

Universiteit Gent
Opleiding Afrikaanse Talen en Culturen
Academiejaar 2005-2006

**“Authentieke stammen en ongerepte natuur”:
Afrikaanse ‘reality’ in media en toerisme
Case-study: Oeganda**

Promotor: Dr. Karel Arnaut

Verhandeling, voorgelegd voor het behalen van de graad van licentiaat in de Afrikaanse Talen en Culturen door Renilde Seyssens.

Inhoudstafel

<u>Inhoudstafel.....</u>	<u>1</u>
<u>Voorwoord.....</u>	<u>3</u>
<u>Algemene Inleiding.....</u>	<u>4</u>
<u>Deel 1: De verbeelding en positie van Afrika in een globaliserende wereld.....</u>	<u>7</u>
<u>1.1. Toepassing van verschillende ideologieën in de context van de kolonisatie.....</u>	<u>7</u>
<u>1.2. Dekolonisatie: de belofte van ‘ontwikkeling’ en ‘moderniteit’.....</u>	<u>9</u>
.....	<u>10</u>
<u>1.3. De status van ‘modern’ Afrika in de globale orde.....</u>	<u>10</u>
<u>1.4. ‘Modern’ Afrika in media en toerisme.....</u>	<u>12</u>
<u>1.5. ‘Authenticiteit’ en ‘realiteit’ in toerisme en media.....</u>	<u>14</u>
<u>Deel 2: Afrikaanse ‘realiteit’ in toerisme: “Reis naar primitieve stammen en ongerepte natuur”.....</u>	<u>17</u>
<u>2.1. Economische en socioculturele aspecten van toerisme.....</u>	<u>17</u>
<u>2.2. De paradox van toerisme: Over droomsafari’s en comfortabel avontuur.....</u>	<u>22</u>
<u>2.3. ‘Echt op reis’ naar authentieke Afrikaanse bestemmingen.....</u>	<u>24</u>
<u>2.4. ‘An elegant adventure’ in Oeganda.....</u>	<u>30</u>
<u>2.4.1. ‘The pearl of Africa’.....</u>	<u>30</u>
<u>2.4.2. Ecotoerisme en Kabarole Tours.....</u>	<u>32</u>
<u>Deel 3: Afrikaanse ‘realiteit’ in reality-tv: “Kijk naar moderne mensen bij primitieve stammen”.....</u>	<u>36</u>
<u>3.1. Een specifieke vorm van populaire media: Reality-tv.....</u>	<u>36</u>
<u>3.2. De semiotiek in de productie van ‘Afrikaanse’ reality-tv.....</u>	<u>41</u>
<u>3.2.1. ‘De boeiende cultuurschok’ in Toast Kannibaal.....</u>	<u>41</u>
<u>3.2.3. ‘In de voetsporen van Stanley’ in Stanley’s Route.....</u>	<u>43</u>
<u>3.2.3. Analyse van de semiotiek: Toast Kannibaal en Stanley’s Route.....</u>	<u>49</u>
<u>3.3. De ‘reality’ van Toast Kannibaal volgens de familie Beernaert.....</u>	<u>52</u>
<u>3.4. Toast Kannibaal en Stanley’s Route ter discussie.....</u>	<u>58</u>
<u>Deel 4: De verbeelding en positie van Afrika in ‘Menselijke Zoos’.....</u>	<u>66</u>
<u>4.1. Het fenomeen van de ‘zoos humains’ in de 19e en 20e eeuw.....</u>	<u>66</u>
<u>4.2. De betekenis van ‘menselijke zoos’ in de 21e eeuw.....</u>	<u>70</u>
<u>4.3. Hedendaagse ‘menselijke zoos’: ‘The African village’ in de Augsburg Zoo.....</u>	<u>73</u>

<u>4.4. Hedendaagse ‘menselijke zoos’ in toerisme en reality-tv: ‘Pigmy land’ in Oeganda...</u>	<u>78</u>
<u>Algemeen besluit.....</u>	<u>91</u>
<u>Bibliografie.....</u>	<u>93</u>
<u>Bijlagen.....</u>	<u>101</u>
<u>Bijlage 1: Interviews.....</u>	<u>101</u>
<u>Bijlage 2: Reisbrochures.....</u>	<u>116</u>
<u>Bijlage 3: Folder UCOTA.....</u>	<u>117</u>
<u>Bijlage 4: Kabarole Tours.....</u>	<u>118</u>
<u>Bijlage 5: Mpora Rural Family.....</u>	<u>119</u>

Voorwoord

Aan het eindresultaat van deze thesis is veel werk voorafgegaan. Gelukkig kreeg ik tijdens mijn thesisonderzoek en tijdens het schrijven zelf veel steun van heel wat mensen. In dit voorwoord wil ik hen dan ook bedanken.

In de eerste plaats bedank ik mijn promotor Dr. Karel Arnaut voor de professionele hulp bij de voorbereiding van mijn thesisonderzoek en het schrijven van mijn thesis. Zijn grote interesse in mijn onderwerp en de inzichten die hij me gaf tijdens onze gesprekken waren essentieel voor het uiteindelijke resultaat.

Mijn onderzoek in Oeganda is slechts geslaagd door de lokale ondersteuning die ik daar kreeg. Ik dank hiervoor Paul, bij wie ik in Fort Portal kon logeren; Olive en haar familie die me verwenden met fantastische maaltijden; Azoli Bahati; de mensen van Kabarole Tours en van Lake Nkuruba die ervoor zorgden dat ik mijn onderzoek bij hen kon uitvoeren; en alle andere mensen in Oeganda die op één of andere manier iets voor mij hebben betekend tijdens die drie maanden.

Verder dank ik vooral mijn ouders die me de kans hebben gegeven om verder te studeren en die me ongelooflijk hebben gesteund tijdens mijn studie. En ik dank mijn vriend Richard die me voor sommige denkplaatjes op het juiste spoor zette en me alles hielp relativiseren. Ik bedank ook mijn broer Ward, die me heeft geholpen met de transcripties en met het kritisch nalezen van mijn thesis en ook tante Mie, die mijn thesis zuiverde van spellingsfouten en al de anderen die bereid waren om hier en daar een stukje van mijn thesis te lezen. En ik dank Lotte en Caroline die een grote hulp waren bij de eindredactie. Tot slot wil ik iedereen bedanken die ik hier nog zou vergeten zijn.

Algemene Inleiding

De opzet van deze thesis is na te gaan hoe de hedendaagse representatie van Subsaharisch Afrika in het Noorden tot veralgemeningen en vooroordelen kan leiden over het continent en zijn bewoners en wat de mogelijke gevolgen hiervan zijn. De hedendaagse voorstelling is namelijk gestoeld op stereotiepe opvattingen, die zijn ontstaan vanaf de eerste kennismaking met Afrika, en die sindsdien weinig zijn veranderd. Afrika werd en wordt verbeeld als ‘meest exotische continent’ en Afrikanen als ‘ultieme anderen’. Een ontkenning van gelijktijdigheid en een nadruk op verschillen dragen bij tot dat soort (ver)beeld(ing). Ik onderzoek hoe dit soort discours mogelijk bijdraagt tot een categorisering en uitsluiting van Afrikaanse ‘anderen’. Om dit na te gaan, is het nodig om drie zones van exclusie te onderkennen die in constante interactie zijn met elkaar: exhibition/uitstalling, export/uitvoer en exclusion/uitsluiting (Arnaut, 2006)¹. Uitstalling is van cultureel-mediatische aard en houdt in dat Afrikanen zich te kijk stellen. Uitvoer is van politiek-economische aard en bestaat in het ongelijke handelsverkeer van mensen en goederen. Uitsluiting is van sociaal-morele aard en bestaat uit grenzen die reizende Afrikanen met zich mee lijken te nemen. Ik neem als uitgangspunt de cultureel-mediatische zone en onderzoek op welke manier de uitsluiting in die zone is ontstaan en blijven bestaan. Ik verwijs ook naar de samenhang met vernoemde processen van politiek-economische en sociaal-morele aard.

De focus van mijn thesis ligt op toerisme en media, twee belangrijke fenomenen in het postmodernisme die zijn gegroeid vanuit het kapitalistisch systeem. Beiden gebruiken vanuit een commercieel oogpunt ‘exotisme’ als belangrijkste element in hun voorstelling van Subsaharisch Afrika. Ik analyseer de mogelijke stereotypering die hiermee gepaard gaat in vormen van representatie in toerisme en media. Vervolgens ga ik na hoe dit soort voorstelling in praktijk al dan niet een discursief karakter heeft en dus mogelijk leidt tot een categorisering en uitsluiting van Afrikaanse mensen. Een extreme vorm van (vaak letterlijke) uitstalling bestaat uit het fenomeen van de ‘menselijke zoos’. Dit is niet enkel een uiting van een 19^e en 20^e eeuwse westers superioriteitsgevoel, er bestaan ook eigentijdse versies van dit fenomeen. Voor een analyse van de manier waarop deze hedendaagse menselijke zoos zich manifesteren, val ik eveneens terug op media en toerisme, meer bepaald reality-tv en cultureel toerisme.

In functie van deze thesis deed ik in juli-oktober 2005 onderzoek in Oeganda. Dit onderzoek vond voornamelijk plaats in het westen van Oeganda in de regio van de Rwenzori-bergen. Ik werkte er samen met een lokale reisorganisatie die vanuit Fort Portal verschillende

¹ <http://www.afrikaverteld.be/>

toeristische projecten organiseert. Ik bezocht de meeste van die projecten en spendeerde vooral tijd op één bepaalde plaats, Lake Nkuruba Nature Reserve, waar ik tijdens mijn verblijf interviews deed en informele gesprekken had met toeristen. Tijdens deze periode was men in Oeganda ook bezig met de opnames van een reality-tv reeks, Stanley's Route. Ik kwam in contact met de productieploeg van dit programma toen zij in de regio waar ik verbleef op prospectie waren. Op die manier had ik de kans om de voorbereidingen voor het filmen mee te volgen. Naast de gegevens die ik verzamelde tijdens dit onderzoek in Oeganda, nam ik ook een interview af met een familie die meewerkte aan een andere reality-tv reeks, 'Toast Kannibaal', en met iemand uit de productieploeg van 'Stanley's Route'.

