

Glocalisering in de Indiase diaspora

Over de bindende kracht van culturele markten

Glocalisering in de Indiase diaspora

*Over de bindende kracht
van culturele markten*

*Rede in verkorte vorm uitgesproken door
Ruben Gowricharn bij de aanvaarding van het ambt
van bijzonder hoogleraar Hindostaanse Diasporastudies,
vanwege de Stichting Diaspora Leerstoel Lalla Rookh,
bij de faculteit der Geesteswetenschappen van de
Vrije Universiteit Amsterdam op 26 februari 2016*



Meneer de Rector, dames en heren,

In de lente van het jaar 2000 bezocht ik in Praag een internationale conferentie van Hindu wetenschappers. Ze kwamen uit alle delen van de wereld: uit rijke landen als Australië, de VS en het Verenigd Koninkrijk, uit minder rijke landen als Fiji, Zuid-Afrika en Mauritius, een paar uit India en helemaal niemand uit Suriname. Ik vond het een geweldige ervaring om zo'n duizend wetenschappers uit de Indiase diaspora bij elkaar te zien. We spraken één taal, het Engels, en daar dan nog de wetenschappelijke variant van. Nadat ik mijn paper had gepresenteerd liep ik in de gang een van mijn collega's tegen het lijf, een hoogleraar in de internationale betrekkingen aan de universiteit van Boston, gespecialiseerd in Amerikaans-Chinees-Indiase betrekkingen. "Are you done?", vroeg hij. Ik knikte. "Let's go for a cup of coffee". We slenterden Praag in, keken naar voorbijgangers en etalages tot hij voorstelde een café in te duiken.

Bij de koffie vertelde ik dat ik behoorde tot de eerste generatie Surinaamse Hindostanen in Nederland, die weer afstamden van Brits-Indische contractarbeiders die in de negentiende eeuw naar Suriname verscheept waren. Midden in mijn verhaal begon

hij op het tafelblad te trommelen en hief een lied aan van de ondertussen overleden Bollywoodzanger Mukesh. Het bezorgde mij een schok! Ik realiseerde me dat deze man meer was dan een Amerikaanse collega, dat we de muziek gemeen hadden en misschien een belangrijk deel van de leefcultuur. Naast mij zat plotseling niet meer een Amerikaan, maar iemand die qua uiterlijk en cultuur m'n neef of oom kon zijn. Het was de eerste keer dat ik het gevoel van verwantschap, van gedeelde cultuur, van gelijkenis en van verbondenheid ervoer dat sindsdien het begrip diaspora voor mij concreet gemaakt heeft.

Maar ondanks dat gevoel van verwantschap sprak deze man geen woord Nederlands, Surinaams of Sarnami. Hij zal ongetwijfeld ook Indiase en Amerikaanse gewoonten hebben gehad die niet de mijne waren. Ik begon door die ervaring een beetje anders te kijken naar al die Hindu-wetenschappers. Mijn verwarring werd versterkt toen wij 's avonds samen met een groep Britse Indiërs gingen dineren. De restauranthouder verstond geen Engels, en met Hindi of een andere Aziatische taal kwamen de Indiërs ook niet verder. Dus plaatste ik hikkellend in m'n beste middelbare-school Duits de bestelling. "So much for English as an universal language", merkte één van de aanwezigen op in de stilte die daarna viel. Hun respect voor mij, die *coolie* uit Suriname, was zichtbaar toegenomen. Maar het werd mij wederom duidelijk dat er naast grote overeenkomsten grote verschillen bestonden tussen die Indiërs en mij. We waren één en toch verscheiden.

Deze gemengde ervaring is niet specifiek voor Indiërs in diaspora. Zij geldt voor veruit de meeste mensen die verspreid over de aardbol wonen en zich toch op de een of andere manier verwant met elkaar voelen. Termen als 'global community', 'global oecumene', 'transnationale gemeenschap',

'diaspora gemeenschap' zijn gangbaar geworden om deze gemeenschappen te duiden. In veruit de meeste gevallen is er sprake van een 'home land', een oorspronkelijke natiestaat die als referentiepunt dient. Het klassieke en waarschijnlijk ook het krachtigste voorbeeld uit de geschiedenis is dat van de Joodse diaspora die zich heeft ontwikkeld tot een zeer actieve transnationale gemeenschap. Ook in hun geval is het niet moeilijk vast te stellen dat Israëliëse, Amerikaanse, Franse en Afrikaanse Joden sterk van elkaar verschillen, maar zich toch tot één volk rekenen.

Verscheiden en toch één in de Indiase diaspora, daar wil ik het vandaag met u over hebben. Hoe kan het dat de verschillende, van oorsprong Indiase gemeenschappen in het Caräbisch gebied, de Fiji eilanden, Zuid-Afrika, Mauritius, maar ook Europa, de VS, Australië en Canada zich – min of meer – verwant aan elkaar voelen? Wat verbindt hen met elkaar? Hoe verloopt die verbinding? En welke antwoorden geeft de wetenschap op deze vragen?

Veruit de meeste antwoorden zijn gebaseerd op de ervaring van Indiërs in Westerse landen. Maar de Indiase diaspora kent historisch minstens drie grote golven: één migratiegolf in de oudheid en de middeleeuwen die vooral beperkt was tot een migratie binnen Azië en naar Afrika; de tweede die zich vooral voltrok in de negentiende eeuw en de wereldwijde export van *indentured labourers* (Brits-Indische contractarbeiders) omvat, en een hedendaagse die overigens al een halve eeuw duurt en vooral een beweging is naar de rijke landen (Jain 1998, Tinker 1974, Parekh, Singh en Vertovec 2003).

De Indiase diaspora is vergeleken met bijvoorbeeld de Chinese diaspora niet zeer omvangrijk. Rond de millenniumwisseling schatte de Indiase regering deze op ongeveer twintig miljoen

personen die verspreid waren over 48 landen (Indian Diaspora 2001). Recentere schattingen komen uit op 26 miljoen personen. Deze cijfers zijn om drie redenen niet helemaal betrouwbaar: niet alle nazaten van Indiërs rekenen zich tot de diaspora; het is onbekend of gemengde kinderen ook tot de diaspora worden gerekend en het is niet duidelijk of Moslims uit het voormalige Brits Indië systematisch meetellen.

De Indiase diaspora kan onderscheiden worden in twee categorieën migranten. Recente migranten die beschouwd worden als 'Indians' die in het buitenland wonen. Voor hen is India een *home land* waar zij eventueel nog naar zouden kunnen terugkeren. Deze mensen worden geduid als Non-Resident Indians, NRI's. Daarentegen is India voor de nazaten van de indentured labourers een *distant home land*. Deze mensen, zoals de nazaten in het Caraïbisch gebied, werden tot voor kort aangeduid als *People of Indian Origin*, PIO's. De Nederlandse Hindostanen stammen weer af van deze PIO's. Het gaat dus om een andere populatie en een andere inbedding in de Indiase diaspora dan de Indiërs in bijvoorbeeld Canada en Australië.

Mijn verhandeling is gebaseerd op een case study van Nederlandse Hindostanen. Ik zal betogen dat ondanks hun verscheidenheid de Indiase diasporagemeenschappen zijn geïntegreerd tot een *global community* via culturele markten. Dit zijn markten waar de vraag wordt bepaald door gedeelde smaken en behoeften en waar het aanbod wordt aangeleverd door een gedeelde broncultuur. Hieruit selecteert elke diasporagemeenschap andere elementen om haar specifieke identiteit te creëren. Ik illustreer deze specifieke marktwerking aan de hand van Bollywood en het diaspora-toerisme van Nederlandse Hindostanen. De keuze voor deze twee verschijnselen is niet helemaal willekeurig omdat de punten die ik wil verduidelijken

het beste hierin tot uiting komen. Aan het eind van deze lezing besluit ik met de vraag of deze conclusies gegeneraliseerd kunnen worden en maak ik u deelgenoot van de ambitie van deze leerstoel.

De concepten

De internationale verspreiding van mensen, goederen, diensten, maar ook van minder tastbare zaken als cultuur, informatie, beelden en smaken heet globalisering. Die verspreiding is op zich een oud verschijnsel dat in de loop der geschiedenis in schaal en intensiteit toeneemt. Alaasutari (2000) wijst er in een kritische bespreking op dat het begrip globalisering even weinigzeggend als modieus is. Het omvat praktisch alles wat van buiten komt en is onvoldoende specifiek. Ook het historisch beginpunt van de globalisering is onduidelijk terwijl het altijd gissen blijft wat globalisering precies verklaart. Ik gebruik het begrip niettemin om te verwijzen naar de toenemende openheid van de samenleving voor invloeden van buitenaf. Deze invloeden zijn van velerlei aard en worden verschillend gewaardeerd. Als het gaat om een grotere buitenlandse handel en om financiële betrokkenheid, dan is de waardering ervan positief. Ook wanneer het gaat om de diffusie van de cultuur van een hegemoniale samenleving, zoals de Amerikaanse, is de waardering daarvan gunstig. Gaat het om een toenemend aantal immigranten, vooral als deze van niet-westerse afkomst zijn, dan is die waardering negatief.

