om zich te onderscheiden. De statutheorie van Bourdieu wordt in dit onderzoek dan ook niet bevestigd.

Naast bovengenoemde aspecten op het eerste niveau is er aldus een tweede niveau te onderscheiden. Behalve de concrete facetten uit het dagelijks leven, zoals hulpbronnen en belemmeringen, zijn er tevens bredere culturele aspecten die van belang zijn voor de cultuurdeelname van de expats. De afstand die de expats ervaren tot de lokale cultuur kan namelijk voor een deel ook perceptie zijn. De expats vallen onder het discours van diaspora en hebben in het dagelijks leven te maken met verschillen tussen de eigen cultuur en de cultuur van het land waarin zij zich hebben gevestigd. Cultuur dient hierbij breder opgevat te worden dan op het eerste niveau, hier gaat het om verschillen in cultuur in brede zin. Naast deze cultuurverschillen is er bij de expats tevens sprake van loyale gevoelens ten opzichte van thuisland. Zowel de cultuurverschillen als de loyale gevoelens kunnen ervoor zorgen dat de afstand die door de expats wordt beschreven vooral eigen perceptie is. Met andere woorden, de barrières die zij ondervinden zijn minder groot dan de expats zeggen en denken.

De loyale gevoelens die de expats onderhouden met het thuisland worden onder andere versterkt door de gemeenschappen waar vooral de Nederlandse expats deel van uitmaken. Abu Dhabi kent een hechte Nederlandse gemeenschap waarin veel Nederlanders

zich thuis voelen. Uit de gesprekken met de Nederlandse expats bleek dat de bezigheden die worden georganiseerd door deze gemeenschap weinig culturele activiteiten bevatten.

In navolging op de hoofdvraag van dit onderzoek kan gesteld worden dat de culturele participatie en vrijetijdsbesteding van zowel de Nederlandse als de Amerikaanse expats zeer Westers van aard is. De expats komen weinig in contact met lokale culturele producten en met de bredere lokale cultuur. In hun culturele participatie worden de expats slechts in beperkte mate beïnvloed door de Engelstalige, Arabische dagbladen. De inhoud van de dagbladen vertoont veel Westerse populaire cultuur, maar de dagbladen publiceren tevens genoeg artikelen over lokale hoge cultuur. De expats komen deze artikelen tegen in de dagbladen waardoor zij wel op de hoogte zijn van de lokale culturele mogelijkheden, maar zij participeren hier niet of slechts in beperkte mate in. Er bestaat aldus een verschil tussen de populaire cultuur en hoge cultuur wat betreft de culturele participatie van expats. De expats komen veel in contact met Westerse populaire cultuur. Maar de expats participeren, in tegenstelling tot in het thuisland, weinig in zowel Westerse als lokale hoge cultuur. Er bestaat een belangrijk verschil tussen de Amerikaanse en Nederlandse expats; de Amerikaanse expats proberen in tegenstelling tot de Nederlandse expats nog wel in contact te komen met lokale producten.

Uit het onderzoek bleek dat de culturele participatie van de expats in grote mate wordt beïnvloed door andere facetten uit het dagelijks leven. Naast de concrete verklaringen voor cultuurdeelname die zich afspelen op het eerste niveau, zoals de beschikbare tijd en de bereikbaarheid, liggen de verklaringen ook in het diasporaperspectief. De grote cultuurverschillen die de expats ervaren omdat zij zich niet in het thuisland bevinden hebben veel effect op de culturele participatie. Dit onderzoek toont derhalve aan dat de verklaringen voor culturele participatie van mensen die zich buiten hun eigen cultuur hebben gevestigd op twee niveaus liggen. Naast de concrete verklaringen die onder andere Ganzeboom (1988) geeft voor cultuurdeelname zijn er ook bredere culturele facetten die bepalend zijn. In dit onderzoek wordt daarnaast bevestigd dat hoogopgeleiden in steeds grotere mate geïnteresseerd zijn in populaire kunstvormen en dat ook in Abu Dhabi sprake is van culturele omnivoren.

8.2 Discussie

Door middel van dit onderzoek zijn inzichten verkregen in de invloed van dagbladen op de

culturele participatie en vrijetijdsbesteding van Amerikaanse en Nederlandse expats in Abu Dhabi. Dit onderzoek kent echter wel enkele beperkingen.