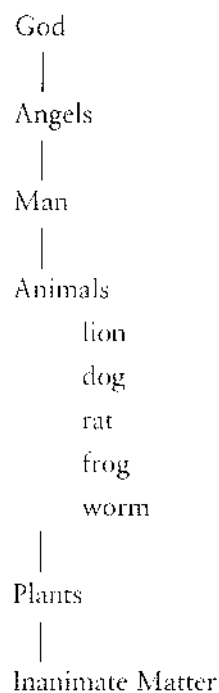
De onderzoeksvraag van mijn thesis, zoals hierboven geformuleerd, werk ik verder uit in vier delen. In een eerste deel beschrijf ik het theoretische uitgangspunt van mijn onderzoek. Eerst bespreek ik bepaalde ideologieën die in het Westen de vroegere beeldvorming over 'anderen' bepaalden. Vervolgens leg ik uit welke veranderingen deze ideologieën mogelijk hebben ondergaan, op welke manier zij vandaag aanwezig zijn en welke rol media en toerisme hierin spelen. In deel twee focus ik op toerisme. Ik bespreek de socioculturele en economische aspecten van internationaal toerisme en de representatie van Subsaharisch Afrikaanse bestemmingen. De nadruk in dit deel ligt op toerisme in Oeganda: Ik beschrijf de algemene 'tourism policy' van dit land en de werking van de lokale ecotoeristische reisorganisatie 'Kabarole Tours'. Ter illustratie gebruik ik in dit deel de interviews die ik deed met toeristen in Oeganda. Ook leg ik uit wat wordt bedoeld met de toerisme-paradox en welke ambivalenties hieruit voortkomen. Deel drie gaat over media, meer bepaald reality-tv, met betrekking tot Subsaharisch Afrika. Eerst geef ik een beschrijving van wat men verstaat onder reality-tv en vervolgens bespreek ik de semiotiek van reality-tv in relatie tot Afrika. Dit doe ik aan de hand van een analyse van twee programma's, Stanley's Route en Toast Kannibaal, die geheel of gedeeltelijk werden geproduceerd in Afrika. Ik ga ook dieper in op wat de betekenis is van 'reality' in deze programma's voor de verschillende betrokken partijen. In de loop van dit deel gebruik ik informatie uit de media en internetforums en interviews met deelnemers van Toast Kannibaal en een productie leider van Stanley's Route. In deel vier bespreek ik de verbeelding en positie van Afrika in 'menselijke zoos'. Ik leg eerst uit hoe dit fenomeen vorm kreeg in de 19^e en 20^e eeuw en dan maak ik een analyse van de betekenis van hedendaagse menselijke zoos. Deze analyse doe ik aan de hand van twee voorbeelden van uitingen van deze zoos vandaag. Een eerste voorbeeld is 'the African village' in de Augsburg zoo. Een tweede voorbeeld is er één uit mijn onderzoek in Oeganda en gaat over de rol die de Basua-Pygmeeën spelen in cultureel toerisme en reality-tv. Ter illustratie gebruik ik voorbeelden uit

een interview met ‘culturele toeristen’ en voorbeelden uit het genoemde interview met één van de productieiders van Stanley’s Route.

Deel 1: De verbeelding en positie van Afrika in een globaliserende wereld

1.1. Toepassing van verschillende ideologieën in de context van de kolonisatie

Hoe is het karikaturale en stereotyperende beeld van Subsaharisch Afrika ontstaan en blijven bestaan en hoe werd het gebruikt en misbruikt in de geschiedenis van het continent? Hiervoor keer ik terug naar de idee van de ‘Great Chain of Being’, die later aan Evolutionisme werd gelinkt. De evolutionistische ideologie kon men vervolgens gebruiken als legitimatie voor de kolonisatie van het Afrikaanse continent. De idee achter de ‘Great Chain of Being’ is de opvatting dat de verschillende levensvormen op deze wereld een grote en continue ketting vormen, gerangschikt van hoog naar laag, die onveranderlijk is (Ferguson, 2005; In: Loomba et al.:169).



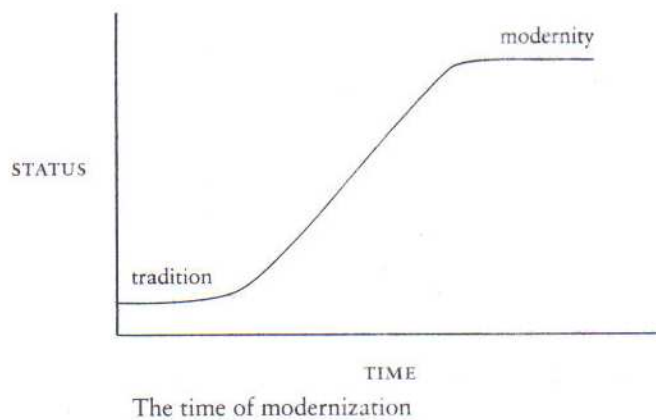
The Great Chain of Being.

Adapted from A. O. Lovejoy, *The Great Chain of Being*, 1936

Figuur 1: Ferguson, 2005; In: Loomba et al.:170

In de 19^e eeuw ontstonden evolutionistische schema's waarin een temporele historische opeenvolging werd verondersteld. Deze evolutionisme-ideologie werd vervolgens ingepast in het oudere teleologische concept van de ‘Great Chain of Being’, wat een transformatie inhoudt van een tijdloze indeling naar een progressieve temporele opeenvolging. Het raciale

denken in zijn moderne vorm in het 18^e en 19^e eeuwse Europa hield dus in dat veronderstelde ‘raciale types’ van de homo sapiens in een dergelijk evolutionistisch schema werden geplaatst (Ferguson, 2005; In: Loomba et al.).



Figuur 2: Ferguson, 2005; In: Loomba et al.:168

Met andere woorden ging men ervan uit dat er mensen bestonden op deze wereld die zich nog vooraan op de evolutionistische tijdsas bevonden en konden evolueren naar een verder stadium tot aan het andere uiterste, waar de ‘moderne’ westerse mens zich reeds bevond. Wanneer men evolueerde in de tijd, ging dit automatisch gepaard met een hiërarchische evolutie van ‘traditie’ naar ‘moderniteit’. Het concept ‘ras’ kent hier zijn oorsprong. Het werd in de context van slavernij en kolonialisme gebruikt voor het etiketteren van gekoloniseerde anderen. Die etikettering houdt in dat men de wereldbevolking onderverdeelde in verschillende categorieën mensen in termen van fysieke verschillen. Men ging ervan uit dat die verschillen de gehele biologische en psychologische gesteldheid en zelfs de intelligentie van een individu reflecteerden.

De hele beschavingsidee van de kolonisatie van Afrika was gestoeld op de hierboven beschreven ontwikkelingsgedachte. De overheersing van een groot deel van de wereld door enkele Europese imperia ging gepaard met de rotsvaste overtuiging van de absolute morele en culturele superioriteit van de westerse beschaving. Men geloofde algemeen dat de geschiedenis van de mensheid zich kenmerkt door een doelgerichte ontwikkeling van wildheid naar beschaving, een ontwikkeling van ‘laag’ naar ‘hoog’, en er bestond geen enkele twijfel over dat de Afrikaanse volkeren, evenals andere ‘primitieven’ pas aan het begin van deze ‘Vooruitgang’ stonden (Corbey, 1989:13-14). De feitelijke kolonisatie van het landschap werd begeleid door een discursieve of ideologische kolonisatie (Corbey, 1989: 55). De stereotiepe verbeelding van Afrika en zijn bewoners diende een vorm van propaganda die de

kolonisatie van ‘onderontwikkelde anderen’ rechtvaardigde. De koloniale representatie veronderstelde een afstand van anderen in tijd en ruimte. Naar de ruimte werd verwezen in termen van een ‘ongerepte’, ‘natuurlijke’ omgeving. Afrika zelf kreeg de naam ‘donker continent’. En ook de tijd werd kwalitatief gestructureerd met verwijzingen naar de nacht, die een sfeer van ‘wildheid’ onderschreven. Het licht van het geloof of van de (verlichtende) rede was een krachtige metafoor in het kader van kerstening en beschaving van het donkere continent (Corbey, 1989:67). Het beeld van de ander is in feite een articulatie van een even imaginair Europees ethnocentrisch zelfbeeld, dat hier omgekeerd wordt: de anderen zijn wat wij niet (willen) zijn. Een negatief beeld van de ander overheerste, hoewel er meestal ook een moment van fascinatie meespeelde. In het kader van kritiek op de eigen beschaving kwam namelijk een even stereotiep, maar nu positief beeld tot uitdrukking: de nobele, door beschaving onbedorven natuurmens (Corbey, 1989:156-157). In het licht van de hierboven beschreven ideologieën moet men ook het ontstaan van ‘menselijke zoos’ begrijpen. Vanaf begin 19^e eeuw begon men, in de eerste plaats vanuit een nieuwsgierigheid naar ‘exotisme’, naast exotische dieren ook exotische mensen tentoon te stellen in het Westen. Deze menselijke zoos groeiden mee met de verschillende gangbare ideologieën en dienden op een gegeven moment bijvoorbeeld de beschavingsidee van het kolonialisme.

De wetenschappelijke en niet-wetenschappelijke opvatting over het verschil tussen Afrika en het Westen was dus lange tijd een anachronistisch relaas. Daarin werd Afrika als een continent van achtergesteldheid en onvolledige ontwikkeling gezien en buiten het heden geplaatst. Kortom de ‘moderniteit’ van het Westen versus de ‘traditionaliteit’ van het Zuiden, beschaving versus wildheid. Dit stereotiepe discours is nog steeds aanwezig in de voorstelling van en ideeën over ‘modern’ Afrika, maar we zullen hieronder zien dat het tijdsaspect er steeds minder een rol in speelt.