Diaspora verwijst naar de verspreiding van een volk, wat beter tot uitdrukking komt in het Engelse woord *dispersion*. De term heeft een ondertoon van een 'rampzalige gebeurtenis',

maar is ondertussen opgerekt om allerlei vormen van vrijwillige en onvrijwillige migratie te duiden (Brubaker 2005). Daarentegen benadrukken begrippen als *global community* of *global oecumene* juist het tegendeel, namelijk dat de verspreid wonende gemeenschappen met elkaar zijn verbonden, dus dat zij zijn verweven tot een wereldwijde gemeenschap. Het is een gemeenschap die de nationale inbedding overstijgt en zodoende trans-nationaal wordt. We weten dat deze transnationale verbanden tegenwoordig gemakkelijker ontstaan dankzij het gebruik van moderne communicatiemiddelen als internet en gsm (Vertovec 2009), maar ook door de goedkopere reizen en de toenemende sociale en geografische mobiliteit die kenmerkend zijn voor een vergevorderde individualisering. Transnationale gemeenschappen zijn daardoor geen zeldzaamheid meer, maar een normaal en vanzelfsprekend onderdeel van het dagelijks leven (Colombo 2015).

Het is nog steeds gebruikelijk om onderscheid te maken tussen verschillende vormen van transnationalisme: van onderop en van bovenaf (Portes, Guarnizo en Landolt 1999). Afgezien van de opmerkelijke implicatie dat er geen transnationale verbindingen in het midden zouden bestaan, leidt het ontbreken van een conceptuele afbakening ertoe dat praktisch alles wat nationale grenzen overschrijdt transnationaal wordt genoemd. Dat is vooral te zien in de artikelen van het prestigieuze tijdschrift *Global Networks*: bedrijven, criminele organisaties, beroepsgroepen, netwerken van elites, relaties tussen ambassades heten nu transnationale eenheden te zijn. Het begrip is niet meer onderscheidend: het heeft als enige kenmerk dat er verbindingen zijn tussen actoren in diverse landen. Er hoeft ook geen sprake te zijn van een gemeenschap.

Om het begrip transnationale gemeenschap te kunnen blijven hanteren, beperk ik me daarom tot verbindingen tussen etnische gemeenschappen. Anders hebben we het over een inhoudsloos begrip. Een diaspora of transnationale gemeenschap bestaat niet uit individuele relaties, maar uit relaties tussen groepen, al was het maar omdat instituties als taal, gezin en godsdienst een collectiviteit vooronderstellen.

Het is niet zo dat elke migratie leidt tot nieuwe groepsvorming. In enkele gevallen zijn migranten helemaal opgegaan in de ontvangende samenleving, soms vrijwillig zoals de Indische Nederlanders in Nederland en soms onvrijwillig zoals de Brits-Indische contractanten in Jamaica (Gowricharn 2013). Maar elke diasporagemeenschap vooronderstelt wel het bestaan van etnische groepen. In dat proces van groepsvorming en integratie in het nieuwe land verliezen sommige delen van de etnische groep het contact met het *home land*. Tegelijkertijd blijven grote segmenten verbonden met het land van oorsprong, hoewel er steeds vaker leden van andere etnische groepen betrokken raken, bijvoorbeeld via gemengde huwelijken of door verandering van smaak wat betreft voedsel, muziek, en mode.

De etnische groepsvorming is geen uiting van traditionalisme: oude culturele elementen worden losgelaten en nieuwe elementen, veelal afkomstig van het land van vestiging, worden overgenomen. In eerder onderzoek naar de groepsvorming van Brits Indische immigranten in Suriname, Guyana en Jamaica wees ik daar al op (Gowricharn 2013). Als ik me hier beperk tot Suriname, dan zijn oude elementen als het kastenstelsel en tal van voorschriften ten aanzien van reinheid, voedselgebruik en de omgang tussen geslachten verdwenen. Daar staat tegenover dat Surinaamse Hindostanen een eigen taal ontwikkelden en het Nederlands als taal aanleerden. Groepsvorming na immigratie

dwingt altijd tot aanpassing van wat migranten meenemen uit het land van herkomst en overname van wat zij lokaal aantreffen. Een dergelijke reproductie dwingt tot allerlei vormen van acculturatie, dus de uitwisseling van cultuur, waarbij zwakkere of politiek en sociaal lager gesitueerde groepen meer overnemen van machtigere groepen dan omgekeerd.

Dit samenkomen van globaliserende etnische groepen en de opname van lokale cultuur staat bekend als glocalisering, een term die gemunt is door Ronald Robertson (1992), al schijnt het begrip voor het eerst gebruikt te zijn door Japanse economen die de proliferatie van bedrijven en de inpassing daarvan in specifieke culturen beschreven. Het bekendste voorbeeld van glocalisering is de wereldwijde verbreiding van McDonalds, de multinational in broodjes hamburger, waarvan de producten in elk land worden aangepast aan de lokale smaken. Zo is in India het rundvlees vervangen door kippenvlees, vegetarisch beleg of iets anders, en het is geen verbeelding als je tussen het eten door ook nog kerrie proeft. Glocalisering staat dus voor een menging van “global” en “local”, een verschijnsel dat zich voordoet in mode, muziek, talen, eten, en nog breder, in omgangsvormen, consumptiepatronen en leefstijlen. Glocalisering is zo een specifieke vorm van acculturatie waarbij de overname van culturele elementen gepaard gaat met een aanpassing aan de lokale cultuur.

Deze menging van vooral migrantenculturen is eerder onderwerp geweest van wetenschappelijke reflectie. Tal van auteurs, met name uit de Britse Birminghamschool maar ook van elders (Hall 1990, Anthias 1998, 2001, Jain 1998, Kalra, Kaur en John Hutnyk 2005) benadrukken dat migrantenculturen hybride zijn. Zij gingen daarbij in tegen de vrees dat culturen statische, dus onveranderlijke eenheden zijn. Ik ken overigens

niemand in de wetenschap die deze onveranderlijkheid claimt, de aanhangers van die opvatting vind je helaas wel in de politiek. Daarom kan het geen kwaad om nog eens te wijzen op de onvermijdelijkheid van culturele verandering, zowel in de tijd – bijvoorbeeld tussen generaties – als door onder meer migratie, bevolkingsgroei en toename van de welvaart.

In de vele kritische besprekingen van het begrip hybriditeit wordt er steevast op gewezen dat een dergelijk begrip een oorspronkelijke puurheid vooronderstelt, dat culturen altijd gemengd zijn, en dat het begrip daarom weinigzeggend is (Anthias 1998, 2001, Jain 1998, Kalra, Kaur en John Hutnyk 2005). Deze kritieken gelden ook voor andere termen van oudere datum als 'culturele fragmentatie', 'syncretisme', 'creolisering' die eveneens culturele menging uitdrukken. Al deze termen suggereren oorspronkelijke puurheid of zuivere culturen die later vermengd of verbrokkeld zijn geraakt. Bovendien zeggen de begrippen niets over de inhoud van het verschijnsel dat vermengd of verbrokkeld is. In dit perspectief zijn assumpties van homogene en netjes waarneembare groepsgrenzen moeilijk te handhaven (cf. Brubaker 2006). Toch meen ik dat de termen beschrijvende waarde hebben. Voor het duiden van een verandering moet er een nulpunt zijn waarnaar wordt verwezen en het beeld dat bij dat punt hoort, maakt deel uit van de vergelijking. Dat is geen essentialisering van culturen, maar een even povere als bruikbare manier om een verandering te duiden.

De migrantengroep neemt echter niet alleen de cultuur van de ontvangende samenleving over. Zij absorbeert ook de cultuur van het land van herkomst, zoals het Hindostaanse voorbeeld laat zien. Formeel is het herkomstland van Nederlandse Hindostanen het land van vertrek, Suriname, en bestaat de Hindostaanse diaspora uit de verstrengeling van Surinaamse

en Nederlandse Hindostanen (cf. Choenni, 2014). Het is echter verdedigbaar dat het culturele herkomstland India is en dat de Nederlandse Hindostanen onderdeel vormen van een bredere, Indiase diaspora omdat India nog steeds de bron is van tal van oude en nieuwe culturele elementen. Daarom is India zowel *home land* als 'broncultuur' (Gowricharn 2009). Hindostanen nemen evenals andere etnische groepen niet alleen de cultuur van Nederland over, maar ook die van het *home land* India.

Het mag benadrukt worden dat de acculturatie, dus de menging, zelden volkomen is, meestal partiëel en selectief. Op het niveau van de leefcultuur neemt de ontvangende groep alleen elementen over die inpasbaar zijn in het dagelijks leven en daarin betekenis kunnen krijgen. Mary Douglas (1982) heeft met haar rastertheorie vooral de selectie benadrukt, en ook Stuart Hall (1980) geeft met zijn *encoding* en *decoding* perspectief, dat wijst op de interpretatie van de ontvanger, een verklaring voor deze selectiviteit. Een voorbeeld van een Indiase invloed in het dagelijkse leven van Hindostanen is het element van *raksha bandhan*, een klein en gemakkelijk ritueel dat gangbaar is om de band tussen broers en zusters te symboliseren. Waar *raksha bandhan* wel inpasbaar is in het Nederlandse bestaan, zou de overname van een meerdaagse diwali-viering zoals in sommige delen van India bestaat, in Nederland onmogelijk zijn. Let wel: de ontstane verschillen en overeenkomsten zijn niet alleen de resultante van selectieve overname van de Indiase cultuur, maar ook een gevolg van aanpassingen aan het land van vestiging (Choenni 2014). De diaspora kán daarom niet homogeen zijn.