De belangrijkste beperking van dit onderzoek is het exploratieve karakter van het onderzoek. Het onderzoek richt zich op een nieuw onderzoeksgebied, waar op wetenschappelijk gebied nog niet veel over bekend is. Bij exploratief onderzoek is het gewenst een groot aantal onderzoekseenheden te gebruiken, een beperking van dit onderzoek is dat er slechts met acht respondenten is gewerkt. In een volgend onderzoek zouden meerdere expats geïnterviewd kunnen worden, waardoor er meerdere typen expats aan het woord komen. Met kwantitatief vervolgonderzoek zou vervolgens de representativiteit verhoogd kunnen worden.

Voor dit onderzoek zijn er vanuit Nederland respondenten geworven in Abu Dhabi. Dit zorgde ervoor dat het lastig was om variatie te bereiken in de afkomst van de respondenten. Een kritiekpunt op dit onderzoek is dan ook dat twee van de Amerikaanse expats bij hetzelfde bedrijf werken en dat zij tevens eenzelfde achtergrond hebben. Beide expats zijn opgegroeid in een gezin waarbij de vader in het leger zat. Deze achtergrond kan effect hebben op de manier waarop zij nu omgaan met andere culturen.

Een andere beperking van het onderzoek dat hiermee in verband staat is het verschil in beroepen tussen de Amerikaanse en Nederlandse expats. Het merendeel van de geïnterviewde Amerikaanse expats heeft een creatief beroep, terwijl de Nederlandse expats allemaal werken in de oliebranche. Omdat er vanuit Nederland mensen zijn benaderd voor dit onderzoek, was het moeilijk aselect mensen te werven. Voor volgend onderzoek is het verstandig meer aselect mensen te werven waardoor er mogelijk meer variatie optreedt in het beroep en de achtergrond van de respondenten, zodat deze factoren de resultaten niet kunnen beïnvloeden. Naarmate de Nederlandse expats in dit onderzoek, net als de Amerikaanse expats, een meer creatief beroep zouden uitoefenen is, met het oog op de theoretische tradities, een grote kans dat ook zij zich in grotere mate zouden richten op de lokale culturele uitingen. De achtergrond en het beroep van de respondenten speelt aldus een grote rol bij dit soort onderzoeken. Overigens is de verwachting dat er relatief weinig mensen met een creatief beroep naar Abu Dhabi trekken, omdat er vooral veel mensen met een hoog economisch kapitaal worden gevraagd in Abu Dhabi.

Voor volgend onderzoek zou het relevant zijn om andere plekken te onderzoeken. Voor dit onderzoek is gekozen om expats in Abu Dhabi te interviewen. Abu Dhabi is een plek waar een groot deel van de bevolking bestaat uit Westerse expats. Tevens heeft Abu Dhabi een zeer Westers karakter, waardoor de expats die daar leven niet in een totaal vreemde

omgeving terecht komen. Wanneer hetzelfde onderzoek wordt uitgevoerd in een ander land waar het aantal expats lager is en waar er minder Westerse invloeden zijn, zijn wellicht de resultaten anders. Uit voorgaande onderzoeken blijkt dat de mate waarin de nieuwe cultuur van de oude cultuur verschilt bepalend is voor de manier waarop expats zich aanpassen. Een cultuur die sterk op de cultuur in het vaderland lijkt vergt, zo blijkt uit eerder onderzoek, meer aanpassingsvermogen. Dit zou betekenen dat wanneer eenzelfde onderzoek gehouden zou worden in bijvoorbeeld India, het andere resultaten oplevert. In India zijn minder aan het Westen aangepaste locaties aanwezig, wat zou kunnen betekenen dat de expats zich makkelijker aanpassen en daardoor meer geïnteresseerd zijn in de lokale culturele producten. Een andere factor die hier ook meespeelt is de keuze van de expats. De expats in dit onderzoek hebben gekozen voor een vertrek naar een redelijk Westerse cultuur. De expats die zich in India vestigen zullen dit waarschijnlijk met een achterliggende gedachte doen, wat tot gevolg kan hebben dat zij ook hierdoor meer in de lokale cultuur zullen participeren. Naast deze verwachtingen kan de theorie ook voor andere resultaten pleiten. Expats die zich in een totaal andere cultuur vestigen dan de Westerse kunnen ook geneigd zijn zich sterk te manifesteren in een Nederlandse of Westerse gemeenschap. Als dit het geval is zouden de resultaten van het onderzoek naar verwachting meer lijken op de resultaten van dit onderzoek. Een vergelijking van dit onderzoek met eenzelfde onderzoek in een ander land zou voor de wetenschap dan ook heel interessant kunnen zijn.