1.2. Dekolonisatie: de belofte van ‘ontwikkeling’ en ‘moderniteit’

Tijdens de dekolonisatieperiode na de Tweede Wereldoorlog, werd de progressieve natuur van de historische tijd als vanzelfsprekend beschouwd. Vanuit die idee konden naties anticiperen op hun geleidelijke opkomst in de globale orde via een natuurlijk proces van ‘ontwikkeling’ (Ferguson, 2005; In: Loomba *et al.*). In de moderniseringstheorie, die dus staat voor een geleidelijke overgang van ‘primitief’ naar ‘beschaafd’, gaat men er van uit dat er verschillende noodzakelijke elementen nodig zijn voor deze overgang naar de ‘moderne gemeenschap’. In de context van de dekolonisatie en de onafhankelijkheidsbewegingen

vormde de moderniseringstheorie een legitimatie voor de plotse terugtrekking van koloniale machten. Deze terugtrekking hield voor de kolonies de belofte in dat zij vanaf dan langzaam zouden kunnen evolueren tot het ‘moderne’ stadium van de Westerse landen. Onder het mom van ‘modernisering’ en ‘globalisering’ ontstonden de idee van ‘nation-building’ en economische ontwikkelingsprogramma’s (Ferguson, 2005; In: Loomba et al.). Deelname hieraan werd dus voorgesteld als een mogelijkheid voor Afrika om een plaats te krijgen binnen het globale kapitalistisch systeem.

Zowel binnen het wetenschappelijke als binnen het niet-wetenschappelijke denken vandaag heeft men het nog steeds moeilijk met de link tussen Afrika en zogenaamde ‘moderniteit’. Ferguson stelt in zijn artikel ‘Decomposing Modernity: History and Hierarchy after development’ een decompositie van moderniteit voor op twee vlakken: een eerste op het vlak van historische tijd en een tweede op het vlak van hiërarchie. De eerste decompositie opent binnen de antropologie een mogelijkheid om uit te gaan van ‘parallele moderniteiten’. Dit wil zeggen dat men veronderstelt dat verschillende lokaliteiten hun eigen trajecten principieel gelijktijdig afleggen. Wanneer men bijvoorbeeld kijkt naar de consumptie van Indiase film in Nigeria, kan men dit beschouwen als een parallele moderniteit in die zin dat deze film de westerse moderniteit niet nodig heeft. De tweede decompositie zorgt voor een detemporalisering van hiërarchie: een hiërarchische status wordt niet langer gezien als ‘niveau van vooruitgang’, maar als een vaste positie in de globale orde. Er is sprake van een herverdeling van de ruimte en het is volgens Gupta en Ferguson nodig: “(...) to theorize how space is being *reterritorialized* in the contemporary world (Gupta & Ferguson, 1992:20, cursief in origineel). Hieronder zet ik de idee achter deze decompositie van ‘moderniteit’ door Ferguson verder uiteen. Vervolgens leg ik het verband uit met media, toerisme en hedendaagse ‘menselijke zoos’.

1.3. De status van ‘modern’ Afrika in de globale orde

Volgens Ferguson hebben de hierboven beschreven ontwikkelingsmodellen nu veelal hun geloofwaardigheid verloren. Het temporele karakter is achterhaald en daardoor zijn veel zogenaamde ‘ontwikkelingslanden’ hun geloof in de opeenvolging van verschillende niveaus verloren. Binnen de antropologie is men vanuit dit inzicht, zoals gezegd, meer gaan focussen op parallele ‘moderniteiten’: verschillende, gelijktijdige, moderne culturen. Ferguson wijst op het gevaar dat men door teveel nadruk op deze ‘alternative modernities’ iets heel

belangrijks uit het oog verliest, namelijk het ontstaan van nieuwe soorten temporalisering in het proces van decompositie. Want wanneer status en hiërarchie worden losgekoppeld van tijd, gebeurt er een herkoppeling aan ruimte. De hele problematiek van hiërarchie van het evolutionisme is dus niet opgelost. Er bestaan met andere woorden verschillende lokaliteiten in hiërarchie tegenover elkaar, maar deze hiërarchie is niet langer in tijd te situeren. Zoals gezegd is het belangrijk om inzicht te krijgen in de manier waarop een herverdeling van de ruimte gebeurt en wat de mogelijke gevolgen hiervan zijn. De basisverdienste van de vooropgezette ontwikkeling was socio-economische convergentie, maar vandaag de dag is duidelijk dat sommige plaatsen een rol krijgen in dit convergentieproces en andere niet. Het ruimtelijke aspect maakt namelijk dat er toezicht wordt gehouden op de grenzen van statusgroepen. Hierin zit de paradox van de zogenaamde ‘globalisering’ vervat: de wereld van vandaag verbeeldt zichzelf als op het toppunt van wereldwijde connectie en communicatie, maar tegelijk is er een sterke afbakening van ruimtelijke grenzen, wat leidt tot sociale uitsluiting. De mogelijkheid om aan de sociale situatie te ontsnappen is in die zin verschoven van temporele ontwikkeling naar ruimtelijke verplaatsing, van ‘progress’ naar ‘egress’ (Ferguson, 2005; In: Loomba et al.). Op die manier zijn Afrikaanse mensen en plaatsen dus geglocaliseerd: ze nemen deel aan de globalisering, maar ze zijn gebonden aan de locatie die hun status in de globale orde bepaalt, tenzij ze zich ruimtelijk verplaatsen (wat Ferguson ‘egress’ noemt). En zelfs als ze zich verplaatsen, lijken Afrikanen hun grenzen met zich mee te nemen en krijgen ze desondanks te maken met sociale uitsluiting. Afrika wordt dus op afstand gehouden waardoor het gevoel van verbondenheid en lidmaatschap in de ‘wereldgemeenschap’ voor Afrikanen minimaal is (Ferguson, 2002).

We zouden kunnen stellen dat het stereotiepe denken over Afrika als extreem ‘anders’ nog slechts deels kan worden gelinkt met een 19^e eeuwse evolutie-ideologie. Dit discours vormt nu bovendien een zekere legitimatie voor de lage globale status van het continent, die als evident wordt beschouwd. In het kader hiervan kan men bijvoorbeeld de hedendaagse trend van de ‘armoedebestrijding’ analyseren. De term zelf impliceert dat armoede niet langer kan verholpen worden door ontwikkeling. Armoede is in die zin een toestand geworden, een ‘natuurlijke’ staat die slechts kan veranderen door de uitroeiing ervan. In plaats van een ontwikkelingsbeleid voor het verhelpen van de armoede voert men vandaag een strijd tegen de armoede (Mestrum, 2005). Deze verschuiving in het beleid van ontwikkelingssamenwerking weerspiegelt de algemene verandering, die ik hierboven beschreef, van een temporele naar een ruimtelijke hiërarchie. De link tussen armoede en Afrika vandaag is van ruimtelijke aard, in het Afrika van vandaag *is* men arm. Het is een

gegeven dat (net zoals bijvoorbeeld droogte of oorlog) als natuurlijk, als normaal wordt beschouwd in relatie tot de Afrikaanse ruimte.

1.4. 'Modern' Afrika in media en toerisme

Media en toerisme zijn twee belangrijke fenomenen in de 'globaliserende' wereld. Beiden kennen reeds een lange geschiedenis in relatie tot Afrika. Vanaf het moment dat de eerste ontdekkingsreizigers er voet aan wal zetten, circuleren er verhalen en afbeeldingen over het 'zwarte' continent en zijn bewoners. De Europese beeldvorming kristalliseerde een kern van 'waarheid', feilloos geselecteerd uit een enorme massa van minder sensationele gegevens met betrekking tot het gigantische Afrikaanse continent (Corbey, 1989:79). Bepaalde mythen die toen zijn ontstaan, spelen nog steeds een rol in de representatie van Afrika. Ook de evolutie-ideologie van de kolonisatieperiode en de ontwikkelingsmodellen van de dekolonisatie, zoals hierboven beschreven, hebben tot op vandaag een invloed op het ideeëngoed over Afrika. Hedendaags Afrika werd en wordt nog steeds voorgesteld als meest exotische continent en Afrikanen als de ultieme 'anderen'. Zoals gezegd is dit geen onschuldige voorstelling. Binnen media en toerisme is de stereotiepe representatie van Afrika dus niet nieuw. Wel nieuw is, zoals ik hierboven uitlegde, het feit dat deze visie op Afrika minder gelinkt wordt aan een temporeel kader, waardoor het continent nu wordt gezien als op een natuurlijke manier overgeleverd aan rampspoed. In de populaire ideologie en de journalistieke benadering van Afrika vandaag bijvoorbeeld focust men op zaken die als bewijs gelden van hoe 'die plaatsen daar' zijn (Ferguson, 2005; In: Loomba et *al.*).

Economisch gezien zijn zowel de media- als toerisme-industrie in handen van de meest welvarende landen. Dit impliceert dat de visie en belangen van deze landen de media- en toerisme-markt domineren. Het betekent eveneens dat zij de grenzen bepalen en afbakenen waarbinnen media en toerisme functioneren. Plaatsen op de wereld vormen zones van inclusie en exclusie, aldus Mbembe. Hij stelt dat de ervaring van Afrikanen vandaag niet eenvoudig te herleiden is tot economische onderontwikkeling. Economie houdt voor hen eveneens in: "(...) desired goods that are known (...) but to which one will never have material access" (In: Ferguson, 2005; Loomba et *al.*:179). De opkomst van het kapitalisme heeft nieuwe vormen van geografisch onderscheid met zich meegebracht. David Harvey legt de volgende theoretische linken tussen ruimte en kapitalisme:

“Capitalism also ‘encounters barriers with its own nature’, which force to produce new forms of geographical differentiation. (...) the development of the space economy of capitalism is beset by counterposed and contradictory tendencies. On the one hand spatial barriers and regional distinctions must be broken down. Yet the means to achieve that end entail the production of new geographical differentiations which form new spatial barriers (...)” (Harvey, 1985:11, In: Watts, 1992:120).

