



**Beleidsplan
2012-2015**

Inhoud

Waarom een nieuw beleidsplan	Pag. 2
Inleiding	Pag. 3
Wat is OHM	Pag. 3
De Publieke Omroep	Pag. 3
OHM binnen de Publieke omroep	Pag. 3
OHM en jongeren	Pag. 4
Waarden	Pag. 5
Missie	Pag. 5
Visie	Pag. 6
Bekendheid	Pag. 6
Doelgroepen	Pag. 6
OHM in de toekomst	Pag. 7

Waarom een nieuw beleidsplan

Sinds ons vorig beleidsplan operationeel werd, hebben zich vele veranderingen voorgedaan binnen de Hindoegemeenschap in Nederland. Niet alleen ten aanzien van de bevolkingssamenstelling en maatschappelijke participatie, maar ook ten aanzien van emancipatie en onderwijs is er in vergelijking met toen veel veranderd.

Het beleidsplan 2005-2010 van OHM richtte zich op drie doelgroepen: spiritueel geïnteresseerden, Hindoevolwassenen en Hindoejongeren (eerste en tweede generatie Hindoes).

Spanningen onder volwassenen als gevolg van botsing tussen de eigen uit Suriname meegebrachte traditie en de westerse moderniteit, was een belangrijk aandachtspunt voor OHM. Wat ook een bron van spanning in deze doelgroep was en daarom aandacht van OHM kreeg, was versterking van verhoudingen binnen gezinnen en families. In Suriname was dit traditioneel bepaald. In Nederland bleken Hindoevrouwen sociaal mobieler te zijn dan mannen. Zij emancipeerden zich dan ook sneller dan hun mannen met als gevolg spanningen binnen gezinnen en een groot aantal scheidingen.¹

Generatieconflict als gevolg van verschil in perceptie over traditiegetrouw leven en moderniteit zorgde voor spanningen tussen ouderen en jongeren. In Suriname vond de overdracht van de eigen traditie bijna vanzelfsprekend plaats, omdat men in een Hindoeïstische omgeving leefde. In Nederland was dat anders. Jongeren vervreemdden daardoor van de eigen cultuur. Dit alles vormde een bron van spanning binnen gezinnen.² In een speciaal op jongeren gericht programmaformat Chatney.nl besteedde OHM veelvuldig aandacht aan de gevolgen van de kloof tussen generaties.

Nu anno 2012, is de situatie heel anders. De groep eerste generatie Hindoes die nog uit Suriname kwam, is inmiddels flink uitgedund, terwijl het aantal volwassenen behorend tot de derde generatie, hier geboren en getogen Hindoes, flink is toegenomen. Als gevolg van onderwijs en maatschappelijke participatie en vooral emancipatie staan zij anders in het leven dan hun ouders en voorouders. Ze zijn zelfbewust en gericht op zelfredzaamheid. Ze hebben een sterke binding met de Nederlandse samenleving en zien Nederland als hun thuisland. In hun identificatie met de Hindoeïstische cultuur verbinden zij zich eerder met India, dan met het vaderland van hun ouders en voorouders, Suriname.

De behoefte aan kennis van het Hindoeïsme en informatie over spiritualiteit ligt nu anders. De oudere generatie was vooral geïnteresseerd in programma's rond rituelen, devotionele uitingen, schriftuurlijke leerstellingen en iconenverering. De huidige generatie echter zoekt naar de betekenis en interpretatie achter religieuze uitingen en is vooral geïnteresseerd in de spirituele kant van de Dharma (Hindoeïfilosofie). Ook heeft het "Nederlands Hindoeïsme" zich in de afgelopen jaren verder ontwikkeld. Deze vorm van het Hindoeïsme en de uitingen ervan worden met name gedefinieerd door de Nederlandse leefsituatie: tijd, plaats en omstandigheden. Uit diverse studies³ blijkt dat de belangstelling voor spiritualiteit onder jongeren sterk toeneemt.