De heterogeniteit van glocaliserende diasporagemeenschappen roept de vraag op hoe het komt dat de diaspora toch als een eenheid ervaren wordt. Hoe worden globaliserende gemeenschappen (India bijvoorbeeld) en glocaliserende groepen

(Nederlandse Hindostanen) tot één 'global tribe' geweven? Om het concreet te maken: hoe komt het dat de Amerikaanse Indiër en de Nederlandse Hindostaan in Praag zich toch verwant voelen? Deze vraag naar de cohesie van de diaspora is voor zover mij bekend in de wetenschappelijke literatuur niet gesteld. Wat daarin opvalt is de nadruk op hybriditeit (Jain 1998, Kalra, Kaur en Hutnyk 2005). De vragen waarom en hoe de verbindingen blijven voortbestaan, blijven uit. De in de sociale wetenschappen gangbare theoretische concepten veronderstellen culturele homogeniteit. De erkenning dat er in de diaspora zowel homogeniserende als differentiërende krachten werkzaam zijn, maakt dat deze verklaringen aan kracht inboeten. Ik bespreek de drie meest voorkomende opvattingen.

Beschikbare oplossingen

De eerste verklaring voor de binding van diasporagemeenschappen met het *home land* is gezocht en gevonden in de morele banden van migranten met het front dat ze achter zich hebben gelaten. Een klassieke verwijzing is die naar de geldelijke overmakingen ten behoeve van achtergebleven familie. Volgens de Wereldbank maakten migranten in 2014 436 miljard us dollar over naar ontwikkelingslanden, meer dan de officiële ontwikkelingshulp (Wereldbank 2015). Het gaat hier om overmakingen voor familie door mensen uit de minder bevoorrechte sociale lagen. Deze overmakingen symboliseren de familiebanden en de daaruit voortvloeiende morele verplichtingen, een vorm van moreel kapitaal (Gowricharn 2004). De morele banden gaan echter verder dan de familie. Zij omvatten, zeker bij vluchtelingen, ook politieke betrokkenheid

of betrokkenheid bij de regio (Faist, Faiser en Reisenhauer 2013).

Een tweede verklaring wordt gezocht in diaspora-netwerken. Het begrip sociaal netwerk suggereert dat mensen zich met elkaar verbonden voelen omdat zij elkaar kennen of een visitekaart hebben uitgewisseld. Dat is een hardnekkige misvatting: voordat er een relatie ontstaat moet je voor de ander interessant zijn, iets te bieden hebben. Het probleem met het begrip netwerk is dat het nagenoeg niets zegt over de inhoud van de relatie (Emirbayer en Goodwin 1994). Er is een elementair onderscheid tussen professionele netwerken, vriendennetwerken en familienetwerken, zowel qua doelstelling als inhoud. Juist de inhoud van de relatie vormt de lijm van het netwerk (Lizardo 2006). Daarom zegt de vaststelling van relaties tussen verspreide gemeenschappen weinig over de aard van de relaties en evenmin over de lijm van de diaspora-cohesie.

Een derde verklaring wordt gezocht in het begrip identiteit. Omdat onder identiteit een veelheid aan verschijnselen wordt verstaan en dit begrip ook buiten de wetenschap erg populair is, maak ik geen gebruik van wetenschappelijke definities, die overigens in elke sociale discipline weer anders luiden. Ik kies voor de omschrijving van de Oxford dictionary: identiteit als 'de karakteristieken die bepalen wie en wat een persoon is' (<http://www.oxforddictionaries.com/definition/english/identity>). Deze omschrijving roept de vraag op welke karakteristieken voor de identiteit van belang zijn en wie dat bepaalt. Het enige houdbare antwoord is dat deze door de groep zelf bepaald worden. Het gaat dus om een subjectief zelfbeeld. Dat zelfbeeld hoeft niet per se positief te zijn. Ik verwijs naar een auteur uit Trinidad die benadrukte dat sommige Hindostanen en creolen uitgesproken harde kritiek hebben op de eigen etnische gemeenschap (Crossin 2014). Beide groepen zouden zich kenmerken door een

gebrek aan onderlinge solidariteit en een teveel aan onderling wantrouwen. Hij noemde deze banden *altered solidarities*. Soortgelijke zelfkritiek komt bij veel groepen voor, ook bij autochtone Nederlanders. Het verschijnsel is te hardnekkig en de schaal waarop het voorkomt is te groot om het als betekenisloos af te doen. Het zegt dat de sociale cohesie meestal verbrokkeld is en dus niet altijd vanzelfsprekend.

Hoe nuttig deze drie perspectieven ook zijn, ze kunnen de diasporabanden niet volledig verklaren. Het idee van de familiebanden met India is niet van toepassing op de Surinaamse en Nederlandse Hindostanen. Zoals ik eerder uiteenzette vormen Nederlandse Hindostanen een heel ander segment van de Indiase diaspora. Bovendien is de historische en emotionele afstand tussen India en de Nederlandse Hindostanen nogal groot. Dat kwam scherp tot uitdrukking toen een Britse ambtenaar op werkbezoek in Rotterdam zich verwonderde over het grote aantal Hindostanen in het straatbeeld. De begeleidende collega legde hem uit dat die mensen nazaten zijn van de Brits-Indische contractarbeiders, waarop de man zich liet ontvallen: "Ooh, those former coolies."

Het begrip netwerken is waarschijnlijk het meest problematische van de besproken verklaringen. Zoals gezegd wordt de inhoud van het begrip niet ontsloten. Een familienetwerk heeft een andere inhoud dan een professioneel netwerk en in geen van beide gevallen is het duidelijk wat het begrip verklaart (Gowricharn 2015). Bovendien hebben de meeste Surinaamse en Nederlandse Hindostanen nauwelijks netwerken in India, al gaat een enkeling er beroepshalve of uit liefde voor de Indiase cultuur vaker naartoe. Een toenemend deel van de Hindostanen communiceert in India in het Engels, deze bezoekers hebben geen banden met instituties als godsdienst, gezin of school, en

eventuele relaties zijn functioneel. Het zijn dus geen permanente netwerken, eerder vluchtige contacten die de potentie missen om duurzame banden tussen gemeenschappen te verklaren.

Het begrip identiteit biedt evenmin een oplossing. De Amerikaanse socioloog Brubaker (2006) wijst erop dat identiteit veel te vanzelfsprekend ten tonele wordt gevoerd om bindingen en eenheid te verklaren. Hij heeft gelijk dat identiteit een onvoldoende precies begrip is. Etnische groepen zijn altijd heterogeen geweest, in termen van talen, godsdiensten, leefstijlen, gezagsverhoudingen, omgangsvormen, om niet te spreken van regionale herkomst en klassenpositie. Identiteiten zijn daarom onvermijdelijk ook hybride, en sterk of zwak. Choenni (2011) heeft getracht om deze hybride identiteit van Hindostanen te duiden met het begrip 'integratie Hindustani stijl' en ook andere auteurs hebben de vinger eerder op dit kenmerk gelegd. Het is daarom verbazingwekkend dat Brubaker (2006) etnische groepen conceptualiseert als scherp begrensd en intern homogeen. Deze Amerikaanse en vrij dominante ideologie in de sociale wetenschappen gaat eraan voorbij dat groepen en culturen nooit homogeen zijn. Er was de lancering van een nieuw woord als 'superdiversiteit' (Vertovec 2007) voor nodig om deze altijd al aanwezige verscheidenheid te duiden voor die wetenschappers die lange tijd blind waren voor de hybride werkelijkheid.

Als het door de glocalisering minder vanzelfsprekend is dat etnische groepen een global diaspora community vormen, en als gangbare verklaringen in de sociale wetenschappen te veel beloven, hoe moeten we dan de verwantschap van deze divergerende gemeenschappen begrijpen? Mijn antwoord is dat de binding tussen verschillende segmenten van de diaspora alleen te begrijpen is door de markt van cultuurgoederen en diensten. Markten distribueren de grootste hoeveelheid

goederen en diensten over de aardbol en fungeren als transmissiemechanismen tussen gemeenschappen. Om duidelijk te maken hoe dat in zijn werk gaat, zet ik eerst uiteen dat markten in het algemeen en de diasporamarkt in het bijzonder ook, en wellicht vooral, vorm krijgen en functioneren door culturele krachten. Daarvoor is nodig om het begrip markt tegen het licht te houden.

De culturele markt

Aan het concept 'markt' is de naam van Adam Smith verbonden. In zijn optiek is de markt een abstracte ruilplaats waarop prijzen tot stand komen door de gevraagde en aangeboden hoeveelheden van goederen en diensten. Door de prijzen fungeert de markt als een verdeelmechanisme van goederen en diensten, dus van welvaart. En hebzuchtig als mensen zijn, maximaliseert elke marktspeler zijn doelstelling, of die nu gericht is op goederen, vrije tijd, plezier, of winst. Je hoeft maar een hedendaags standaardwerk over micro-economie (Stiglitz en Walsch 1996) ter hand te nemen om te merken dat er sinds Adam Smith niet veel is veranderd. Wel is het toepassingsgebied van deze theorie, ondertussen bekend als de rationele keuze-theorie, sterk uitgebreid tot velden buiten de economie als de huwelijksmarkt en de politiek. Ook daar is de markt het centrale regulerende mechanisme dat prijzen en hoeveelheden bepaalt. Voor mijn betoog zijn drie samenhangende elementen van belang: dat de markt bestaat uit rationeel handelende individuen, dat deze individuen los van elkaar opereren en dat zij cultuurloos zouden zijn.

Al vrij vroeg is er binnen de economie kritiek geweest op het onderliggende mensbeeld en vooral op de aan het individu toegeschreven rationaliteit. Bekend is het werk van Herbert Simon (1957) die betoogde dat de rationaliteit van mensen beperkt is omdat zij niet alle informatie kunnen verwerken of omdat zij eerder genoegen nemen met een emotioneel bevredigend resultaat dan met een maximum. Denk ook aan de kritiek van Amartya Sen (1977) dat 'de mens' in de economie – een egoïstische actor die eenkennig is en consistent kiest overeenkomstig de economische theorie – een gek moet zijn, een *rational fool*. Andere economische filosofen hebben erop gewezen dat economische actoren iets belangeloos kunnen doen of altruïstische motieven kunnen hebben (Mansbridge 1990). Vrijwilligerswerk en schenkingen zouden anders onbegrijpelijk zijn. Al is de kritiek sindsdien niet verstomd (zie bijvoorbeeld Hodgson 2007, Ötsch en Kapeller 2010, Udehn 2002), toch persisteert in de economie het idee dat de markt wordt beheerst door rationele individuen.