Deze productie van nieuwe ruimten gaat, zoals hierboven vermeld, gepaard met nieuwe ervaringen van tijd en ruimte. Globalisering en hyperconnectie zorgen niet voor het verdwijnen van lokale verschillen of identiteiten, maar herwaarderen en reproduceren plaatsen. Zo genereren zij nieuwe manieren waarop plaatsen en mensen betekenis geven en krijgen (Swyngedouw, 1989, In: Watts, 1992: 122). Het resultaat is dus niet zozeer globalisering, maar veeleer glocalisering waarbij ‘het lokale’ wordt hersteld, verpakt en verkocht (Swyngedouw, 1988; In: Coleman en Crang, 2002). Een belangrijk kenmerk van het hedendaags kapitalisme is deze consumptie. De globale consumptie zorgt ervoor dat alles kan worden aangeboden en verkocht op de wereldmarkt. Dit proces noemt men commodificatie. In media en toerisme is er sprake van een commodificatie van plaatsen en mensen aan de hand van een productie van lokale culturen en een commercialisering van verschillen. De nadruk ligt hierbij vooral op de confrontatie tussen verschillende culturen en de onverzoenbaarheid die daaruit zou voortvloeien. Dit leidt tot een naturalisering van de link tussen Afrika en ‘exotisme’ en een normalisering van cultuurverschillen. Het stereotiepe discours over Afrika krijgt op die manier een categoriserend en discursief karakter. Opvallend binnen de ‘exotische’ verbeelding van Afrika is ook de nadruk op authenticiteit en realiteit. Via een authenticiteitsclaim wil men binnen media en toerisme aantonen dat men ‘de echte Afrikaanse realiteit’ weergeeft. Men doet op die manier de belofte aan de kijker of toerist dat zij een echte, authentieke Afrikaanse ervaring zullen beleven. In 1.5. ga ik hier verder op in.

Ik zie in de bespreking van volgende delen media en toerisme als dynamische gegevens. Dit wil zeggen dat ik er niet vanuit ga dat de beoogde toeristen en kijkers het aangeboden discours op een passieve, kritiekloze manier ervaren. Ik leg integendeel de nadruk op hun ‘agency’ en actieve deelname aan de (re)productie van het Afrikaanse discours. Ferguson en Gupta wijzen in ‘Beyond ‘culture’: Space, identity, and the politics of difference’ op het aandeel van consumenten in de culturele industrie:

“Recent work in cultural studies has emphasized the dangers of reducing the reception of multinational cultural production to the passive act of consumption. (...) the opposite danger of *celebrating* the inventiveness of those ‘consumers’ of the culture industry who fashion something quite different out of products marketed to them,

reinterpreting and remaking them (...) and sometimes in a direction that promotes resistance rather than conformity.” (Gupta & Ferguson, 1992:19, cursief in origineel)

Het is dus van belang na te gaan hoe de beoogde ‘consumenten’ het aangeboden product herinterpreteren en reproduceren. Dit kan vervolgens aantonen in hoeverre een bepaald discours in de praktijk al dan niet een discursieve, categoriserende betekenis heeft.

1.5. ‘Authenticiteit’ en ‘realiteit’ in toerisme en media

In media en toerisme handelt men, zoals gezegd, in de eerste plaats vanuit een commercieel oogpunt en wil men Afrika in zekere zin ‘verkopen’ aan mogelijke klanten: Afrikaanse mensen en plaatsen worden als een product aangeboden op de globale consumptiemarkt. De commodificatie van plaatsen wordt ook wel ‘place-marketing’ genoemd. Harvey zegt hierover:

“Places therefore differentiate themselves from other places and become more competitive in order to capture or retain capital investment. Within this process, the selling of place, using all the artifices of advertising and image construction that can be mustered, has become of considerable importance” (Harvey, 1993:8).

Om plaatsen te ‘verkopen’ maakt men dus gebruik van bepaalde marketingtechnieken en beeldconstructie. Hierboven haalde ik reeds aan dat het hiervoor gebruikte discours veelal stereotyperend en karikaturaal is en zijn oorsprong kent in bepaalde geladen ideologieën met betrekking tot Afrika. Bovendien wordt Afrika meestal aangeboden en ‘voorgescreven’ door niet-Afrikanen aan niet-Afrikaanse consumenten. Bij deze representatie van het product gaat men uit commercieel belang ook rekening houden met de vermeende (en soms gecreëerde) verwachtingen en noden van mogelijke consumenten. Dit impliceert dat media- en toerismemarketers bij de voorstelling van ‘Afrikaanse producten’ een bepaald eenzijdig discours gaan gebruiken om de herkenbaarheid en aantrekkelijkheid ervan te vergroten. Het commerciële karakter en de dominantie van Noordelijke landen binnen media en toerisme zorgen er dus voor dat een categoriserende visie op Afrikaanse mensen en plaatsen gepromoot wordt. Opmerkelijk hierbij is dat men heel sterk de nadruk legt op de zogenaamde authenticiteit en realiteit van het aangeboden product. De ‘people- en place-marketing’ in combinatie met deze realiteitsclaim leidt vaak tot een geconstrueerde authenticiteit:

“The quest for authenticity, a modern value, stands to be subverted by the market provision of constructed authenticity, invented traditions and a commercialized heritage culture” (Harvey, 1993:12).

Bij de promotie van Afrika-toerisme gaat men ervan uit dat potentiële consumenten op zoek zijn naar ‘authentieke’ plaatsen, mensen, culturen en ervaringen. De betekenis van Afrikaanse ‘authenticiteit’ wordt meestal ingevuld door de betrokken reisagentschappen en is veelal gebaseerd op een niet-Afrikaanse visie. Zoals Harvey in het voorbeeld hierboven vaststelt, gebeurt er vaak een fabricatie van ‘authentieke Afrikaanse cultuur’ ten behoeve van toerisme. Reality-tv gaat nog een stap verder: men claimt ‘de Afrikaanse realiteit’ weer te geven terwijl het medium televisie op zich reeds impliceert dat het om een gemedieerde ‘realiteit’ gaat. Inherent aan dit medium is namelijk dat het uiteindelijke product vooraf geënceneerd, vervolgens gefilmd en tenslotte gemonteerd is.

Het belang dat aan het authentieke en reële karakter wordt gehecht binnen toerisme en reality-tv is enerzijds te verklaren vanuit het feit dat men ervan uitgaat dat toeristen en kijkers deze ‘echtheid’ verwachten en bevestigd willen zien. Anderzijds is deze authenticiteitsclaim met betrekking tot Afrika niet nieuw en is zij gestoeld op een zeker verlangen naar een authentieke, onbedorven levenswijze. Zoals reeds gezegd, gaat dit verlangen terug op een stereotiep maar betrekkelijk positief beeld van ‘de Ander’ dat in contrast staat met het beeld van de eigen beschaving. Zo werd bijvoorbeeld de wildeman in de laatmiddeleeuwse voorstellingwereld tevens het symbool van een ideale levensvorm: vrij, natuurlijk, harmonieus. Wat later, onder meer bij Montaigne in zijn essay ‘Des Cannibales’(1580), komt de idee van nobele wilde op (Corbey, 1989:77). Recenter zorgde bijvoorbeeld de confrontatie tijdens de Koude Oorlog, waarbij de West-Europese en Amerikaanse moderne maatschappij in hun bestaan werden bedreigd, voor een existentiële crisis. Ook hier ontstond een soort hernieuwd verlangen naar een primitieve, authentieke maatschappij waarin de mens een onbezorgd, natuurlijk leven kan leiden. Dit verlangen werd vervolgens geprojecteerd op zogenaamde ‘primitieve’ volkeren. De werken van Laurens van der Post over de ‘Bushmen’, waarover Wilmsen heeft geschreven, reflecteren deze projectie:

“One metaphorically powerful resolution to this crisis arose in a revival of attention to humankind’s presumptive primordial roots. Ethnographers, filmmakers, and novelists responded by inventing a primitive past world as a foil to the seemingly apocalyptic present. (...) image of the Kalahari ‘Bushmen’ as the Jungian archetype of authentic humanity (...).” (Wilmsen, 1995:201)

Ook vandaag is er vanuit de hectische postmoderne maatschappij een hang naar authenticiteit en een verlangen naar een 'pure', 'ongerepte' levenswijze van 'de ander' merkbaar. Naast hedendaagse 'menselijke zoos' die sterk gelijken op hun voorgangers uit de 19^e en 20^e eeuw, lijkt dit verlangen bovendien te leiden tot eigentijdse uitingen van deze 'zoos' in toerisme en reality-tv .

Hierboven heb ik een aantal theoretische uitgangspunten met betrekking tot de representatie van Afrika in media en toerisme weergegeven. In volgende delen volgt een analyse van deze voorstelling aan de hand van concrete gegevens die ik verzamelde in functie van mijn thesisonderzoek in Oeganda. In deel 2 beschrijf en analyseer ik hoe bovenstaande uitgangspunten binnen toerisme aanwezig zijn. Het zwaartepunt ligt bij toerisme naar Subsaharisch Afrika, waarbij ik focus op ervaringen van toeristen in Oeganda. Deze ervaringen worden toegelicht aan de hand van interviews uit mijn onderzoek. In deel 3 ga ik vervolgens dieper in op media met betrekking tot Afrika, meer specifiek het fenomeen reality-tv. Ook hier focus ik vooral op Oeganda, aan de hand van het programma 'Stanley's Route' dat daar afgelopen zomer werd geproduceerd. In deel 4 beschrijf ik de hardnekkigheid van het fenomeen 'menselijke zoos' en ga ik na wat de gevolgen zijn van hedendaagse versies hiervan. Ik bespreek hoe dit fenomeen zich voltrekt in cultureel toerisme en reality-tv bij de Basua in Oeganda. Ook in dit deel maak ik gebruik van een aantal interviews. De theoretische uitgangspunten roepen een aantal vragen op die bij een verdere bespreking van belang zijn: Hoe voltrekt de glocalisering van Afrika zich binnen media en toerisme? Hoe gebeurt een verbrokkeling en herverdeling van lokale ruimten en hoe worden de grenzen ervan bepaald? Hoe herkennen we binnen de oppositie van lokaliteiten een ruimtelijke vorm van evolutionisme? Op welke manier verhoudt de representatie van Afrika zich tot dit ruimtelijk evolutionisme? Wat zijn de gevolgen van uitingen van dit soort evolutionisme vandaag?

Deel 2: Afrikaanse ‘realiteit’ in toerisme: “Reis naar primitieve stammen en ongerepte natuur”

2.1. Economische en socioculturele aspecten van toerisme

Steeds meer toeristen reizen naar steeds afgelegener bestemmingen dankzij betere infrastructuren, technologische mogelijkheden en economische welvaart. Toerisme is, zoals gezegd, in de eerste plaats een belangrijke economische sector met als prioritaire functie het verkopen van producten op de markt van de toeristische industrie. De transnationale commerciële en logistieke infrastructuur binnen de toerismesector verschaft wereldwijd miljoenen mensen werk. Het toerisme is een van de snelst groeiende markten ter wereld. Gemeten naar het aantal arbeidsplaatsen is de toeristenbranche zelfs al de grootste economische sector (WTO, In:ViceVersa 2005, 39(1):17).