Niet alleen de Hindoegemeenschap als primaire doelgroep van OHM heeft zich de afgelopen 5 jaar ontwikkeld, ook de OHM zelf heeft in de afgelopen jaren een eigen ontwikkeling doorgemaakt. Dit alles maakt een nieuw beleid en een plan daaromtrent noodzakelijk.

¹ proefschrift Bim Mungra: Hindoestaanse gezinnen in Nederland 1990

² onderzoek: Chan Choenni en Mathura: Hindoejongeren in beeld 1998

³ zoals die van de KRO (*God in Nederland* 1996), het Sociaal Cultureel Planbureau (2006), Dr. Wiel Smeets *Tegenstrijdig ongelooft* 2004, *De Toekomst van God* van Adjiedj Bakas 2006, Amsterdam University: *Geloven in het Publieke domein*, 2006 en J. De Hart 2011: *Zwevende gelovigen: oude religies en nieuwe spiritualiteit*,

Inleiding

Dit beleidsplan geeft de ambities weer van de Organisatie voor Hindoe Media voor de periode 2012 – 2015. Het geeft ook de achtergrond aan tegen welke de belangrijkste keuzes zijn gemaakt en de instrumenten die gebruikt zullen worden om de beoogde ambities te bereiken. Het is dus een soort leidraad langs welke OHM tot een inspirerende omroep wil uitgroeien die voornamelijk crossmediaal werkt. In de afgelopen periode is er met het oog hierop flink geïnvesteerd in deskundigheid, programmaontwikkeling en creativiteit. Daarnaast zal OHM meer dan voorheen samenwerking zoeken met andere omroeporganisaties en/of culturele en educatieve instellingen. Niet alleen omdat de Mediawet samenwerking met andere vooral gelijkgestemde omroepen voorschrijft, maar vooral om via krachtenbundeling elkaar te versterken.

OHM wil haar zendopdracht, namelijk “integratie van de Hindoe cultuur in de Nederlandse samenleving”, in de komende periode invullen vanuit het motto: “leven vanuit verbinding”.

OHM wil een kwaliteitsomroep zijn die programma’s maakt die het Hindoe gedachtegoed als grondslag hebben en die toegankelijk zijn voor een brede doelgroep.

Wat is OHM?

OHM is een zendgemachtigde die zijn grondslag vindt in de mediawet artikel 2.42 en die als hoofddoel heeft : “integratie van de Hindoe cultuur in de Nederlandse samenleving”. Het Hindoeïsme vindt zijn oorsprong in India. De programma’s die OHM maakt zijn daarom geïnspireerd op de Hindoe religie, cultuur en filosofie zoals die zich in India en de diasporalanden heeft ontwikkeld.

Er is in de afgelopen jaren veel bereikt op dit gebied. Zo blijkt uit ons eigen onderzoek dat steeds meer autochtone Nederlanders OHM kennen, er naar kijken en regelmatig met OHM interactie plagen om hun visie op onze programma’s kenbaar te maken.

Maar integratie van een gastcultuur in een ontvangende samenleving is een traag proces. Er zijn ook geen eenduidige effectparameters om de voortgang en het effect van integratie van een cultuur te meten. Onze focus op deze doelstelling in de komende jaren zal ervoor zorgen dat onze programma’s nog toegankelijker worden voor een zo breed mogelijke doelgroep.

De Publieke Omroep

De opdracht van de Publieke Omroep is om zoveel mogelijk mensen te bereiken met kwaliteitsprogramma’s op radio, tv en internet; programma’s die bekliven en burgers met elkaar verbinden, hun leven verrijken en die bijdragen aan de opdracht van pluriformiteit en diversiteit. Uitgangspunt van de Publieke Omroep voor de invulling van deze opdracht is: “verassen, verrijken en verbinden”.