Niet alleen de aard van de economische actor is bekritiseerd, ook de voorstelling dat het individu los zou staan van andere individuen of groepen is onder vuur genomen. Vanuit de economische sociologie is gewezen op netwerken van economische actoren die zowel het handelen van consumenten als van bedrijven beïnvloeden (Granovetter 1985, 2005, Burt 2000, Kadushin 2012). Maar deze erkenning van de invloed van netwerken door de mainstream van economen verklaart weinig, omdat – zoals we eerder zagen – het begrip netwerk leeg is.

Tenslotte de voorstelling dat het economisch gedrag door hoeveelheden en prijzen wordt bepaald. Het is gebruikelijk in de economie om invloeden die de voorstelling van de markt als een door prijzen gereguleerde machine tegenspreken tot

exogene variabelen te verklaren. Daarmee parkeren economen de storende variabele buiten het economisch denken en hoeven zij zich niet druk te maken om culturele determinanten die het economisch handelen compliceren. Dat maakt het mogelijk om 'cultuur' als een exogene grootheid toe te voegen als aanvullende verklarende variabele in bijvoorbeeld regressiemodellen (cf. Guiso, Sapienza, en Zingales 2006). De coëfficiënten die aldus gegeneerd worden mogen statistische significant zijn, maar hoe het desbetreffende cultuurelement werkt in het economisch handelen, wordt vaak veronachtzaamd (cf. Herrmann-Pillath 2010). Cultuur blijft zodoende conceptueel buiten het economisch handelen en heeft daar geen (directe) invloed op.

Door cultuur tot externe variabele te verklaren is zij nog niet uit de markt verdwenen. Dat zou immers betekenen dat marktpelers cultuurloos zouden zijn, of dat hun cultuur niet doorwerkt op de werkvloer, in de aankopen die zij doen of in het management van de onderneming. Eigenlijk gebeurt precies het tegenovergestelde van wat economen beogen: door de culturele dimensie weg te redeneren, is de markt niet cultuurloos geworden, is er juist een culturele homogeniteit gecreëerd. Want alle spelers zijn hetzelfde geworden. Economische sociologen van verschillende huize hebben er op gewezen dat het gedrag van marktpartijen wordt bepaald door netwerken, conventies, routines, impliciete normen en waarden als rechtvaardigheid en vertrouwen (Granovetter 1985, Biggert en Beamish 2003, Fligstein en Dauter 2007). Zonder deze culturele gemeenschappelijkheid is er geen soepele interactie mogelijk. We hebben een soortgelijke denkfout eerder gehoord toen werd beweerd dat de openbare ruimte cultuurvrij zou zijn, terwijl de regels, omgangsvormen en de legitimatie van gedrag bepaald worden door de cultuur van de meerderheid.

Ondanks deze cultuurloze voorstelling van de markt zijn er toch economen die stellen dat de marktpartijen enkele gemeenschappelijkheden moeten hebben, dat wil zeggen, dat zij een cultuur moeten delen. De meeste economen verwijzen daarbij naar Adam Smith' *Theory of Moral Sentiments*, maar dit werk handelt meer over wetten en ethiek dan over cultuur. Meestal komen zij niet veel verder dan het noemen van taal, godsdienst, sociale netwerken, vertrouwen, autonomie en discipline (cf. Storr 2013, Thosby 2001). Al deze opvattingen over de relatie tussen economie en cultuur, of markt en cultuur, zijn in mijn optiek zeer beperkt: in essentie blijft de voorstelling gehandhaafd dat de markt wordt gereguleerd door de prijs, die het enige verdeelmechanisme van goederen en diensten vormt. De belangrijkste implicatie van deze voorstelling is dat de economische actoren cultuurloos zijn, dat culturele krachten absoluut geen rol spelen in de werking van de markt.

Ik zou economen onrecht aandoen wanneer ik niet zou wijzen op andere concepties van cultuur naast die van externe variabele. In sommige opvattingen vormt cultuur een context, dus iets dat de markt omvat (Storr 2014); is cultuur het product van de markt (en niet andersom) in zoverre de markt disciplineert en opvoedt (Langrill and Storr 2012) of is cultuur een raamwerk of interpretatief kader (Gudeman 1986). Ik vergeet haast Geert Hofstede (1980) te noemen die op een wonderlijke manier erin is geslaagd om alle landen in de wereld in vijf categorieën onder te brengen. Daarnaast is er een specifieke opvatting over cultuur en markt, wat tot uiting komt in de bestudering van cultuurgoederen zoals schilderijen en muziek (Klamer 1996, Thosby 2001). Deze laatste opvatting impliceert dat de verhandeling van goederen afhankelijk is van specifieke smaken, wat dus duidt op een verscheidenheid daarvan. Zelfs

bij één goed is er verscheidenheid en die wordt bepaald door de verschillende smaken of culturen in de samenleving. Dus naast de culturele gemeenschappelijkheden die de markt doen functioneren, is de markt ook gesegmenteerd en heterogeen, of anders gezegd, verbrokkeld en hybride. Deze economische werkelijkheid komt regelmatig tot uiting in de klacht van ondernemers die zaken overzee doen en geconfronteerd worden met andere culturele eigenaardigheden (cf. Hofstede 1980).

Laat mij deze hybriditeit van de markt illustreren aan de hand van het voorbeeld van 'basisbehoeften'. Die zouden cultuurvrij en dus universeel zijn omdat ze tot de elementaire menselijke behoeften behoren. Maar in elke cultuur maakt het wat uit wat mensen eten, op welk tijdstip van de dag, hoe ze dat eten en of ze dat alleen moeten doen. Concreet: het maakt wel wat uit of u als ontbijt rijst, roti, brood, cassave of bami krijgt opgediend, of u dat om half vijf in of om half negen in de ochtend krijgt, of u dat met de hand naar binnen moet werken, en of u dat samen met anderen of alleen doet. Consumptie is niet universeel, maar cultuurspecifiek. Wat op het eerste gezicht elementair en universeel lijkt, blijkt alleen binnen een homogene culturele context die algemeenheid te hebben. Deze cultuurspecifieke bepaaldheid van goederen komt niet alleen pregnant naar voren bij voorkeuren voor voedsel, maar ook bij voorkeuren voor muziek, zang, dans, mode, esthetica en talen. Ook conventies, godsdiensten, omgangsvormen en allerlei vormen van expressie zijn uitingen van cultuurspecifieke voorkeuren. Socioloog Bourdieu (1984) benadrukte het al: smaak is niet een individuele maar primair een collectieve grootheid. Zij drukt culturen of subculturen uit en draagt zodoende aanzienlijk bij aan de cohesie van de markt.

De strekking van mijn betoog is dat zowel de vraag naar goederen als de vormgeving ervan niet zozeer afhankelijk zijn van prijzen, maar van smaken en behoeften. Cultuur, smaak, of behoefte, is geen exogene variabele maar vormt de spil waar de markt omheen draait. Of het nu gaat om (Indiase) cuisine, muziek, films, kleding of religieuze artefacten, zonder deze culturele vraag was er geen cultureel aanbod. Dat is zo vanzelfsprekend dat actoren er niet bij stilstaan. Economen verarmen de werking van markten door cultuur tot exogene variabele te bestempelen of de rol van cultuur in de markt te beperken tot artistieke goederen. Maar de markt is meer dan een arena waar slag wordt geleverd om de welvaart, zij is ook een plaats waar cultuur wordt verdeeld en gecreëerd. De grenzen van de culturele homogeniteit worden pas zichtbaar wanneer de desbetreffende consumentengroep uit een ander cultuurgebied afkomstig is, andere smaken en behoeften heeft en een ander gebruik heeft van de goederen en diensten. Dan wordt duidelijk dat de verschillende hybride diasporasegmenten een gemeenschappelijke consumentencultuur hebben en zodoende een diasporamarkt vormen. Deze situatie is niet uniek voor de Hindostaanse diaspora, maar ook terug te vinden in andere diasporagemeenschappen.

Kortom, het culturele fundament van de markt, in casu van diasporamarkten, is onvoldoende onderkend. Enkele auteurs willen meegaan met de gedachte dat de markt zelf 'cultuur' is (Levin 2008), dat economie een cultuurwetenschap is (Storr 2013), of dat cultuur geïncorporeerd moet worden in de economie (Herrmann-Pillath 2010). Maar het grote gemeenschappelijke probleem in deze opvattingen is dat de conceptualisering óf te abstract blijft, óf de hybriditeit tussen economie en cultuur niet doorbreekt. Toegepast op de diaspora

betekent mijn kritiek dat de markt meer behelst dan de verdeling van goederen en diensten via het prijsmechanisme. In mijn conceptualisering verklaart de culturele markt ook de persistentie van behoeften en identiteiten.