Figuur 3: In:ViceVersa 2005, 39(1):17

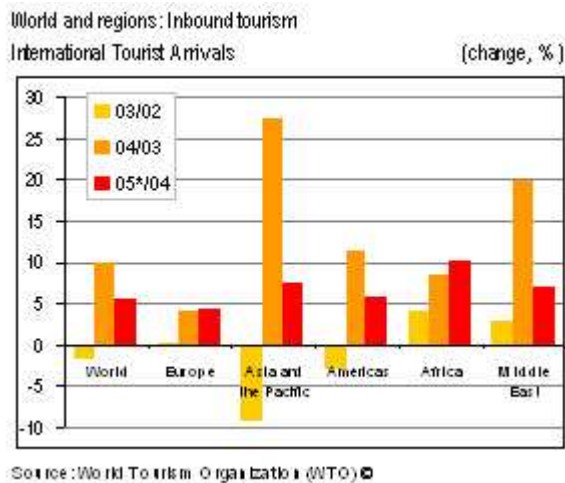
Tabel: voorspelling van inkomend toerisme (per regio in miljoenen)			
	1995	2010	2020
<i>Wereld</i>	564,4	1006,4	1561,1
<i>Afrika</i>	20,2	47	77,3
<i>Amerika's</i>	108,9	190,4	282,3
<i>Oost-Azië/Oceanië</i>	81,4	195,2	397,2
<i>Europa</i>	338,4	527,3	717,0
<i>Midden-Oosten</i>	12,4	35,9	68,5
<i>Zuid-Azië</i>	4,2	10,9	18,8

(bron: WTO)

Hoewel zij nog steeds ondervertegenwoordigd zijn binnen het wereldtoerisme, beginnen ook Afrikaanse landen een steeds grotere rol te spelen als reisbestemming. Volgens cijfers van de World Tourism Organisation² met betrekking tot internationaal toerisme in 2005 kende Afrika in dat jaar de grootste groei op wereldvlak met 10,1 procent. Het aandeel van Afrika in het wereldwijde toerisme groeide van 4,1 procent in 2000 tot 4,5 procent in 2005. Vooral toerisme naar zwart Afrika laat in de afgelopen jaren een sterk toenemende groei zien. In

² <http://www.world-tourism.org/>

2003 bedroeg de groei in zwart Afrika 2,6 procent, in 2004 4,5 procent en in 2005 12,6 procent.



Figuur 4: <http://www.world-tourism.org/>

Dit impliceert dat landen in Subsaharisch Afrika economisch gezien steeds meer op de inkomsten van toerisme gaan steunen. Zo schrijft Van Beek (2004) bijvoorbeeld in zijn artikel ‘Walking Wallets: Tourists at the Dogon falaise’ over het belang van geld binnen het Dogontoerisme:

“Money is an inherent part of this exchange. In the last decades Dogon society has been increasingly monetarized (...) A visitor is more than a wallet, but if he has a wallet he should have his hosts share in it. (...) One should deliver and can expect the other party to deliver as well. They expect tourists to behave like normal people, interested in others but also in their own wallet. And most tourists easily comply with that expectation.” (Van Beek, 2004:15)

Volgens Van Beek betreft het beeld dat de Dogon hebben van een goede toerist iemand die genereus is, maar zich interesseert voor de cultuur: hij koopt veel, geeft veel kadootjes en consumeert naar behoren. Het economische belang van toerisme zorgt voor het commerciële aspect ervan. Dit betekent dat men in de toerisme-sector in de eerste plaats een product moet verkopen. Plaatsen en lokale culturen worden daarom op de toerisme-markt aangeboden als consumeerbare producten.

Gezien de omvang van de toerisme-industrie bestaat er een groot aanbod aan toeristische bestemmingen. Een aantrekkelijke voorstelling van de bestemming speelt dan ook een grote rol in de verkoop ervan. Die representatie draagt bij tot de betekenisconstructie van een bepaalde toeristische plaats en lokale cultuur. Meestal gebeurt de voorstelling aan de hand

van tegenstellingen met het gewone, alledaagse leven (van de toerist). Men representeert de bestemming als ongewoon en uniek en men legt daarvoor vaak de nadruk op (culturele) verschillen. Van Beek zegt hierover:

“Tourism maximises the contrast between the two cultures involved in the encounter. The tourist becomes just that, a tourist, someone interested in differences, in cultural contrasts, in things quaint and curious, in weird and wild customs. The tourist view stresses the ‘otherness’ of the local group, diminishing the chances of shared experiences. For the local group its own culture may become a sales pitch, a commodity.” (Van Beek, 2003:273)

Er bestaan verschillende media voor de representatie van reisbestemmingen, zoals bijvoorbeeld reisverhalen, reisbrochures, televisie, enzovoort. De informatie in deze media is vaak metaforisch, allegorisch en vervormd en zoals Barthes (1957) stelt: “Without doubt the social construction of sights always, to some degree, involves the mobilisation of myth” (In: Rojek en Urry *et al.*, 1997:52). Mythe en fantasie spelen een grote rol in de sociale constructie van toeristische bezienswaardigheden. Een eerste reden hiervoor is dat de bestemmingen zich meestal op fysieke afstand van de thuislocatie bevinden. Een tweede reden is dat de representatie-cultuur ervoor zorgt dat de bestemming een vertrouwelijk karakter krijgt. Rojek (1997: 53) heeft het over een ‘index van representaties’ en dit betekent een “(...) range of signs, images and symbols which make the sight familiar to us in ordinary culture”. Binnen toerisme is er sprake van een proces van indexicaliteit aan de hand van verschillende visuele, tekstuele en symbolische voorstellingen van het eigenlijke object. Volgens Watson en Kopachevsky (1994) is toerisme een van de meest uitgesproken voorbeelden van een consumentenproduct “anchored in a dynamic of sign/image construction and manipulation” (In: Norton, 1996:355). De verbeelding van toeristische plaatsen en culturen houdt dus altijd een zekere mate van fantasie en dromen in. Het beeld- en tekstmateriaal van reisbrochures, dat ik hieronder bespreek, draagt bij aan bepaalde verwachtingen van toeristen tijdens de voorbereidingsfase van het reizen.

Een aantal sociologen, zoals Erik Cohen (1972, 1979) en Dean MacCannell (1976), en enkele antropologen startten in de jaren '70 onderzoek naar de sociale en culturele aspecten van toerisme. Dit onderzoek was toen nog kleinschalig. De matige interesse bleef duren tot begin de jaren '90, toen een stroom van publicaties de geboorte van dit studieveld aankondigde. Dit is in de eerste plaats gerelateerd aan het feit dat aan het einde van de jaren 1980, toerisme een grootschalige en globale industrie was geworden. Binnen het toerisme-onderzoek was het MacCannell die in 1976 reizen voorstelde als “an existential quest for

‘authentic’ experiences”(Coleman en Crang, 2002:4). In dit vroege onderzoek werd de authentieke cultuur als een lokaal en uniek gegeven bekeken en dus als noodzakelijk aangetast door toerisme. In recent onderzoek wordt toerisme meer en meer als een dynamisch gegeven beschouwd, minder instrumentaal en gepland dan het voordien vaak werd voorgesteld. Dit is ook het uitgangspunt dat ik volg bij de verdere bespreking hieronder. Wat betekent deze dynamische visie op toerisme nu met betrekking tot toeristische plaatsen, lokale mensen en toeristen? Hoewel lokale culturen zichzelf construeren door performance, maakt dit proces hen niet minder ‘echt’. De performance van een lokale identiteit is niet eenvoudigweg de herhaling van een gegeven vorm, maar de weg naar een mogelijkheid tot ‘emergent authenticity’. De lokale bevolking gaat met andere woorden de interactie met toeristen een plaats geven binnen hun eigen identiteitsconstructie. Zygmunt Bauman koppelt in zijn artikel ‘From Pilgrim to Tourist- or a short history of identity’ (1996) identiteit aan moderniteit. Het gegeven ‘identiteit’ is volgens hem te typeren als een flexibel gegeven, een product van creëren en herdefiniëring. Zoeken naar een eigen identiteit is als het ware zoeken naar een eigen plaats in de maatschappij. Creativiteit is bij deze zoektocht van cruciaal belang. Men kan volgens hem identiteit dus niet als een onveranderlijk of uniek gegeven beschouwen. Zo beschrijft Van Beek (2004) bijvoorbeeld hoe toerisme bij de Dogon heeft geleid tot een versterking van de constructie van hun lokale identiteit. De Dogon hebben de fascinatie van de toeristen met de falaise en de aantrekkingskracht van hun gebied tot onderdeel gemaakt van hun eigen waardering voor hun cultuur. Ook de toeristische ruimte is een dynamisch gegeven. Plaatsen zijn ‘events’ die eerder beweeglijk, gecreëerd en verbeeld zijn dan statisch. Er kan bijvoorbeeld een soort ‘verspreiding van de ruimte’ optreden aan de hand van objecten, zoals souvenirs, die zich via toeristen buiten die ruimte verplaatsen. De lokale personen spelen in de creatie van plaatsen en in de toeristische performance een creatieve rol en zijn geen slachtoffer van de ‘tourist gaze’ en de toeristische industrie (zoals vroeger vaak gedacht). Als voorbeeld verwijs ik hier opnieuw naar Van Beek (2004) die erop wijst dat voor de Dogon het toerisme een factor is geworden in de versterking van hun eigen cultuur. Wat de maskerdansen betreft, is volgens hem de aandacht van toeristen voor de Dogon een duidelijke aanmoediging voor de productie en het gebruik van de maskers. Ook toeristen zijn geen onwetende gedupeerden in het belang van de toeristische industrie, maar zijn actieve en vaak onvoorspelbare ‘agents’ in hun eigen reisactiviteiten en –ervaringen (Coleman en Crang, 2002:1-17). Een bezoek aan een toeristische plaats heeft bijvoorbeeld niet voor iedereen dezelfde betekenis. Tijdens mijn verblijf op Lake Nkuruba Campsite in Oeganda (zie verder) merkte ik bijvoorbeeld uiteenlopende interesses van de aanwezige toeristen. Sommigen

kwamen er voornamelijk om in het meer te zwemmen, anderen waren vooral geïnteresseerd in ‘bird watching’, nog anderen toonden eerder interesse voor de lokale cultuur in de dorpen rondom, enzovoort.