Het kwantitatieve deel van dit onderzoek richt zich op de Engelstalige Arabische dagbladen. Er is in dit onderzoek gekozen voor lokale dagbladen. Hierbij was de kans het grootst dat expats in aanraking kwamen met lokale cultuur. De resultaten van dit onderzoek tonen aan dat de expats het medium internet gebruiken als een belangrijke informatiebron. In een volgend onderzoek kan deze bevinding worden meegenomen en kan er gericht onderzoek gedaan worden naar de invloed van internet op de culturele participatie van expats.

In dit onderzoek wordt veel gesproken over de lokale cultuur en de producten afkomstig uit de lokale cultuur. Zowel de Nederlandse, als de Amerikaanse expats, geven hun meningen en gedachten over deze cultuur. In dit onderzoek wordt echter niet met de lokale bevolking gepraat, waardoor de meningen van de expats niet kunnen worden geverifieerd. De afwezigheid van de lokale bevolking in dit onderzoek heeft voor een groot deel te maken met praktische zaken. Er is sprake van een taalbarrière en tevens is het voor Westerse vrouwen moeilijk om in contact te komen met de lokale bevolking. Hiernaast worden de medewerkers van de dagbladen in dit onderzoek buiten spel gehouden. In dit onderzoek worden geen inzichten verkregen in de selectiecriteria van de dagbladen, er wordt slechts gewerkt met de

inhoud van de dagbladen. Ook dit heeft te maken met praktische overwegingen. In dit onderzoek ontbrak de tijd om ook de medewerkers van de dagbladen in het onderzoek te betrekken. In een volgend onderzoek kunnen de meningen en zienswijzen van de lokale bevolking en de bedrijven achter de dagbladen uiteengezet worden.

Literatuurlijst

- ** Aksoy, A., & Robins, K. 2000. Thinking Across Spaces. Transnational Television from Turkey. *European Journal of Cultural Studies* 3(3): 343-365.
- ** Appadurai, A. 1996. *Modernity At Large: Cultural Dimensions of Globalization*. Minneapolis:University of Minnesota Press, 27-47.
- ** Ayish, M.I. 2003. Media Convergence in the United Arab Emirates. *Convergence:The International Journal of Research into New Media Technologies* 9, 77-87
- ** Baarda, D., de Goede, M., & Van der Meer-Middelburg, A. 1996. *Basisboek Open Interviewen*. Groningen: Stenfert Kroese.
- ** Bauman, Z. 2001. *Community: Seeking safety in an insecure world*. Wiley-Blackwell
- ** Baumann, S. 2001. Intellectualization and art world development: Film in the United States. *American Sociological Review* 66, 404-426
- ** Beaverstock, J.V, 2002. Transnational elites in global cities: British expatriates in Singapore's financial district. *Geoforum* 33, 525-538
- ** Benson, R. 1998. Field theory in comparative context: A new paradigm for media studies. *Theory and Society* 28, 463-498
- ** Biltereyst, D. 1991. Resisting American hegemony: a comparative analysis of the reception of domestic and US fiction. *European Journal of Communication* 6, 469-497
- ** Bourdieu, P. 1984. *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. London: Routledge
- ** Bourdieu, P. 1989. *Opstellen over smaak, habitus en het veldbegrip*. Amsterdam: Van Genneep
- ** Bourdieu, P. 1993. *The field of cultural production*. Cambridge, England: Polity

** Brewster, C. 1995. The Paradox of Expatriate Adjustment. In Selmer, J. (ed.) *Expatriate Management: New Ideas for International Business*. Westport, CT: Quorum Books, 115-135

** Buruma, I. & Margalit, A. 2002. Occidentalism. *New York Review of Books* 49 (1)

January 17, 2002.