Een specifiek kenmerk van de diasporamarkt is – en ik beperk me tot het Indiase voorbeeld – dat er één gebied is dat als leverancier van goederen en diensten fungeert. Als broncultuur bezit die praktisch een monopoliepositie. Het gaat om wezenlijke zaken als de specifieke culturele smaak, de specifieke consumptieve vraag die daaruit voortvloeit en om de handhaving van de groepsidentiteit. Dat maakt processen mogelijk die nu *home making* worden genoemd (Ahmed e.a. 2003), bestaande uit groepsvorming, etnisch ondernemerschap – vooral in de import en export, toerisme, de detailhandel, muziek, kleding, film, voedsel, media en cosmetica-industrie – maar ook in de aanpassing van taal, tradities, en omgangsvormen. Daarom is het een misvatting om de transnationale betrokkenheid van etnische groepen af te lezen aan het percentage individuen dat activiteiten ontplooit ten behoeve van het *home land* (Guarnizo, Portes, en Haller 2003). Want met de etnisering van de gemeenschap wordt de hele groep aangesloten op andere segmenten van de diaspora, ongeacht de schaal waarop individuen hun activiteiten ondernemen (Gowricharn 2009).

Samenvattend: geen enkele markt is cultuurvrij of cultuurneutraal. Haar werking vooronderstelt een consensus over gewoonten, gemeenschappelijke normen, moraal en verwachtingen. Daardoor is de actor op de markt een cultureel wezen en heeft hij een specifieke smaak. Zo beschouwd is de markt een culturele arena en zijn alle goederen cultuurgoederen. Dat wil niet zeggen dat die goederen exclusief zijn. De meeste goederen – denk aan auto's, computers, kleding, boeken –

vinden dankzij de globalisering en de hegemonie van westerse landen ondertussen wereldwijd aftrek. Maar ook in deze diffusie vindt er glocalisering plaats. De tekens op toetsenborden van computers in China of Turkije worden aangepast aan de respectievelijke talen. Naast deze glocaliseerde cultuur bestaan er diasporamarkten waarop een specifieke consumentencultuur heerst en die diasporagemeenschappen verbindt. In wat nu volgt zal ik betogen dat de voorkeuren van de Hindostaanse diasporaconsument eerder bepaald zijn door esthetica, identiteit, traditie en mode dan door prijzen. Daarmee sluiten zij aan op de wereldwijde Indiase diaspora-economie..

Bollywood: global force

Hoe gaat de glocalisering van Hindostanen in de praktijk in zijn werk? Ik bespreek dat aan de hand van twee ontwikkelingen die een brug slaan tussen de divergerende diasporagemeenschappen en hun Indiase broncultuur: Bollywood en diaspora toerisme. Dat Bollywood een belangrijk deel van de divergentie tussen de verschillende Indiase diasporagemeenschappen neutraliseert is niet voor iedereen geloofwaardig. Veel Hindostanen in Nederland en in het Caraïbisch gebied – en naar ik meen ook elders in de wereld – laten zich laatdunkend uit over de mogelijke invloed van Bollywood op het dagelijks leven. Maar zowel uit onderzoek als uit eigen waarneming komt naar voren dat deze houding onterecht is. Bollywood is een ‘global force’, een wereldwijde kracht die de heterogene diasporagemeenschappen met elkaar verbindt. Het is dezelfde verbinding die ik voelde toen ik in Praag een kopje koffie nuttigde met de Mukesh zingende hoogleraar uit Boston. Ik

zal mij in het antwoord beperken tot de ontwikkelingen in de Nederlands Hindostaanse gemeenschap, maar dat antwoord is in essentie generaliseerbaar.

De Indiase cinema is een verzameling van verschillende filmsegmenten waarvan Bollywood er één is. De naam Bollywood is ontleend aan het Amerikaanse Hollywood. De verwijzing komt ook elders voor: Nigeria, dat de meeste films in Afrika produceert, heeft een heus Nollywood, China, Hong Kong en Japan hebben respectabele filmindustrieën die onderdeel zijn van hun diaspora, en ook Turkije en de Zuid-Indiase Tamils en Telugu's hebben een Tollywood. Wat ik hier debiteer over Bollywood is dus niet een specifiek Indiaas verschijnsel, al kan de intensiteit en de schaal van zijn effecten groter en specifiekere zijn dan van andere filmindustrieën.

Bollywood produceert films voor de binnenlandse, maar vooral voor de buitenlandse markt en in die zin brengt het een belangrijk exportproduct voort. Maar Bollywood is meer dan een filmindustrie: het omvat allerlei aanverwante industrieën zoals muziek, zang, dans, kleding, cosmetica, sieraden, nieuws, videoclipjes, talkshows, magazines en advertenties. Daarnaast omvat Bollywood de opleiding van specialisten op al deze terreinen en de productie van de fysieke onderdelen, variërend van muziekinstrumenten en films tot dvd's. Hét genre van de Bollywoodfilms is musical, gekenmerkt door zang, dans, drama (met veel tranen), romantische scènes, en steeds vaker door geweld. De laatste jaren zijn de producten van Bollywood gedifferentieerder geworden: in een toenemend aantal films wordt niet meer zo vaak gezongen of gedanst als in films uit de jaren negentig. In deze nieuwe genres staan onderwerpen als terrorisme, de Indiër in het buitenland, Hindoe-Moslim relaties of de positie van de vrouw centraal.

Hoewel de films typische Indiase thema's bespreken, vinden deze gretig aftrek in de diaspora en in landen van het Oostblok en in Afrika. Deze films sorteren effecten die Hindostanen vanzelfsprekend vinden. Wat zou het dagelijks leven van Hindostanen zijn zonder de liedjes die via radio en internet te beluisteren zijn? Hoe zou de uitbundige Hindostaanse dans- en feestcultuur eruit zien zonder deze muziek? Hoe schraal zou het leven van Hindostanen in de diaspora niet zijn als een autorit of busreis verloopt zonder Indiase muziek; als in toko's, huiskamers, tienerkamers of vergaderruimtes van stichtingen geen prenten van filmsterren aan de wand hingen; als ze de roddeltjes over Bollywoodsterren op Zeetevee of ZING zouden moeten missen, en er geen Hindostaanse radio's als Amor en Udjala zouden bestaan? De druk bezochte reeks van Indiase films die Pathé tegenwoordig aanbiedt heeft het uitgaansleven van Hindostanen ook merkbaar verruimd. Deze vervlechting van de Bollywoodcultuur met de leefcultuur van diaspora Hindostanen is zo normaal en zo oud dat ze niet meer opvalt. Toch is het een onmisbare interface voor de vorming van een gemeenschappelijke smaak en diaspora-identiteit.

Uit tal van studies blijkt dat Bollywood waarschijnlijk het meest succesvolle overdrachtsmechanisme is van Indiase cultuur (Kaur en Sinha 2005, Punathambeker 2005, Verstappen 2005, Mehta 2005). Deze films leiden tot een etnisering van de leefcultuur van migrantengroepen waardoor de kloof tussen de Indiase cultuur en de geglocaliseerde cultuur afneemt. Uit Nederlands onderzoek komt naar voren dat de films bijdragen aan het behoud van het Hindi. Dat zien we vooral bij mensen die de gewoonte hebben de liederen na te zingen en te vertalen (Mukherjee 2013). Ook de religieuze cultuur krijgt massale impulsen via de Bollywoodfilms. De aankleding van de ruimte

waarbinnen het hindoehuwelijk wordt voltrokken vertoont zowel in Suriname als in Nederland sterke gelijkenis met de rituelen in Bollywoodfilms. Dat bijvoorbeeld de zus tijdens *raksha bandhan* de *rakhi* bindt was in de jaren zestig en zeventig een vrijwel onbekend verschijnsel in de Hindostaanse gemeenschap, pas sinds enkele decennia is het dankzij Bollywood algemeen gebruik geworden.

De overdracht van esthetische normen is een ander aspect van de etnisering via Bollywoodfilms. Die overdracht is geïnstitutionaliseerd in de organisatie van tal van *beauty contests*, de feestelijke klederdracht, het gebruik van cosmetica, uitingen van mode en lichaamsversieringen als tatoeages, beschilderingen en sieraden. De beauty cultuur is naar alle waarschijnlijkheid sterker ontwikkeld in de Indiase gemeenschap in de vs dan in Europa (Mani 2006). De grotere schaal van de vs, de ideologie van investeren in eigen talent, en het grotere internationale podium dat het land biedt, dragen bij aan een sterkere esthetische cultuur. De consumptie van Bollywoodproducten komt ook tot uiting in de zang- en dansshows die Bollywoodsterren in de diaspora geven. Een variant van deze shows wordt gevormd door de jaarlijkse shows van Hindostaanse diasporazangers in Suriname. Dergelijke shows versterken de sociale cohesie van de etnische gemeenschap door de gelegenheid elkaar te zien en te ontmoeten.

De invloed van de films heeft ook geleid tot de oprichting van verschillende dansscholen waar Indiase klassieke dans wordt onderwezen. Lichtelijk overdreven zou men kunnen stellen dat elke Hindostaanse familie een dochter of nichtje heeft die lessen op zo'n school volgt. De opkomst van deze dansscholen staat niet op zichzelf. Het is onderdeel van een groeiend ondernemerssegment van scholen voor yogabeoefening, Hindi- en

Sanskrietlessen, cursussen ‘Hoe drapeer je Indiase kleding’, het gebruik van cosmetica, ayurvedische geneeskunst, ayurvedische en andere vormen van massage, het volgen van een dieet op Indiase grondslag en vegetarisch eten. Het medische deel van dit segment is inmiddels erkend door verzekeringsmaatschappijen en daarmee deels opgenomen in de Nederlandse zorgcultuur. Het is teveel gezegd dat deze effecten via Bollywood de wereld zijn overgegaan, maar het is zeker zo dat de Indiase cinema heeft bijgedragen aan de proliferatie ervan.