Ik bekijk toerisme dus als een dynamisch gegeven waarin toeristen en lokale personen, die zijn betrokken bij toerisme, een eigen aandeel hebben. De nadruk in mijn onderzoek en in de bespreking hieronder, ligt vooral bij de toeristen zelf, uiteraard in interactie met ‘het lokale’. Ter illustratie gebruik ik daarvoor doorheen mijn tekst voorbeelden uit interviews met toeristen in Oeganda [Zie **bijlage 1**]. Het zijn open interviews die peilen naar hun verwachtingen en ervaringen tijdens de reis. Ik vraag hen in eerste instantie hoe ze zich hebben voorbereid op deze reis en of Oeganda voldoet aan hun verwachtingen. Zoals hierboven beschreven scheppen reisagentschappen bij toeristen bepaalde verwachtingen aan de hand van reisbrochures, internetsites, reisgidsen, enzovoort. In 2.2. bespreek ik de toeristische paradox en hoe deze kan leiden tot bepaalde tegenstrijdigheden binnen de toeristische ervaring. In 2.3. belicht ik één aspect van de representatie van toeristische plaatsen, namelijk reisbrochures met betrekking tot Subsaharisch Afrika. Ik analyseer daarvoor het discours dat zowel in beeld- als tekstmateriaal van deze brochures wordt gebruikt. Onder de term ‘discours’ versta ik hier ‘taalgebruik als sociale praktijk’. Wanneer men taalgebruik op die manier opvat, is het mogelijk om verschillende niveaus binnen communicatie te onderscheiden en de sociale gevolgen ervan te onderkennen. “The information about places, nature and culture overlay the opaque messages on the pages of holiday brochures... [and] contribute to the creation of a mythology”, aldus Uzzel (Uzzel, 1984:80; In: Norton, 1996:358). De verwachtingen die toeristen scheppen zijn dus deels gebaseerd op bepaalde mythen of fantasieën die onder andere door reisbrochures worden verspreid. Maar anderzijds zijn toeristen zich ook vaak bewust van deze ‘mythe-vorming’, Selwyn stelt het als volgt: “Tourist brochures are ‘contemporary myths’ and the tourist is ‘one who chases myths.’”(Selwyn, 1989; In: Norton, 1996:360). Toeristen geven tijdens hun reiservaring vaak nieuwe betekenissen aan toeristische plaatsen. De reflectie over hun reis zorgt bijvoorbeeld voor een nieuwe sociale betekenis ervan. Lawson en Jaworski hebben het over het belang van toerisme als een soort symbolisch kapitaal:

“(...) they have consumed the product -TheGambia- and they can return home with a stock of narratives to relate to friends and family and thereby to enhance ‘their global cultural capital’. Moreover, this is an experience that can be repeated with each new destination that they visit.” (Lawson en Jaworski, 2002)

Reflectiemateriaal zorgt ervoor dat de reiservaring van toeristen meegebracht wordt naar hun leefwereld. Ik wil hierbij opmerken dat toeristen tijdens hun reis nooit helemaal losgekoppeld zijn van hun alledaagse leven en er een voortdurende link bestaat tussen de realiteit van het reizen en de thuisrealiteit. De leefwereld wordt met andere woorden ook meegebracht op reis. Tijdens een interview in Oeganda zegt Norm Mc Iver (39j), die zichzelf aan mij voorstelt als backpacker, dat reizen voor hem een vlucht betekent van zijn leven thuis en dat de realiteit van het reizen avontuurlijker is en meer vrijheid inhoudt [Zie Int.2]. Ook voor Antonia Williams (24j), die samen met haar vriend op reis is, betekent reizen deels een vlucht van haar stresserende werklevens, maar zij merkt wel op dat dit ‘escapisme’ gelimiteerd is want “you still take everything with you” [Zie Int.7]. In 2.4. geef ik een korte voorstelling van toerisme in Oeganda en ga ik meer specifiek in op toerisme-projecten die worden aangeboden door de lokale reisorganisatie ‘Kabarole Tours’.

2.2. De paradox van toerisme: Over droomsafari's en comfortabel avontuur

De verlangens van toeristen zijn niet gewoon circulerende dromen, ze worden gesteund door de economische en politieke macht van toeristen, de agentschappen die hen vervoeren, onderbrengen, entertainen en de regeringen die hen leiden en bevoorrechten (Ebron, 2002:165). Toeristen komen, zoals hierboven reeds gezegd, met bepaalde verwachtingen naar Afrika en hebben zich in hun eigen land voorbereid aan de hand van reisbrochures, films of documentaires, boeken,... over Afrika. Zoals Van Beek het stelt:

“They have learned to expect images of Africa as the ‘ultimate other continent’. As all images of the ‘other’, they are primarily shaped in terms of their own culture, a contrast, a challenge, a difference. Some hyperbole travel guides have been called ‘instruments of blindness’ (Barthes, cited in Crick 1989:328): they do not say anything about the other culture but do tell a lot about the Western culture. A tourist view of Africa is a mine of information on the tourist.” (Van Beek, 2004:10)

Afrika wordt voorgesteld als het ultieme andere continent. Precies deze ‘marginaliteit’ vormt de aantrekkingskracht van Afrika binnen het wereldtoerisme. Toerisme naar Afrika wordt volgens Van Beek gekarakteriseerd door drie paradoxen die inherent zijn aan exotisch toerisme: de zogenaamde zoektocht naar authenticiteit, de achtergrond van angst en de ‘environmental bubble’. Toeristen dromen van authentieke, ongerepte plaatsen. Deze moeten ‘echt’ zijn en liefst niet te toeristisch. Hoe meer toeristen dus de authentieke paden bewandelen, hoe minder authentiek deze daardoor worden. Het gevaarlijke, wilde imago van

een exotische locatie schrikt af, maar tegelijkertijd lokt het een zekere fascinatie en aantrekkingskracht uit. De ‘environmental bubble’ is een soort grens tussen toeristen en de lokale context. Hij zorgt ervoor dat de ‘gevaarlijke wildernis’ kan worden ervaren, maar vanop een veilige afstand. Deze ‘bubble’ bezorgt toeristen dus een comfortabel avontuur. Bovendien filtert en produceert de bubble informatie over toeristische bezienswaardigheden, over wat ‘interessant’ en ‘authentiek’ zou zijn (Van Beek, 2003:254-255).

De paradoxen die Van Beek hier onderscheidt, beschouw ik eerder als ambivalenties. Het zijn tegenstrijdigheden die volgen uit één paradox die inherent is aan toerisme. Namelijk het feit dat de toeristische ervaring ‘echt’ moet zijn, leidt tot het wegdenken van het toeristische karakter (bijvoorbeeld het commerciële aspect) van die ervaring. Rojek merkt op dat toeristen vaak een gevoel van anticlimax en ongeloof hebben, wanneer ze de ingebeelde plaats in werkelijkheid te zien krijgen en hij heeft het in die zin over ongeloof en een ‘tourist denial’ (Rojek en Urry *et al.*, 1997:56). Toeristen zijn zich er bijvoorbeeld van bewust dat de plaatsen die zij bezoeken niet altijd zo ‘authentiek’ zijn als wat zij zich er aan de hand van het verwachtingsdiscours bij hadden voorgesteld. Toch gaan zij vaak op zoek naar wat volgens hen de meest authentieke souvenirs, foto’s, enzovoort zouden zijn, die als een soort bewijs van hun authentieke ervaring kunnen gelden. Ze schrijven reisdagboeken en nemen foto’s om zich hun reis te kunnen herinneren en dit nadien te kunnen herbekijken en te tonen aan anderen. Zowel foto’s als souvenirs moeten het ‘echte’ Afrika uitstralen. Van Beek zegt dat met deze objecten “(...) a story, a tale, a cultural exegesis” samengaat “(...) to be retold at home as proof of the traveller’s newly acquired cultural competence” (Van Beek, 2003:284). In het materiaal dat zij meebrengen en de reisdagboeken die zij schrijven is er vaak een authenticiteitsclaim aanwezig die een soort bewijs moet vormen van hun authentieke ervaring. Reeds in de reisverslagen van de eerste wereldreizigers was een authenticiteitsclaim van belang: “In order to prove the sincerity of their own reports, they had to resort to certain strategies of authentication” (Stagl, 1995:200). Deze verslagen moesten overtuigend zijn voor het publiek en een bewijs vormen dat de reiziger ook werkelijk op die plaats geweest was, waar hij beweerde geweest te zijn.

In interview 4 zegt Gerhard (39j) dat hij het liefst ook nog geluiden zou meenemen omdat foto’s achteraf teleurstellend zijn voor hem omdat ze slechts een afbeelding zijn van zijn reële ervaring en geluiden de herinnering ‘echter’ zouden maken. Antonia (zie boven) en Richard (44j) delen een dubbelzinnige houding tegenover fotografie: foto’s nemen zorgt enerzijds voor herinneringen, maar houden anderzijds het gevaar in dat je bepaalde ‘echte’ ervaringen kan missen [Zie Int. 7 en 10]. Ook over het al dan niet fotograferen van lokale

mensen wordt veel gediscussieerd onder toeristen: mensen op de foto maken het plaatje ‘echter’, maar die mensen vragen vaak geld wat herinnert aan het commerciële karakter van toerisme, wat de ervaring weer minder ‘echt’ (want toeristischer) zou maken. Toeristen delen hun ervaring met anderen door het schrijven van e-mails, postkaarten en het tonen van hun foto’s als een soort bewijsstuk van hun ‘authentieke beleving’. Ze kopen souvenirs om mee naar huis te nemen. Een vaak gehoorde opmerking is dat zij liever zaken kopen op de lokale markt dan in souvenirwinkels, die als té toeristisch worden bestempeld [zie int 8]. Zo nam Ludger (57j) bijvoorbeeld water van de Nijlrivier en een potje zout mee en een andere toerist wilde vogelveren meenemen. Dit soort souvenirs zouden volgens hen ‘echter’, ‘Afrikaanser’ zijn en dus bijdragen aan de authenticiteit van hun ervaring.