** Campbell, N., Davies, J. & McKay, G. 2004. *Issues in Americanisation and Culture*. Edinburgh University Press

** Castells, M. 1997. *The Power of Identity*. London: Blackwell, 244-259; 354-362.

** Castells, M. 1996. *The Rise of the Network Society*. Blackwell, Oxford

** Castells, M. 2000. *The Rise of the Network Society, second ed.* Blackwell, Oxford

** Cohen, R. 1997. *Global Diasporas: An Introduction*. University College London Press, London

** Crane, D. 2002. Culture and Globalization: Theoretical Models and Emerging Trends.

In: D. Crane, N. Kawashima & K. Kawasaki (Eds.), *Global Culture: Media, Arts, Policy and Globalization*. London: Routledge, 150-160, 171-180.

** de Boer, C & Brennecke, S. 2003. *Media en Publiek*. Boom Onderwijs

** DiMaggio, P. 1987. Classification in Art. *American Sociological Review* 52, 440-455

** Doyle, D. 2002. *Understanding Media economics*. Sage Publications, Inc

** Dyson, M. 1999. The Labor of Whiteness, the Whiteness of Labor, and the Perils of Whitewashing. In: Rodolfo D. Torres, Louis F. Mirón and Jonathan Xavier Inda (eds) *Race, Identity, and Citizenship: A Reader*, 219–24. Malden: Blackwell.

** Fechter, A. 2005. The ‘Other’ stares back. Experiencing whiteness in Jakarta. *Ethnography*

6, 87-103

** Friedmann, J. & Wolff, G. 1982. World city formation: an agenda for research and action. *International Journal of Urban and Regional Research* 6, 309-344

** Ganzeboom, H.B.G. 1988. *Leefstijlen in Nederland. Een verkennende studie*. Sociaal en Cultureel Planbureau.

** Ganzeboom, H.B.G., De Graaf, P.M., 1991. Culturele socialisatie en culturele participatie. Over de invloed van het ouderlijk milieu. In: Verhoeff, R., Ganzeboom, H.B.G. (red.) (Eds.), *Cultuur en Publiek: Multidisciplinaire Opstellen over de Publieke Belangstelling voor Kunst en Cultuur in Nederland*. Siswo, Amsterdam, pp. 133–157.

** Gillespie, M. 1994. *Television, Ethnicity and Social Change*. Routledge, London

** George, L., Waldfogel, J. 2003 Who Affects Whom in Daily Newspaper Markets? *The Journal of Political Economy* 111(4), 765-784

** Giles, H., Byrne, J. 1982. An Intergroup Approach to Second Language Acquisition. *Journal of Multilingual and Multicultural Development*, 17-40

** Grimshaw, T. & Sears, C. 2008. Where am I from? Where do I belong?: The negotiation and maintenance of identity by international school students. *Journal of Research in International Education* 7, 259-278

** Hall, S. Cultural Identity and Diaspora. In: Nicholas Mirzoeff (ed) *Diaspora and Visual Culture: Representing Africans and Jews*. London: Routledge, 21-33.

** Hannerz, U. 1996. *Transnational connections*. Londen: Routledge

** Hanssen, A., Cottle, S., Negrine, R. & Newbold, C. 1998. *Mass Communication Research Methods*. New York University Press Washington Square New York

** Heilbron, J. 1995. Mondialisering en transnationaal cultureel verkeer. *Amsterdam*

Sociologisch tijdschrift 22, 161-180

** Hesmondhalgh, D. 2006. Bourdieu, the media and cultural production. *Media, Culture & Society* 28 (2), 211-231

** Hesmondhalgh, D. 2007. *The Cultural Industries 2nd Edition*. Sage Publications Los Angeles

** Hogg, M. & Terry, D. 2000. Social Identity and Self-Categorization Processes in Organizational Contexts. *Academy of Management Review* 25, 121-140

** Holstein, J., & Gubrium, J. 1999. Active Interviewing. In: A. Bryman, & R. Burgess, *Qualitative Research. Volume II*. London/Thousand Oaks/New Delhi: Sage Publications.