Voorbijgaand aan de beleving, de trots en eigenwaarde die ontwikkeld worden door de identificatie en consumptie van Indiase producten, komt uit deze korte opsomming naar voren dat de Indiase films een grote invloed sorteren op de diasporagemeenschappen. De socialiserende invloed van Bollywood zou minder groot zijn als deze industrie niet was meegegaan met de tijd. Dat kan het beste worden geïllustreerd aan de positie van vrouwen in deze films. In de jaren zestig dansten vrouwen alleen Indiase klassieke dansen, veelal op officiële gelegenheden. In de jaren tachtig en negentig veranderde dat in een lossere, geïmproviseerde optreden, veelal in romantische scènes. En sinds de opkomst van Shah Rukh Khan vindt het dansen plaats in grote groepen. Westerse invloeden, zoals de wals en discodansen, hebben hun intrede gedaan. Het vrouwbeeld gaat met deze metamorfose mee: zij zijn op het doek vrijer in de omgang, de genderverhoudingen zijn gelijkwaardiger, de kleding bedekt steeds minder lichaam, zonnebrillen en petten zijn niet meer ongewoon, het haar wordt geveefd, de kleur van ooglenzen verandert regelmatig, Engelse woorden doorspekken het vocabulaire, consumptiepatronen – vooral auto’s en kleding – worden vaak geïmiteerd van de westerse middenklasse, en tegenwoordig komt het wel eens

voor dat de partner van de held of heldin een blanke is uit het Verenigd Koninkrijk of de Verenigde Staten.

Volgens de eerder aangehaalde rastertheorie is de inpassing van een globaliserende cultuur selectief en dat geldt ook voor Surinaamse en Nederlandse Hindostanen. Twee punten moeten hier benadrukt worden. Het eerste is dat ook deze overname een vorm is van acculturatie (Bhatia en Ram 2009). De Bollywoodcultuur verandert immers mee en het is die veranderde filmcultuur die Nederlandse Hindostanen overnemen. Zo is het uitblazen van kaarsjes op een taart tijdens verjaardagfeesten een Amerikaans gebruik dat steevast in Bollywoodfilms terugkomt. Het is mijn stellige indruk dat Nederlandse Hindostanen dit uitblazen van kaarsjes van Bollywood hebben overgenomen en niet van Hollywood. Het tweede punt is dat India voor zowel de NRI's als de PIO's als referentiekader en broncultuur blijft fungeren. Door de distributie van cultuur in de ruimste betekenis van het woord ontstaat er een homogener diaspora dan anders het geval zou zijn geweest. Deze culturele homogenerisering is niet volledig, deels door de glocalisering en deels omdat Bollywood constant nieuwe producten op de markt brengt. Deze culturele innovatie maakt mogelijk dat Bollywood haar cultuur en producten kan blijven vermarkten. En het is door deze vermarkting waardoor wereldwijd een consumentenpubliek met bijbehorende diasporacultuur ontstaat.

Diaspora toerisme

Het tweede middel waarmee de heterogene diaspora de glocalisering overbrugt is het diasporatoerisme. Sinds de

jaren tachtig is er vanuit Nederland een gestaag toenemende stroom van toeristen naar India. Veruit het belangrijkste motief om India te bezoeken is een visite aan Mumbai, het centrum van Bollywood. Het is niet ongewoon dat bezoekers stralend terugkeren nadat ze op de foto zijn gegaan met een Bollywood filmster. Ook bezoeken zij India vanuit de behoefte om een beeld te krijgen van hun roots in de gebieden van herkomst, met name Uttar Pradesh en Bihar (Hira 2000). Dat is meestal een eenmalige aangelegenheid. De meeste verhalen over de roots, zowel in Nederland als in Suriname en landen als Trinidad en Guyana, zijn ontluisterend: het is niet altijd duidelijk of de veronderstelde verwanten in India echt verwanten zijn, de armoede is afstotend, het gebrek aan hygiëne eveneens, en vaak weten de betrokkenen niet wat ze met de nieuwe relaties aan moeten. Surinaamse en Nederlandse Hindostanen geven soms te kennen dat de culturele en emotionele kloof tussen henzelf en Indiërs groter is dan die tussen hen en autochtone Nederlanders of Surinaamse Creolen (cf. Chaudhary 2000).

De motieven om India te bezoeken zijn de afgelopen decennia verschoven en diffuser geworden. Het verlangen om India te willen zien kunnen we samenvatten onder de noemer *heritage toerism* (cf. Bandyopadhyay en Chick 2008). Struinen door de grote Indiase steden of de rustigere gebieden zoals Goa, het willen zien van sommige filmlocaties of het bezoeken van oude gebouwen, aanwezig willen zijn tijdens religieuze hoogtepunten zoals de Kumb Mela of verblijven in een ashram voor trainingen in yoga of dans komt onder Nederlandse Hindostanen steeds vaker voor. Daarnaast is er de laatste jaren een medisch toerisme op gang gekomen. India biedt medische diensten waar Westers opgeleide artsen positief over oordelen. Ook de ervaringen van de patiënten zijn positief. Werd India in

de jaren zestig en zeventig nog geassocieerd met armoede en onderontwikkeling, nu is het subcontinent internationaal erkend als een economische, culturele en politieke macht en daarmee aantrekkelijker geworden voor de diaspora (Bandyopadhyay 2008).

Waarschijnlijk het belangrijkste motief van Nederlandse Hindostanen om India te bezoeken is het doen van inkopen. Vooral bij huwelijken is het niet ongewoon om de outfit uit India te halen. Het prijsverschil van de in Nederland of Engeland gekochte outfit met die in India is zo groot, dat daarmee vaak de passage en verblijfskosten gefinancierd kan worden (Gowricharn 2009). De kleding wordt steeds mooier – en duurder – maar westerse diaspora-Hindostanen hebben dat er wel voor over, al heb ik de stellige indruk dat deze aankopen vooral door PIO's worden gedaan en minder door NRI's. Naast kleren worden sieraden gekocht, medicijnen, cosmetische producten, lederwaren, ja, praktisch alles wat je in een Bollywoodfilm aan persoonlijke verzorging ziet. Veel van de aankopen zijn overigens niet voor persoonlijk gebruik, maar geschenken voor familie en vrienden. Nederlandse Hindostanen komen met koffers vol spullen terug uit India. Afgaande op deze ongeregistreerde goedereninvoer is de Bollywood-film één van de meest succesvolle advertenties van de Indiase cultuurindustrie.

Deze tendens heeft ook de markt voor een lokaal ondernemerschap ontwikkeld. Het vroegere etnisch ondernemerschap dat voornamelijk bestond uit toko's, afhaalrestaurants, video-zaken en autorijlessen, is aangevuld met een nieuw segment. Dat bestaat uit winkels waar je ongeveer dezelfde goederen kunt betrekken als in India, zij het dat de omzetten kleiner zijn en de prijzen aanzienlijk hoger. Je hoeft maar in het centrum van de Nederlandse grote steden rond te lopen, vooral in Den Haag,

om dit cultureel ondernemerschap te zien. De Hindostaanse consumentencultuur wordt zodoende ‘verindianiseerd’ waardoor de kloof tussen de leefcultuur van de diaspora en de materiële Indiase cultuur afneemt. Dit is een andere vorm van glocalisering waarbij niet McDonalds maar India de globaliserende pool vormt die ervoor zorgt dat de culturele elementen worden ingepast in een bestaande en verwante leefcultuur van Hindostaanse migranten. Een tweede bijzonderheid van deze glocalisering is dat de verspreiding niet wordt teweeggebracht door machtsverschillen – zoals de Amerikaanse of Europese hegemonie – maar door de migranten zelf. Zij halen uit hun Indiase broncultuur via het toerisme de gewenste materiële cultuur in huis.

Hoe ziet het er dan thuis uit? Naast de persoonlijke outfit die bestemd is voor speciale gelegenheden bevat menig huishouden een verzameling van spullen die in de literatuur betiteld is als *home possessions* (Miller 2001). Het betreft de artefacten en de inrichting van het huis waarmee de bewoners een vertrouwde omgeving, een thuis, creëren (cf. Money 2007). Vaak doet een deel van het huis, meestal een hoek, dienst als huistempel. Naast religieuze beelden, foto’s van bezoeken aan India, wandkleedjes, souvenirs, muziek-cd’s, dvd’s, behoren ook kruiden en wierook tot de goederen die je vaak in de huizen van Hindostanen kunt aantreffen. De aldus ontstane etnisering via de Indiase materiële cultuur vormt de interface tussen het dagelijks leven van Hindostanen in Nederland en de Indiase broncultuur. Deze *home making* gaat gepaard met een versterking van de interne binding van de Hindostaanse groep en vormt een brug naar de Indiase cultuur (Putnam 2000).

De Diaspora Leerstoel Lalla Rookh

Dames en heren, ik heb betoogd dat de diaspora door de glocalisering uit een cultureel heterogene verzameling van gemeenschappen bestaat, maar dat deze groepen mensen zich tegelijkertijd aan elkaar verwant voelen. Dat is begrijpelijk gemaakt door de convergentie van culturen die door het bestaan van culturele markten mogelijk is. Vanuit de stelling dat elke markt een culturele institutie is omdat die gefundeerd is op consensus over normen, waarden, behoeften en smaken, vormt de diasporamarkt een specifiek segment daarvan. Dankzij de specifieke smaken en behoeften van dit segment vinden Bollywoodproducten gretig aftrek in de diaspora en kan het diasporatoerisme gedijen. Elke Indiase diasporagemeenschap zal net iets andere selecties maken uit de globaliserende cultuur en een iets andere hybridisering van de leefcultuur vertonen. In dit perspectief hybridiseert de leefcultuur van Nederlandse Hindostanen verder onder invloed van zowel de Nederlands-westerse cultuur als de Indiase-diaspora cultuur. Beide ontwikkelingen leiden tot een externe bonding, zij het dat de *inflow* vanuit het Indiase ook de groepscohesie versterkt. De Hindostaanse gemeenschap in Nederland fungeert dus als een *hub* in een netwerk van diasporagemeenschappen en de westerse samenleving.