2.3. ‘Echt op reis’ naar authentieke Afrikaanse bestemmingen

De verschillende stereotiepe beelden en verhalen over Subsaharisch Afrika, die ik in deel 1 heb besproken, hebben vaak mythische proporties aangenomen die tot op de dag van vandaag zijn blijven bestaan in toerisme en media. Het betreft een opvallend repetitieve voorstelling van Afrika met een sterke discursieve kracht, wat kan leiden tot categorisering en populaire beeldvorming van mensen en plaatsen (Norton, 1996). Ogenschijnlijk onschuldige voorstellingen in ‘marketing texts’, zoals in toeristische brochures, genereren specifieke culturele betekenissen vanuit bepaalde ideologische posities (Norton, 1996:358). Bruner en Kirschenblatt-Gimblett stellen vast dat het Oost-Afrikaanse toerisme is opgebouwd rond series van tweeledigheid, zoals bijvoorbeeld: cultuur-natuur, beschaafd-wild, europees-afrikaans, wit-zwart, enzovoort (Bruner en Kirschenblatt-Gimblett: 1994:453-454). De twee centrale thema’s die in de toeristische brochures over Subsaharisch Afrika hieronder aan bod komen zijn natuur en cultuur. Zoals gezegd promoten reisorganisaties de aangeboden bestemmingen vaak door het verschil te benadrukken met de leefwereld van potentiële toeristen. De logica hierachter is dat men ervan uitgaat dat toeristen op reis nieuwe ervaringen willen die bijgevolg zo weinig mogelijk op de ervaringen in hun alledaagse leven mogen lijken. Het ruimtelijke evolutionisme (zie deel 1) dat zorgt voor een naturalisering van cultuurverschillen, wordt gereflecteerd in de tekstten en beelden van de reisbrochures. In beide thema’s ligt de nadruk op ‘andersheid’ die men creëert en versterkt door een afstand in ruimte en tijd te impliceren. De toeristische plaatsen worden voorgesteld als ‘uitzonderlijk’, ‘maagdelijk’, ‘ondoordringbaar’, ‘ongerept’, enzovoort. Het beeld van crisis en verval dat wordt verspreid door de media kan hier worden gelinkt met de voorstelling van Afrika binnen

toerisme als een droge, onvruchtbare, kwetsbare omgeving (Norton, 1996:362). Wat tijd betreft, gebeurt er een duidelijke ‘denial of coevalness’ (Fabian, 2002), een ontkenning van gelijktijdigheid tegenover ‘de Afrikaanse Ander’. De anderen, bewoners van toeristische plaatsen, worden beschreven en verbeeld als ‘primitief’, ‘onbeschaafd’ (ze zijn niet beschaafd, maar ‘hebben cultuur’), ‘wild’ (al dan niet ‘nobeles wilden’), enzovoort. De identiteit en cultuur van Afrikanen worden ingebed in hun habitat, hun natuurlijke omgeving: ‘De Afrikaan leeft nog in harmonie met de natuur’. Hij maakt als het ware deel uit van het natuurlijke landschap en leeft ‘traditioneel’ en ‘nog ongerept’ en ‘onaangetast’ door enige westerse invloed. De inbedding van cultuur in de natuurlijke ruimte zorgt voor een naturalisering, een normalisering van cultuurverschillen in deze reisbrochures.

Hieronder volgen een aantal tekstfragmenten uit drie verschillende reisbrochures, ‘Koning Aap Reizen’, ‘African Holidays’ en ‘Mama Africa’, met telkens een korte tekstanalyse. Het is belangrijk om niet uit het oog te verliezen dat deze brochures marketing teksten zijn en dus per definitie een nogal eenduidig karikaturaal discours hebben. Desondanks is het belangrijk om na te gaan hoe bepaalde, in deel 1 beschreven, ideologieën in deze brochures worden gereflecteerd.

Caleidoscoop van volkeren. Mali: “Je krijgt het gevoel terug te gaan in de tijd wanneer je dwaalt door de nauwe straatjes van Djenné, kennismakt met de intrigerende Dogon of vanuit een bootje over de Niger het leven aan je voorbij laat trekken.(...) Je verlaat het ‘Einde van de Wereld’ en reist naar Djenné.” (Koning Aap reizen 2005:50-51)

Bruisend West-Afrika. Mali, Burkina Faso en Ghana: “(...) waar op de weekmarkt de tijd stil lijkt te hebben gestaan.(...) De Dogon is een volk met een rijke cultuur dat nog grotendeels leeft volgens oude tradities.” (Koning Aap reizen 2005:52)

In deze voorbeelden wordt geïmpliceerd dat de toeristische bestemmingen in Afrika plaatsen zijn waar de tijd stil is blijven staan. De toeristen kunnen als het ware een tijdreis maken naar een vroegere tijd met zijn primitieve, spontane, traditioneel levende stammen met hun rijke cultuur. Afrika wordt voorgesteld als een wereld waar het tribale een dagelijkse realiteit vormt.

De stammen van het Omo gebied. Ethiopië: “Het Zuiden van Ethiopië wordt bewoond door een groot aantal primitieve volkeren. Zij beschikken over een rijke cultuur(...) De mannen en vrouwen van deze stammen geven vaak blijk van een drang naar uiterlijk vertoon.(...) Tijdens deze fascinerende reis (...) door een nagenoeg ongerepte natuur, maakt u kennis met al deze culturen.(...) U brengt bezoek aan een

van de meest intrigerende stammen van het Omo gebied, de Mursi. Het is wellicht het meest primitief levende volk in Ethiopië.” (African Holidays 2004-2005:48)

Namibië: *“De honderden kilometers schaars begroeide vlakten en eindeloze woestijnen doen de vraag rijzen wat de mens ooit bezielt heeft zich hier permanent te vestigen.(...) een diversiteit aan stammen, rassen en culturen (...) De meest geciviliseerde bevolkingsgroep in Namibië is de Ovambo.(...) In de verlaten delen van Namibië vind je echter nog wel de traditionele cultuur en kleding.(...) de fascinerende Himba bevolkingsgroep (...) leeft nog zeer traditioneel en heeft ervoor gekozen zich te vestigen in Kaokaland (...) Vanwege de geïsoleerde ligging en sterke culturele overleving hebben de Himba’s zich niets aangetrokken van de moderne tijd en westerse invloeden.” (African Holidays 2004-2005:82)*

Wanneer men de traditionele levenswijze van de bevolkingsgroepen beschrijft, gebruikt men telkens “nog steeds”, wat een afstand in tijd creëert en ook een soort mengeling van bewondering en afkeuring veronderstelt, bvb: de Himba’s zijn traditioneel, maar dit is wel fascinerend. Ook de zin “zij geven vaak blijk van een drang naar uiterlijk vertoon” verwoordt zowel een gevoel van bewondering als van afkeuring. Hier projecteert men een verlangen naar authenticiteit op volkeren die “zich niets hebben aangetrokken van de moderne tijd en westerse invloeden.” Civilisatie en traditionaliteit worden in dit voorbeeld in oppositie geplaatst, er gebeurt een soort tweedeling met aan het ene eind civilisatie (de Ovambo worden aan dat uiteinde gesitueerd als meest geciviliseerd) en aan het andere eind traditie (waar men de Himba’s situeert).

Het laatste “Hof van Eden”. Gabon: *“Het bestaat nog: een maagdelijk land, onaangeroerd door toerisme.(...) Je krijgt echt het gevoel steeds dichterbij het kloppende hart van Afrika te komen naarmate je de schier ondoordringbare wouden en mangrovebossen aan je voorbij ziet trekken, slechts onderbroken door een enkele vissershut.” (Koning Aap reizen 2005:60)*

Wierookbranders en weergalmend gezang. Ethiopië: *“Het droge savanneland in het diepe zuiden biedt een schitterend mozaïek aan nomadische volkeren waar tijd een heel andere dimensie heeft.(...) In het droge zuiden verlaat je de ‘bewoonde wereld’ en kom je aan in het heuvelachtige woongebied van de Konso.(...) In het Mago NP leven de Mursi (...) In het Nechisar NP kun je genieten van talloze zebra’s, koedoe’s (...)” (Koning Aap reizen 2005: 65)*

In deze voorbeelden worden de nomadische volkeren gedistancieerd in ruimte: hun leefgebied is “maagdelijk”, “ondoordringbaar” en “droog”, ver weg van “de ‘bewoonde wereld’” en “onaangeroerd door toerisme”. Zowel mensen als dieren leven in diezelfde ruimte, wat wordt geïnsinueerd door na elkaar het Mago Nationaal Park en het Nechisar Nationaal Park en de bewoners ervan, respectievelijk de Mursi en wilde dieren, te vernoemen.

Kamperen in de mooiste wildreservaten. Kenia, Tanzania en Zanzibar: “Verbaas je over de afwisselende landschappen (...) leer het leven van de diverse, traditioneel levende volkeren kennen.(...) het tropische paradijs van Zanzibar.(...) De Samburu nomaden leven nog heel traditioneel.” (Koning Aap reizen 2005: 67)

Paradijselijke safari’s en stranden. Kenia: “Hier vind je alles wat je van Afrika verwacht. Natuurparken waar je oog in oog staat met tientallen verschillende diersoorten, verlaten vlaktes waar traditioneel wonende nomaden rondtrekken en leven in strooien hutjes, eindeloze savannes waar kudde antilopen en gnoes voor je overlandtruck uitrennen, groene, vruchtbare bergen, meren vol flamingo’s en parelwitte stranden.” (Koning Aap reizen 2005:68)

Het substantief “paradijs” en het adjectief “paradijselijk” worden in dit voorbeeld meermaals gebruikt en impliceren hier een afstand in tijd en ruimte : De oorsprong van de mensheid vinden we terug in het ‘aards paradijs’ en de ruimte van het paradijs wordt verondersteld één grote ongerepte, wilde natuur te zijn, waarin de mens een ondergeschikte positie heeft en zich moet schikken naar die natuurlijke ruimte. In deze voorbeelden komt het verwachtingsdiscours dat deze tekststen creëren duidelijk naar voren. “Hier vind je alles wat je van Afrika verwacht” insinueert bepaalde verwachtingen van toeristen over Afrika die vervolgens worden opgesomd als: “wilde dieren”, “verlaten vlaktes en savannes”, “parelwitte stranden” en “traditioneel wonende nomaden”. Met andere woorden: Afrika is de plaats waarvan je verwacht dat traditionele nomaden er in harmonie leven met wilde dieren in een verlaten, ongerept landschap.