** Janssen, S. 2005. Het soortelijk gewicht van kunst in een open samenleving. *Sociologie* 1(3), 292-315

** Janssen, S., Kuipers, G. & Verboord, M. 2008. Cultural Globalization and Art Journalism: The International Orientation of Arts and Cultural Coverage in Dutch, French, German and U.S. Newspapers, 1955 to 2005. *American Sociological Review* 2008 72, 719-740

** Karim H. K. (Ed.), *The Media of Diaspora*. London: Routledge.

** Luring, J. Rethinking social identity theory in International Encounters: Language Use as a Negotiated Object for Identity Making. *International Journal of Cross Cultural Management* 8, 343-361

** Liebes, T. & Katz, E. 1993. *The Export of Meaning. Cross Cultural Readings of Dallas*. Cambridge: Polity Press, 68-81

** Maso, I. & Smaling, A. 1998. Kwalitatief onderzoek: praktijk en theorie. Uitgeverij Boom

** McGinley, J. 2008. Expatriate Adjustment within a social context: examination of a sample in Russia. *Journal of Social, Evolutionary and Cultural Psychology* 2, 56-68

- ** Mellor, N. 2005. *The Making of Arab News*. Lanham: Rowman & Littlefield
- ** Mellor, N. 2008. Arab Journalists as Cultural Intermediaries. *The International Journal of Press/Politics* 13, 465-483
- ** Morley, D. 2001. Belongings. Place, Space and Identity in a Mediated World. *European Journal of Cultural Studies* 4(4), 425-448.
- ** Nederveen Pieterse, J. 1995. Globalization as Hybridization in: M. Featherstone, S. Lash, R. Robertson, eds. *Global Modernities*. London: Sage, 45-68
- ** Peterson, R. A. & Kern, R.M. 1996. Changing Highbrow Taste: From Snob to Omnivore. *American Sociological Review* 61(5), 900-907
- ** Ray, M. 2003. Nation, Nostalgia and Bollywood. In the tracks of a twice-displaced community. In: Karim H. K. (Ed.), *The Media of Diaspora*. London: Routledge.
- ** Regev, M. 1994. Producing Artistic Value: The Case of Rock Music. *The Sociological Quarterly* 35, 85-102
- ** Ritzer, G., Ryan, M. 2004. Americanisation, McDonaldisation and Globalisation. In: Campbell et al. *Issues in Americanisation and Culture*. Edinburgh University Press
- ** Robertson, R. 1992. *Globalization: social theory and global culture*. London: Sage
- ** Said, E. 1995. *Orientalism*. London: Penguin Books, 1-28.
- ** Salwen, M.B. 1991. Cultural imperialism: a media effects approach. *Mass Communication* 8, 29-38
- ** Selmer, J. 2007. Which is Easier, Adjusting to a Similar or to a Dissimilar Culture?: American Business Expatriates in Canada and Germany. *International Journal of Cross Cultural Management* 7, 185-201

** Straubhaar, J.D. 1991. Beyond media imperialism: asymmetrical interdependence and cultural proximity. *Mass Communication* 8, 39-59

** Swaan, A. 1995. De Sociologische Studie van de Transnationale samenleving. *Amsterdams Sociologisch Tijdschrift* 22 (1), 16-35

** Tashakkori, A. & Teddlie, C. 2002. *Handbook of mixed methods in social and behavioral research*. Sage

** 't Hart, H., Boeije, H. & Hox, J. 2003. *Onderzoeksmethoden*. Boom Onderwijs

** Thornley, D. 2009. Talking film, talking identity: New Zealand expatriates reflect on national film. *European Journal of Cultural Studies* 12, 99-117

** van den Broek, A., de Haan, J., Huysmans, F. 2009. *Cultuurbewonderaars en cultuurbeoefenaars. Trends in cultuurparticipatie en mediagebruik*. Den Haag: Sociaal en Cultuur Planbureau

** Vine, P. 2009. United Arab Emirates Yearbook 2009. The National Media Council

** Voorpostel, M. & van der Lippe, T. 2001. Jongeren en cultuur. Een verklaring voor verschillen in deelname aan elitaire en populaire cultuur. *Mens en Maatschappij* 76 (3)

Websites

** Website The National, <http://www.thenational.ae>, laatst geraadpleegd op 21 juni 2009

** Website Emirates Business 24/7, <http://www.business24-7.ae/Pages/Default.aspx>, laatst geraadpleegd op 21 juni 2009

** Website Gulfnews, <http://www.gulfnews.com/home/index.html>, laatst geraadpleegd op 21 juni 2009

Bijlagen

Bijlage 1 Codeerschema

P1. Casenummer:

P2. Naam artikel:

.....

P3. Bron van het artikel:

0. Gulf News

1. Emirates Business 24/7

2. The National

P4. Lengte in aantal woorden:

..... woorden

A1. Onderwerp van het artikel:

0. Kunst

1. Cultuur

2. Vrijetijdsbesteding

A2. Type artikel:

0. Aankondiging

1. Recensie

2. Achtergrondartikel

H1. Herkomst inhoud delen van de wereld:

0. VAE

1. Niet-Westers|

2. Europees

3. Amerikaans

H2. Herkomst inhoud naar land:

.....