De vraag is of de Indiase diaspora uniek is en mijn stelling zich dus niet laat generaliseren. De twee verbindende ontwikkelingen, het diasporatoerisme en Bollywood, lijken mij niet echt uniek te zijn. Over het toerisme kan ik kort zijn. Er is een hele bibliotheek vol geschreven over diasporatoerisme en de economische, sociale en culturele effecten die het genereert. Maar de literatuur over het Indiase diasporatoerisme, alhoewel

groeïende, is eenzijdig gefocust op de effecten in India en nauwelijks op de diasporalanden. Met het perspectief op de culturele markten wordt de aandacht ook gevestigd op de diasporagemeenschappen. De andere ontwikkeling, de effecten van Bollywood, oogt wat bijzonder, maar is dat slechts op enkele ondergeschikte punten het geval. Ik heb er eerder op gewezen dat wel meer landen een filmindustrie hebben die een interface vormt met de diasporagemeenschappen. Bijzonder aan Bollywood is de schaal waarop deze cultuur het dagelijks leven van Hindostanen penetreert en de veelheid van effecten die zij genereert. Hier staat tegenover dat andere etnische gemeenschappen andere bindende krachten ontwikkelen. Ik denk aan de wereldwijde opleving van de orthodoxe Islam, in tegenstelling tot het Hindoeïsme dat minder ritualistisch en meer filosofisch wordt.

Dames en heren, het zal u zijn opgevallen dat ik lichtelijk bezeten ben van de relatie economie en cultuur. De Indiase diaspora, waar de Nederlandse Hindostanen deel van uitmaken, is een uitstekend terrein om dit verband verder te exploreren. Dat is ook de ambitie van de Diaspora Leerstoel Lalla Rookh. Naast het verzorgen van onderwijs wil deze leerstoel onderzoek op dit terrein stimuleren. Ook leeft de wens om het onderzoek consumeerbaar te maken voor de behoeften in de Hindostaanse gemeenschap. De leerstoel committeert zich dus aan de productie van kennis via eigen onderzoek, het opleiden van promovendi en het borgen van dit onderwijskapitaal aan hogescholen en universiteiten. Tenslotte wil de leerstoel via het onderwijs en andere initiatieven zichtbaarder zijn in de diaspora, en vooral in de Nederlands Hindostaanse gemeenschap.

Aan het eind gekomen van deze rede rest mij een dankwoord te richten aan het adres van het College van Bestuur en het bestuur van de Faculteit Geesteswetenschappen van de Vrije Universiteit. Zonder uw vertrouwen zou deze benoeming niet mogelijk zijn. Ik wil in het bijzonder de decaan van de faculteit Michel ter Hark en collega Susan Legêne danken voor hun ondersteuning van de leerstoel, zowel in de fase van oprichting als in de fase van continuering. Ook dank aan Arie de Ruijter voor zijn betrokkenheid, zoals hij dat ook was bij mijn benoeming aan de universiteit van Tilburg. Met collega Pal Nyiri, die bekend is met de Chinese diaspora, hoop ik het perspectief op de Indiase diaspora te verbreden. Dat belooft in elk geval wat goeds.

Ik wil verder dank uitspreken aan het bestuur van de Stichting Diaspora Leerstoel Lalla Rookh voor het vertrouwen dat het in mij heeft gesteld. Zonder andere bestuursleden tekort te willen doen noem ik Krish Sietaram. Lang geleden heeft hij het – in zijn hoedanigheid van directeur van het ministerie van Onderwijs in Suriname – voor mij mogelijk gemaakt om als extraneus mee te doen aan het staatsexamen vwo. Ik weet niet waar ik in het leven zou staan als hij die opening niet had gemaakt. Nu heeft hij weer aan het stuur gezeten van een carrière stap. Dank gaat ook naar Rajendre Khargi, de huidige voorzitter, voor zijn enorme inzet om de leerstoel in de lucht te houden, zijn bereidheid mee te denken over de toekomstige richting ervan en zijn ontvankelijkheid voor mijn perspectief. Rajendre, ik hoop de komende vijf jaar op dezelfde voet door te gaan. Maar het zal wel hard werken worden om de ambities van de leerstoel waar te maken.

Dan wil ik iets zeggen over mijn voorganger Chan Choenni. Hij heeft in de eerste termijn van de leerstoel twee dikke boeken uitgebracht over de Brits-Indische contracten en over Hindostanen in Nederland. Binnenkort verschijnt een omvangrijk derde boek van zijn hand. Chan, je begrijpt dat ik niet zal proberen jou te overtreffen, misschien dat het zou lukken als ik wat jonger was, maar nu zeker niet. Bovendien heeft de leerstoel nu een andere invulling gekregen, de geschiedenis en sociale positie van Hindostanen is genoegzaam aan de orde geweest en ik vind het nu nodig om andere velden te exploreren. Maar ik hoop dat je betrokken blijft bij de leerstoel en niet verdwijnt in de diaspora.

En *last but not least*, mijn thuisfront. Zij zijn het gewend mij achter boeken en laptops te zien en hebben soms heel weinig aan mij gehad. Gina, Roshni en Wiren, ik hoop dat jullie je kunnen troosten met de gedachte dat mijn inzet ten dienste van kennisproductie was, ook van de Hindostaanse gemeenschap, en dat jullie daar gewild of ongewild een bijdrage aan hebben geleverd.

Ik dank u voor uw aandacht.

Literatuur

- Ahmed, Sara, Claudia Castaneda, Anne-Marie Fortier, en Mimi Sheller (red) 2003. *Uprootings/regroundings: Questions of home and migration*. Oxford: Berg.
- Alasutari, Periti 2000. Globalization and the Nation-State: An Appraisal of the Discussion. *Acta Sociologica*, vol. 43, nr. 3, pp. 259-269.
- Anthias, Floya 1998. Evaluating 'Diaspora': Beyond Ethnicity? *Sociology*, vol. 32, nr. 3, pp. 557-580.
- Anthias, Floya 2001. New Hybridities, Old Concepts: the Limits of 'Culture'. *Ethnic and Racial Studies*, vol. 24, nr. 4, pp. 619-641.
- Bandyopadhyay, Ranjan 2008. Nostalgia, Indentity and Tourism: Bollywood in the Indian Diaspora. *Journal of Tourism and Cultural Change*, vol. 6, nr. 2, pp. 79-100.
- Bandyopadhyay, Ranjan en Garry Chick 2008. Religion and Identity in India's Heritage Tourism. *Annals of Tourist Research*, vol. 35, no. 8, pp. 790-808.
- Bhatia Sunil en Anjali Ram 2009. Theorizing Identity in Transnational and Diaspora Cultures: A Critical Approach to Acculturation. *International Journal of Intercultural Relations* vol. 33, nr 2, pp.140-149.

- Biggart, Nicole en Thomas Beamish 2003. The Economic Sociology of Conventions: Habit, Custom, Practice, and Routine in Market Order. *Annual Review of Sociology* 29:443–464.
- Bourdieu, Pierre 1984. *Distinction. A Social Critique of the Judgment of Taste*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Brubaker, Rogers 2005. The 'Diaspora' Diaspora. *Ethnic and Racial Studies*, vol. 28, no. 1, pp. 1-19.
- Brubaker, Rogers 2006. *Ethnicity without Groups*. Cambridge, MA/ London: Harvard University Press.
- Burt, Ronald 2000. The Network Structure of Social Capital. *Research in Organizational Behaviour* 22:345–423.
- Chaudhary, Manjula 2000. India's Image as a Tourist Destination – A perspective of Foreign Tourists. *Tourism Management*, 21, pp. 293–97.
- Choenni, Chan 2011. *Integratie Hindostani Stijl. Over de Migratie, Integratie en Diaspora van Hindostanen*. Amsterdam: VU.
- Choenni, Chan 2014. *Hindostaanse Surinamers in Nederland 1973-2013*. Utrecht: LM Publishers.
- Colombo, Enzo 2015. Multiculturalisms: An Overview of Multicultural Debates in Western Societies. *Current Sociology Review*, vol. 63, nr. 6, pp. 800-824
- Douglas, Mary 1982. *Risk and Culture: An Essay on the Selection of Technical and Environmental Dangers*. Berkeley: University of California Press.
- Emirbayer, Mustafa en Jeff Goodwin 1994. Network Analysis, Culture, and the Problem of Agency. *American Journal of Sociology*, vol. 99, nr. 6, pp. 411–1454.
- Faist, Thomas, Margit Fauser en Eveline Reisenauer 2013. *Transnational Migration*. Cambridge: Polity Press.
- Fligstein, Neil en Luke Dauter 2007. The Sociology of Markets. *Annual Review of Sociology*, vol. 33, pp. 105-128