OHM binnen de Publieke omroep

OHM wil aan deze doelstellingen een bijdrage leveren vanuit levensbeschouwelijke programma’s die vanuit Hindoe waarden zijn geïnspireerd. Programma’s waarin de kijker het centrum vormt en die uitnodigen tot zelfreflectie. De tijdgeest van nu, die in snel tempo globaliseert en mensen met hun culturen steeds dichterbij elkaar brengt, is meer dan ooit rijp en ontvankelijk voor de universalistische ideeën uit het Hindoeïsme. Dat geldt zeker voor de maatschappelijk betrokken volwassenen. Zij wijzen massaal het collectieve en het uniformistische denken af, en shoppen naar ingrediënten vanuit het beschikbare algehele

wereldwijde gedachtegoed. Om daarmee uiteindelijk een persoonlijk op maat samengesteld mens- en wereldbeeld te ontwikkelen.

Het inclusiviteitsdenken, een belangrijk kenmerk van het Hindoeïsme en ook een programmatisch uitgangspunt van OHM, past in deze “nieuwe” manier van denken. De eigen overtuiging is niet de enige, exclusieve waarheid die tot verlichting leidt. Maar alle overtuigingen zijn op hun specifieke wijze wegen naar verlichting.

“Vasudhaiva kutumbakam”, zegt de Rig Veda, een van de oudste geschriften uit India hierover. Letterlijk: de wereld is een grote familie. De mens is in zijn diepste kern, het Goddelijk deeltje in hem, gelijkwaardig met de ander. Verder zegt dit geschrift, dat de schepping een groot levend energieveld is, waarin elk deeltje, hoe minuscuul ook een daarvoor kenmerkend niveau van bewustzijn heeft. In dit energieveld is alles en iedereen met elkaar tot een “organisch” geheel verbonden. Een uitgangspunt van exclusivisme zoals dat kenmerkend is voor bijvoorbeeld de z.g. Abrahamistische godsdiensten, wordt als onjuist beschouwd. Hun opvatting dat hun visie de enige juiste weg naar verlichting is, staat daarom haaks op het Hindoeïstische idee van inclusiviteit en is in strijd met de natuurlijke geardeheid van de schepping als een met elkaar verbonden geheel. Het verbindende tussen mensen, je diepere essentie en niet wat hem van de ander scheidt, het biologische of het culturele, vormt de grondgedachte van waaruit elk programma van OHM wil communiceren. Met dit eigen perspectief wil OHM een bijdrage leveren aan de doelstelling van de Publieke Omroep : verassen, bekijken en verbinden”.

OHM wil de mensen met de bovenstaande inzichten inspireren tot het ontwikkelen van een besef van verbondenheid met elkaar. Maar ook tot herkenning van onszelf in de ander omdat we in de kiem van ons wezen dezelfde oorsprong hebben en daardoor met elkaar in gelijkwaardigheid verbonden zijn. Dienstbaarheid aan de ander is in feite dienstbaarheid aan jezelf.

OHM en jongeren

Jongeren maken voor hun informatievoorziening gebruik van allerlei beschikbare moderne technologieën, zoals multimedia e.d. Zij staan hierdoor niet alleen in contact met jongeren uit andere landen en culturen, maar zij putten voor hun zelfwording ook uit deze tradities. Ze zijn zelfbewuster; hun levenscontext wordt door een andere nieuwere vorm van sociale infrastructuur bepaald en ze wijzen collectieve vaak op gezag gebaseerde ideeën en instituties af. Individualisering en eclectisch denken zijn processen die hun zelfwording mede definiëren. En ze zijn pragmatisch en zelfredzaam ingesteld⁴. Deze houding weerspiegelt zich niet alleen in hun sociaal maatschappelijke leefwereld, maar ook in hun religieuze en rituele uitingen- en belevingsvormen zijn persoonlijke voorkeuren en eigenheden een bepalende factor (customized rituals).