Bijlage 2 Topiclijst

- ⇒ Korte introductie van het onderzoek
 1. Introductie van mijzelf
 2. Plek van dagbladen in het leven van expats
- ⇒ Voor het vertrek
 1. Redenen voor vertrek
 2. Verwachtingen van de nieuwe woonplaats
 3. Zijn de verwachtingen ook daadwerkelijk uitgekomen?
- ⇒ Mediagebruik
 1. Engelstalige, Arabische dagbladen: inhoud en mening over de dagbladen
 2. Ander mediagebruik in Abu Dhabi
 3. Media uit het thuisland
 4. Invloed van de dagbladen en media uit het thuisland
- ⇒ Gemeenschappen
 1. Aanwezigheid van gemeenschappen in Abu Dhabi
 2. Lidmaatschap
 3. Mening over gemeenschappen
 4. Effecten van de gemeenschappen
- ⇒ Vrijetijdsbesteding
 1. Vrijetijdsbesteding in het algemeen
 2. Culture activiteiten
 3. Consumptie van culturele producten
 4. Redenen voor cultuurdeelname
 5. Mening ten opzichte van lokale culturele producten
- ⇒ Lokale cultuur
 1. Zienwijze ten opzichte van lokale cultuur
 2. Verschillen tussen de Westerse cultuur & lokale cultuur
 3. Dominantie van culturen
 4. Veranderingen in het wereldbeeld
 5. Missen bij terugkomst in het vaderland

⇒ Afronding

1. Vragen van de respondenten
2. Opmerkingen voor volgende interviews
3. Opsturen thesis

Bijlage 3 Vertaalde citaten

Paragraaf 7.1

(NL) Ik verwachtte totaal op te gaan in deze andere cultuur, ik wilde Arabisch leren en meer weten over deze kant van de wereld en hun zienswijzen en meningen over dingen. Rebecca

(ENG) I expected to be emerged total inside another culture, to learn Arabic and to learn a lot about this part of the world and some of their sides and opinions of things. Rebecca

Paragraaf 7.2

(NL) De culturele producten die de kranten laten zien zijn voornamelijk erg Amerikaanse en Westers in het algemeen. Er is veel van Rihanna, Beyonce en dat soort onzin. Jereme

(ENG) Mainly the cultural products they show in the papers are really American and Western in general. It is a lot of Rihanne, Beyonce and that kind of crap. Jereme

Paragraaf 7.3

(NL) Het gaat niet over het leven hier. Ik zou zeggen, vrijheid van meningsuiting dat hebben ze hier niet. Dus in de basis doet het me denken aan een communistisch land. Sasa

(ENG) It's not about the life here. I would say open speech, they don't have that here. So basically it reminds me some what of a communistic country. Sasa

(NL) Ik denk dat alle producten door een filteringproces gaan voordat ze naar de winkels gaan. En deze bepaalde advertenties met korte rokjes worden door een jongen langer getekend. Ik zie hem voor me als, wat kan ik hiermee doen? Nou, ik kan de rok langer maken en dan zien mensen dit niet. Want anders worden hun ogen vies en worden het onpure mensen. Maar wat gebeurt er met jongen die het heeft gezien om het te markeren? Wat gebeurt er met hem of heeft hij een speciaal pasje? Rebecca

(ENG) Well I think it goes through a filtering process before it gets to the shops and so this particular advertisement with very short skirt, and the guy actually draw the skirt longer. I imagine him like what can I do with this, well I can make the skirt longer and than it's like you can people see this, because than their eyes will be dirty and then they will be impure people. But what happens to the guy who has to see it and marker it. What happens to him or does he gets a special pass. Rebecca

Paragraaf 7.4

(NL)K: Maak je nog gebruik van Amerikaanse media?

R: Ja, het is moeilijk om het niet te doen omdat het overal is. Ik bedoel, zelfs als ik televisie kijk zijn alle programma's afkomstig uit de Verenigde Staten.

(ENG) K: Do you still use media from the US?

R: Well it's hard not too, because it's in you face. I mean even when I watch tv, all the programs are from the US.