- Granovetter, Mark 1985. Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness. *American Journal of Sociology*, vol. 91, nr. 3, pp. 481–510.
- Granovetter, Mark 2005. The Impact of Social Structure on Economic Outcomes. *Journal of Economic Perspectives* vol. 19, nr. 1, pp. 35–50.
- Gowricharn, Ruben 2004. Moral Capital in Surinamese Transnationalism. *Ethnic and Racial Studies*, vol. 27, nr. 4, pp. 607-621.
- Gowricharn, Ruben 2009. Changing Forms of Transnationalism. *Ethnic and Racial Studies*, vol. 32, nr. 9, pp. 1619-1638.
- Gowricharn, Ruben 2013. Ethnogenesis. The Case of the British Indians in the Caribbean. *Comparative Studies in Society and History*, vol. 55, nr. 2, pp. 388-418.
- Gowricharn, Ruben 2015. Sociability Networks of Migrant Youngsters: The case of Dutch Hindustanis. *Current Sociology*, DOI 10.1177/0011392115605628.
- Guarnizo, Luis, Alejandro Portes, en William Haller 2003. Assimilation and Transnationalism: Determinants of Transnational Political Action Among Contemporary Migrants. *American Journal of Sociology*, vol. 108, nr. 6, pp. 1211-1248.
- Gudeman, Stephen. 1986. *Economics as Culture. Models and Metaphors of Livelihood*. London: Routledge & Kegan Paul.
- Guiso, Louis, Paola Sapienza, en Luigi Zingales 2006. Does Culture Affect Economic Outcomes? *Journal of Economic Perspectives* 20:23–48.
- Hira, Sandew 2000. *Terug naar Uttar Pradesh: op zoek naar de wortels van Surinaamse Hindostanen*. The Hague, the Netherlands: Amrit.
- Jones, Demelza 2014. Diaspora Identification and Long-Distance Nationalism Among Tamil Migrants of Diverse State Origins in the UL. *Ethnic and Racial Studies*, vol. 37, nr. 14, pp. 2547-2563.
- Hall, Stuart 1990. Cultural Identity and Diaspora. In: Jonathan Rutherford (red) *Identity: Community, Culture, Difference*. London: Lawrence and Wishart, pp. 222-37.

- Hall, Stuart 1980. Encoding/Decoding. In Morris, Paul and Sue Thornton (red) *Media Studies: A Reader*. Washington Square, NK: University Press, pp. 51-61.
- Hannerz, Ulrich 1996. *Transnational Connections. Culture, People and Places*. London: Routledge.
- Herrmann-Pillath, Carsten 2010. What Have We Learnt From 20 Years of Economic Research into Culture? *International Journal of Cultural Studies*, Vol. 13, nr. 4, pp. 317-335.
- Hodgson, Geoffrey 2007. Meanings of Economic Individualism. *Journal of Economic Methodology*, vol. 14, nr. 2, pp. 211-226.
- Hofstede, Geert 1980. *Culture's Consequences: International differences in Work-Related Values*. Beverly Hills CA: SAGE Publications.
- Indian Diaspora, the 2001. <http://www.indiandiaspora.nic.in/diasporapdf/part1-for.pdf>
- Jain, Ravindra 1998. Indian Diaspora, Globalization and Multiculturalism: A Cultural Analysis. *Contributions to Indian Sociology*, vol. 32, no 2, pp. 337-3360.
- Kadushin, Charles 2012. *Understanding Social Networks. Theories, Concepts, and Findings*. Oxford, England: Oxford University Press.
- Kalra, Virinder, Raminder Kaur en John Hutnyk 2005. *Diaspora and Hybridity*. London: Sage.
- Kaur, Raminder en Ajay Sinha 2005. *Bollyworld: Popular Indian Cinema Through a Transnational Lens*. New Dehli: Thousand Oaks.
- Klamer, Arjo (red) 1996. *The Value of Culture: On the Relationship Between Economics and Arts*. Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Langrill, Ryan en Virgil Storr 2012. The Moral Meanings of Markets. *Journal of Markets and Morality*, vol. 15, nr. 2, pp. 347-362.
- Levin, Peter 2008. Culture and Markets: How Economic Sociology Conceptualizes Culture. *Annals of American Academy of Political and Social Science*, vol. 619, nr. 1, pp. 114-129.

- Lizardo, Orlando 2006. How Cultural Tastes Shape Personal Networks. *American Sociological Review* vol. 71, nr. 5, pp.778–807.
- Mani, Bakirathi 2006. Beauty Queens: Gender, Ethnicity and Transnational Modernities at the miss India-US Pageant. *Positions*, vol. 14, nr. 3, pp. 717-748.
- Mansbridge, Jane red. 1990. *Beyond Self-Interest*. Chicago: University of Chicago Press.
- Mehta, Monika 2005. Globalizing Bombay Cinema. Reproducing the Indian State and Family. *Cultural Dynamics*, vol. 17, nr. 2, pp.135–154.
- Miller, David (red) 2001. *Home possessions. Material Culture Behind Closed Doors*. Oxford: Berg.
- Money, Annemarie 2007. Material Culture in the Living Room. *Journal of Consumer Culture*, vol. 7, nr. 3, pp. 355-377.
- Mukherjee, Dipika 2013. Loving Bollywood and Being Dutch: Multilingual Codeswitching and Identity Issues Among Surinamese-Indian Women in Amsterdam. In Du Dubois, Inke en Nicole Baumgartner (red): *Multilingual Identities: New Global Perspectives on Immigrant Discourse*. Frankfurt am Main: Peter Lang, pp. 85-98
- N. Baumgartner and J. Fuller (red): *Multilingual Identities: New Global Perspectives on Immigrant Discourse*. New Jersey: Multilingual Matters.
- Newland, Kathleen (red.) 2010. *Diasporas: New Partners in Global Development Policy*. Washington, DC: Migration Policy Institute.
- Ötsch, Walter en Jakob Kapeller 2010. Perpetuating the Failure: Economic Education and the Current Crisis. *Journal of Social Science Education*, vol. 9, nr. 2, pp. 16-25.
- Parekh, Bikhu, Guralp Singh en Steven Vertovec (red) 2003. *Culture and Economy in the Indian Diaspora*. London en New York: Routledge.
- Pasura, Dominic 2010. Competing meanings of the Diaspora: The Case of Zimbabweans in Britain. *Ethnic and Racial Studies*, vol. 36, nr. 9, pp. 1445-1461.

- Portes, Alejandro, Luis Guarnizo en Patricia Landolt 1999. Introduction: Pitfalls and Promise of an Emerging Research Field. *Ethnic and Racial Studies*, vol. 22, nr. 2, pp. 217-37.
- Punathambeker, Aswin 2005. Bollywood in the Indian-American Diaspora. *International Journal of Cultural Studies*, vol. 8, nr. 2, pp. 151-173.
- Putnam, Robert 2000. *Bowling Alone. The Collapse and Revival of American community*. New York: Simon & Schuster.
- Robertson, Ronald 1992. *Globalization: Social Theory and Global Culture*. Sage Publications, London.
- Sen, Amartya 1977. Rational Fools: A Critique of the Behavioral Foundations of Economic Theory. *Philosophy & Public Affairs*, Vol. 6, No. 4, pp. 317-344.
- Simon, Herbert 1957. *Models of Man, Social and Rational: Mathematical Essays on Rational Human Behaviour in a Social Setting*. New York: John Wiley.
- Stiglitz, Joseph en Carl Walsh 2006. *Principles of Microeconomics*. New York/London: Norton & Company.
- Storr, Virgil 2014. Why Culture in Economics? *Review of Austrian Economics*, vol. 27, nr 4, pp. 495-503.
- Storr, Virgil 2013. *Understanding the Culture of Markets*. London: Routledge.
- Tinker, Hugh 1974. *A new system of slavery: The export of Indian labor overseas*. London: Hansib Publishing Limited.
- Throsby, David 2001. *Economics and Culture*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Udehn, Lars 2002. The Changing Face of Methodological Individualism. *Annual Review of Sociology*, 28:479-507.
- Verstappen, Sandrien 2005. *Jong in Dollywood. Hindostaanse jongeren en Indiase films*. Amsterdam: Het Spinhuis.

- Vertovec, Steven 2009. *Transnationalism*. London: Routledge.
- Vertovec, Steven 2007. Super-diversity and Its Implication. *Ethnic and Racial Studies*, vol. 30, nr. 6, pp. 1024-1054.
- Wereldbank 2014. <http://siteresources.worldbank.org/INTPROSPECTS/Resources/334934-1288990760745/MigrationandDevelopmentBrief24.pdf> (opgehaald op 29 januari 2016).



Foto Hans Lachman

Ruben Gowricharn

Ruben Gowricharn werd geboren in Paramaribo en had daar zijn eerste baan als goud- en zilversmid. Na zijn vertrek naar Nederland studeerde hij sociologie en economie. Na deze studies werkte Gowricharn achtereenvolgens als consulent Arbeidszaken bij de Rijnmondse categoriale steunfunctie Krosbe, als wetenschappelijk onderzoeker bij de Dienst Sociale Zaken en Werkgelegenheid van de gemeente Rotterdam, als begeleider aan de Vrije Universiteit en als senior onderzoeker aan de Amsterdamse School voor sociaal wetenschappelijk onderzoek van de Universiteit van Amsterdam.

Gowricharn is hoogleraar sociale cohesie en transnationale vraagstukken aan de Universiteit van Tilburg en vanaf 2015 bijzonder hoogleraar Hindostaanse diaspora studies aan de Vrije Universiteit. Vraagstukken van cultureel plurale democratieën, de integratie van etnische minderheden in Nederland, de emancipatie van etnische groepen, transnationale gemeenschappen en economische ontwikkeling staan centraal in zijn onderzoek.

Gowricharn roert zich actief in het publieke debat over de multiculturele samenleving. Voor zijn bijdrage is hij onderscheiden met de ASN-ADO Mediaprijs voor de schrijvende pers. Momenteel legt hij de laatste hand een boek over veranderende etniciteit in het Caraïbisch gebied en Europa. Sinds 2005 bestuurt Gowricharn de Stichting de Promotiekamer, een organisatie die kennis produceert ter versterking van instituties in de multiculturele samenleving. Soortgelijke projecten gericht op capaciteitsversterking leidt hij ook in Suriname en op Curaçao.