Het postmoderne denken waarin materieel succes en maakbaarheid de menselijke maat voor de eigen ontplooiing vormen, zijn niet meer de uitgangspunten voor het ontwikkelen van een eigen leefstijl bij jongeren. Er is bij veel jongeren innerlijke twijfel of dit wel het juiste kompas is. Zeker als het gaat om het effect van deze leefstijl op bijv. het klimaat, verdeling van rijkdommen en natuurlijke hulpbronnen, maar ook schoon drinkwater en onderwijskansen in de derde wereld, zijn deze uitgangspunten niet meer bepalend voor hoe zij in het leven staan. Solidariteit, dienstbaarheid en vooral verbondenheid zijn nu medebepalend voor hoe zij zich in het leven positioneren.

⁴ Onderzoek: *Grenzeloze generatie en de opkomst van de BV “Ik”* door Frits Spangenberg

Tegelijkertijd blijkt uit vele onderzoeken dat de belangstelling voor spiritualiteit, ook onder jongeren juist toeneemt⁵.

OHM wil jongeren ten aanzien van deze ontwikkelingsprocessen inzichten in de vorm van waarden en grondbeginselen uit de Hindoe-traditie aanreiken, die wellicht kunnen bijdragen aan het vinden van antwoorden inzake vragen rond de vorming van een eigen identiteit en leefstijl. En die een bijdrage leveren aan de bevordering van hun persoonlijke innerlijke harmonie.

Waarden

Ohm stelt de volgende waarden centraal in haar programma's

- 1 Geweldloosheid (ahimsa) in woord, motoriek en gedachte.
- 2 Respect: jezelf in de ander herkennen en hem/haar als jezelf bejegenen.
- 3 Onthechting (tyag): handelen, zonder verwachtingen. Je niet laten beheersen door drang naar bezit, macht, etc.
- 4 Dharma (hindoe-ethiek) : leefhouding die erop gericht is de innerlijke harmonie bij de ander niet te schaden, maar op zijn minst te behouden of te bevorderen.
- 5 Karma: individuele verantwoordelijkheid voor alles wat je doet, denkt en zegt en het causale verband ervan voor mogelijke gevolgen.
- 6 Nyam en yama

Yama: code voor sociaal gedrag dat gericht is op verbinding met je omgeving.
Nyama: persoonlijke discipline die gericht is op dienstbaarheid.

Missie

OHM is een levensbeschouwelijke media-organisatie die midden in de samenleving wil staan en die zich laat inspireren door het Hindoeïstische , niet dogmatische gedachtegoed. Vanuit haar inspiratie wil OHM een bijdrage leveren aan de totstandkoming van een ontspannen samenleving waarin respect en ontplooiing belangrijke pijlers zijn.

De kerngedachte hiervoor is de mantra aan het begin van de Rig Veda namelijk : "O mens, wordt mens". Het is een oproep aan de mens om zich vanuit aanvankelijk een puur biologisch wezen te ontwikkelen tot een intellectueel en spiritueel wezen, waarin het biologische, het intellectuele en het spirituele in samenhang en evenwicht met elkaar bepalen wie en wat je bent. Volgens het Hindoeïsme is ontwikkeling de natuurlijke geaardheid van de schepping als geheel en van alle schepselen. Het is een proces dat alleen stopt als de schepping of het schepsel ophoudt te bestaan. OHM wil vanuit deze kerngedachte kwaliteitsprogramma's ontwikkelen die de mensen inspireren tot: kennis, reflectie, dialoog , respect en dienstbaarheid. Vaardigheden die de basis vormen voor ontwikkeling. Doorleefde en authentieke content vormen hiervoor de belangrijkste ingrediënten. OHM baseert zich bij al haar werk op de Hindoeïfilosofie zoals verwoord in de Veda's, de Upanishads, de Purana's, de Ramayana, de Mahabharata en de Bhagavad Gita.