(NL) Ik denk dat het een soort van, misschien is het naar een bevestiging zoeken dat het de normale gang van zaken is in Amerika. [...] Maar ik denk dat het wel helpt om een band te blijven houden, om meer verbonden te blijven en verzekerd. Jeremy

(ENG) But I also just kind of like, maybe is reinsuring in a kind of level that it's business as usual. [...]. But I think overall it helps to stay connected, to feel more connected and reinsured. Jeremy

(NL) Ik voel me heel eerlijk gezegd erg geïsoleerd van de rest van de wereld. Rebecca

(ENG) I honestly feel very isolated from the rest of the world. Rebecca

Paragraaf 7.5

(NL) Maar ik denk dat het op kleinere schaal gebeurt. Zoals, onze kinderen gaan naar de basisschool. En daar ontmoeten we andere, er is slechts een ander Amerikaans kind en toen we haar ouders ontmoetten waren wel gelijk een soort van vrienden. Jeremy

(ENG) But I think it happens on a smaller scale, like are kids go to a pre school. And we met some other, there is only like one other kid that is American, and so when we met their parents we were like just kind of friends. Jeremy

(NL) Maar nee ik voel niet de behoefte om naar de Ambassade te gaan, je leert mensen kennen op werk en die laten zien wat er te doen is voor Amerikanen. Maar nee, ik heb die behoefte helemaal niet. Ik voel de behoefte niet om ergens deel van uit te maken. Ik ben hier met een reden, ik ben hier tenslotte voor de cultuur. Jereme

(ENG) But so I don't feel the need to go to the Embassy, you get some of your work and they show what is around for the Americans. But no I don't feel the need at all. I feel the need to not be a part of that. I'm here for a reason, after all I'm here for the culture. Jereme

Paragraaf 7.6.1

(NL) Het leven, tenminste het leven hier is in bars en in de woestijn. En dat is het. Sasa

(ENG) The life, the one here is in bars and in the dessert. Uhm that's it. Sasa

Paragraaf 7.6.3

(NL) Het is moeilijk weet je, de lokale cultuur is hier toch een soort van gesloten. Er is niet veel sprake van toegang tot deze cultuur of zoiets. Jeremy

(ENG) It's difficult because you know it's a kind of the locals here are very sort of closed. There is not a whole lot of access to the you know the inner circle or anything like that. Jeremy

(NL) Nee, zij spreken geen Engels en ik spreek geen Arabisch. De taal is een grote barrière, de niet-Arabische mensen spreken geen Arabisch en zien dus geen Arabische film. Sasa

(ENG) No, they don't speak English you know and I don't speak Arabic. The language is a large barrier, the non Arabic people they don't speak Arabic so they don't see a Arabic movie. Sasa

(NL) Uhm welke cultuur hier? Er is geen cultuur hier!! Sasa

(ENG) Uhm what culture here? There is no culture here! Sasa

Paragraaf 7.7

(NL) Uhm zij zijn zeker meer in onze richting gekomen, dan dat wij in hun richting aanpassingen hebben gedaan. Er is niet veel sprake van aanpassingen aan onze kant. Maar ik denk niet dat zij zoveel zijn veranderd dat hun eigen cultuur compleet verloren is gegaan. Maar zij hebben zich zeker meer aangepast dan de Westerse cultuur in hun richting. Jeremy

(ENG) Uhm definitely they have become further in our direction than we have in theirs. There is not much about that. But I don't think they have changed that much in that they have loosed

their own culture. Uhm completely, but they definitely changed more than Western culture has in their direction. Jeremy

(NL) Ik was bijvoorbeeld een keer op het vliegveld en ik was in de tweede terminal waar veel Pakistaanse vliegtuigen naar toe vliegen. Ik stond in de rij om mijn paspoort te laten stempelen toen er een man naar me toe kwam om te vragen wat ik aan het doen was in deze rij. Dus ik zei tegen hem dat ik net als iedereen aan het wachten was. Zijn reactie daarop was, je hebt een groen paspoort... Je bent een Amerikaan, dan hoef je niet in de rij te staan.

Jereme

(ENG) For instance I was once in the airport, and I was in the second terminal to were all the sort of Pakistani planes fly. And I was like in line to get my passport stamped, and there was a guy like what are you doing waiting in this line you know, I was like everybody else is waiting. And he was like, well you've got a green passport you it was like you are American.

Jereme