⁵ Dr. Smeets : *Tegenstrijdig Ongeloof* 2009; Sociaal Cultureel Planbureau : *God in Nederland 1996* ; G.Dekker & T. Bernst : *God in Nederland 2006*)

Visie

De Hindoeïfilosofie biedt inzichten die universeel van aard zijn en die van belang kunnen zijn voor de verdere ontwikkeling van de Nederlandse samenleving. Omdat het andere of zelfs “nieuwe” inzichten aanreikt dan de tot nu toe over het algemeen bekende, met name die uit het Christendom. Inzichten die een dimensie toevoegen aan het maatschappelijk debat; bijv. ten aanzien van omgaan met nieuwe technologische ontwikkelingen of veranderende wijzen van interactie tussen mensen. OHM hoopt hen hiermee te inspireren tot actief burgerschap in zowel de Nederlandse als de eigen Hindoestaanse gemeenschap. Door inzichten en geschriften uit de eigen traditie te communiceren wil OHM jongeren helpen in hun identiteitsvorming en zelfwording. Niet alleen wordt het inzicht in het eigene hiermee verdiept, ook het begrip voor het andere wordt groter.

Bekendheid

In de afgelopen jaren heeft OHM zich als omroep in de eigen doelgroep goed kunnen inbedden. Zo blijkt uit het onderzoek, gedaan op Milan in 2008, dat OHM onder 100% van de ondervraagden bekend is en dat het grootste deel ervan ook regelmatig naar OHM kijkt⁶. Uit weer andere onderzoeken⁷, blijkt dat het aantal zinzoekers en geïnteresseerden in spiritualiteit onder de autochtone bevolking toeneemt. Voor deze groep zou OHM ook een betekenis kunnen hebben. Wil OHM dit doen, dan zal zij onder deze groep kijkers meer bekendheid moeten krijgen.

Wil OHM deze nieuwe groep potentiële kijkers aan zich binden en hen kennis laten maken met de rijke Hindoespiritualiteit, dan zal OHM toch eerst bekendheid onder deze groep moeten krijgen. Een nieuw communicatieplan moet ons hierin helpen.

Doelgroepen

Uitgaande van het profiel dat in dit beleidsplan wordt beschreven van de samenleving als geheel, maar vooral van de Hindoegemeenschap in Nederland in het bijzonder, is het logisch dat OHM zich in de periode 2012 – 2015 richt op de twee volgende doelgroepen:

- 1 Maatschappelijk betrokkenen. Deze doelgroep bestaat uit zowel jong als oud. Zij voelen zich heel erg betrokken bij de huidige stand van zaken in de wereld om hen heen. Hetgeen tot uitdrukking komt in een sterke behoefte aan een andere, meer solidaire en verantwoorde manier van leven. Ze zijn wel gericht op succes en gaan voor een maximale zelfredzaamheid.

Domein: maatschappij en samenleving (jong en oud)

- 2 Zinzoekers. Ook deze doelgroep bestaat uit jong en oud. Zij voelen een sterke drang naar spirituele ontwikkeling met als doel te werken aan hun eigen verlichting. Hun interactie met de wereld om hen heen wordt bepaald door waarden als verbondenheid, liefde en dienstbaarheid. Maatschappelijke ontwikkeling is in tegenstelling tot de hierboven genoemde groep vaak dienstbaar aan hun spirituele leefhouding.

Domein: spiritualiteit en samenleving (jong en oud)

⁶ Uitgevoerd door OHM

⁷ KRO, God in Nederland

OHM in de toekomst

De Nieuwe Mediawet (juni 2011) bepaalt dat de 2.42 omroepen een geïntegreerd deel moeten gaan vormen met een andere geestverwante omroep. OHM heeft als samenwerkingspartner gekozen voor de NTR: omdat dit een taakomroep is zonder leden, die in opdracht van de overheid programma's maakt over de multiculturele samenleving en die OHM in de nieuwe samenwerkingsformule redactionele onafhankelijkheid garanderen.