Masai, wildparken en palmstranden. Tanzania en Zanzibar: “Je gaat op zoek naar de Hadzabe, de laatste overlevende jagers/verzamelaars van Noord-Tanzania. Rondom het Eyasimeer zwerven ze, op zoek naar knollen (...) voor een maaltijd. Met wat geluk ben je getuige van een succesvolle jacht van de Hadzabe, die met pijl en boog jagen.” (Koning Aap 2005:71)

Brandende zandduinen. Namibië: “(...) de San-Bushmen. Afbeeldingen van jachtpartijen tonen aan dat ze door de eeuwen heen weinig zijn veranderd.(...) Het Kaokaveld, een onherbergzaam en dunbevolkt woestijnlandschap (...) het gebied van de Himba. Deze geitenhoedende stam (...) leeft nog steeds semi-nomadisch.” (Koning Aap 2005: 96)

In deze voorbeelden worden zowel de Hadzabe, de San-Bushmen als de Himba’s terug in de tijd geplaatst. Dit gebeurt in de eerste twee gevallen door het beschrijven van hun levenswijze als jagers(/verzamelaars) en de link met “laatste”(in vroegere tijden waren er dus nog) en “door de eeuwen heen weinig veranderd”. De levenswijze van de Himba lijkt iets dichter bij

‘onze tijd’ te worden ingedeeld, hoewel “nog steeds” opnieuw naar een vroegere tijd refereert.

‘Een levende woestijn’. Namibia: “Onherbergzame landschappen, wijde horizons, een desolate kustlijn, de stilte van de woestijn (...) Een ongekunstelde confrontatie met de huidige levenswijze van de legendarische Bosjesmannen, de primitieve Himbanomaden (...) vreemdsoortige natuurfenomenen, alsof je op een verre planeet terecht kwam. En toch reis je hier comfortabel en veilig: wildernis en vooruitgang gaan hier hand in hand.(...) Namibië is nog één van de weinige landen dat aan de ravages van de moderne beschaving ontsnapt.(...) lijkt alsof mens en natuur een perfect compromis hebben gesloten.(...) blijft het overgrote deel van Namibië onaangeroerd. Een gevoel van vrijheid doorstroomt je bij het zien van verre einders, de ongenaakbare woestijn (...) een ware bevrijding van claustrofobische spanningen van het moderne leven.” (Mama Africa 2005-2006:11)

In dit voorbeeld verwijst men naar de idee van de ‘nobeles wilde’ en een verlangen naar hun zuivere, natuurlijke leven. Dit wordt in oppositie gesteld met “de claustrofobische spanningen van het moderne leven” waarvan men is ontsnapt en bevrijd. Hier lijken mens en natuur wel “een perfect compromis” te hebben gesloten, in tegenstelling dus tot de moderne wereld. Ook in het voorbeeld hieronder wordt deze tegenstelling verwoordt. De zin “vreemdsoortige natuurfenomenen, alsof je op een verre planeet terecht kwam” legt letterlijk de nadruk op de veronderstelde andersheid, vreemdheid van Afrika. Maar gelukkig reist men wel “comfortabel en veilig”. Dit speelt in op de ‘environmental bubble’: De reisagentschappen bieden een echte Afrikaanse ervaring, maar tegelijk verzekert men dat Afrika (dat toch wel heel vreemd en anders is) op een comfortabele en veilige afstand wordt gehouden: “wildernis en vooruitgang gaan hier hand in hand”.

‘Livingstone achterna’. Zambia: “Naar Zambia komt u voor de natuur, de wildernis, een onvervalste safari (...) maar u leert er ook een bevolking kennen die nog niet de last van het westers toerisme draagt, die nog ongerept is en daardoor spontaan gebleven is, die nog met heldere ogen van verwondering en vriendschap kijken kan. Het is en blijft een land van cultuur en oude tradities (...) waar er nog volop ruimte is. U kan hier nog een safari in de echte wildernis beleven, ongetemde natuur waarin u wordt opgenomen.” (Mama Africa 2005-2006: 33)

De Zambiaanse bevolking wordt voorgesteld als onschuldig, spontaan, kortom kinderlijk. Dit doet sterk denken aan de representatie van Afrikanen binnen de beschavingsideologie van de kolonisatie. Tijdens die periode nam de kolonisator namelijk een paternalistische houding aan tegenover de gekoloniseerden. “Livingstone achterna” maakt een link tussen de periode van de ontdekkingsreizigers en het hedendaags toerisme in Afrika. Hier drukt men ook de

vermeende negatieve invloed van het westers toerisme op de lokale situatie uit. Opvallend is verder wat niet wordt getoond of verteld in de reisbrochures. Indien men het al heeft over moderniteit, is die slechts gelinkt aan het Westen en steeds in oppositie met de zogenaamde Afrikaanse werkelijkheid. Bovendien lijkt Afrika enkel bewoond te worden door mensen die ‘nog authentiek’ en ‘in harmonie met de natuur’ leven, zoals de Maasai en de Himba’s. Foto’s van mensen worden gepresenteerd naast die van ‘wildlife’, alsof ze gewoon een extra attractie zijn om naar te kijken. Ze worden niet los gezien van de wildernis en op die manier ontmenselijkt. Wat algemeen wordt geïmpliceerd in deze reisbrochures is dat Subsaharisch Afrika verstoken is van beschaving, geschiedenis en modernisering, enkel bewoond door ‘wildlife’ en nomadische stammen met een traditionele levensstijl. [Zie **bijlage 2**]

Aan de hand van deze en andere informatie bereiden toeristen zich voor op hun reis en scheppen ze bepaalde verwachtingen. Ook op de reisbestemming zelf gebeurt er nog een voortdurende uitwisseling van informatie door reisfolders, gesprekken met andere toeristen, enzovoort. Verwachtingen en motivaties vooraf aan de reis worden dus voortdurend aangevuld tijdens de reis en tijdens de reflectie over de reis. Uit mijn interviews blijkt dat sommige motivaties en verwachtingen van toeristen in Oeganda sterk aansluiten bij het verwachtingsdiscours dat wordt gecreëerd door beelden en teksten over Subsaharisch Afrika in de media en toerisme. Sommigen van hen verwijzen bijvoorbeeld naar de natuur, de wilde dieren en de mensen die op een natuurlijke manier leven. Hun verwachtingen over het landschap en de natuur worden beschreven als droog, warm, zonnig, speciaal, 100% natuur. Ludger Tegeder (57j) reist normaalgezien altijd naar landen met een koud klimaat, hij is niet zo geïnteresseerd in woestijn en in warme landen. Het traject van de tour die hij heeft geboekt, is voornamelijk in de bergen, dus hij vermoedt dat het daar niet zo warm zal zijn. Wanneer ik vraag wat hij had verwacht van deze reis, heeft hij het over een paradijs van vogels, dieren en planten [Zie Int.1]. Voor Norm Mc Iver (39j) en Flo Keller (25j) gaat een droom in vervulling bij deze reis naar Subsaharisch Afrika [Zie Int.2 en Int.5]. Norm stelt vast de mensen in Oeganda “een moeilijk leven hebben”, maar “gelukkig en sterk lijken” [Zie Int.2]. Flo vindt naar analogie dat de Oegandezen “arm” maar “vriendelijk” zijn [Zie Int.5]. Markus Wallner (24j), die samen met Flo op reis is, zegt dat volgens hem “de mensen in Afrika een natuurlijk leven leiden” [Zie Int.6]. Voor Joanna Kidney (32j) is haar belangrijkste motivatie om naar Subsaharisch Afrika te reizen haar fascinatie voor traditionele culturen. Ze legt daarbij de nadruk op het verschil met de westerse maatschappij [Zie Int.9]. Richard Hacon (44j) is kritisch voor het gebruikte discours van de reisorganisatie waarmee hij reist.

Hij laat blijken dat hij zich ervan bewust is dat men met dit discours een bepaald beeld wil creëren [Zie Int.10]. De ervaring van toeristen in Oeganda voldoet soms aan hun verwachtingen, maar die verwachtingen worden ook vaak weerlegd. Gerhard Kühn (39j) geeft aan dat hij vaak het advies van andere reizigers of lokale mensen volgt om naar bepaalde plaatsen te gaan en dat hij ook zelf zijn ervaringen met andere reizigers deelt [Zie Int.4]. Ook Nathan (33j), de reispartner en man van Joanna (zie boven), zegt dat Joanna en hij vaak de raad volgen van andere reizigers [Zie Int.8]. Dit betekent dat zij zich minder laten leiden door het populaire toerisme-discours en dus proberen om meer een eigen betekenis te geven aan toeristische plaatsen. Zowel Flo als Richard merken op dat Oeganda minder zonnig en minder warm is dan verwacht [Zie Int.5 en 10]. Verder vermelden opvallend veel geïnterviewden (ook in andere dan de hier gebruikte interviews) dat Oeganda veel groener is dan zij verwachtten, wat kan wijzen op de invloed van de voorstelling van Afrikaanse landschappen in de media als warm, droog, dor en onvruchtbaar [zie int 7 en int 10]. In interview 7 refereert Antonia naar deze voorstelling in de media. Ze zegt dat het reële beeld van Oeganda niet strookt met die representatie en dat ze het door haar ervaring heeft bijgesteld. In interview 11 zegt Julie Chytilova (24j) dat ze de armoede niet zo erg vindt als ze had verwacht.

2.4. ‘An elegant adventure’ in Oeganda

2.4.1. ‘The pearl of Africa’

In de jaren '60 was Oeganda de belangrijkste toeristische bestemming in Oost-Afrika. In het land zelf was toerisme in die tijd een van de grootste economische sectoren. Daarna volgde echter een periode van politieke instabiliteit en het toerisme naar Oeganda verminderde sterk. Vandaag is Oeganda een relatief stabiel land, waardoor de toerisme-industrie opnieuw meer potentieel heeft gekregen. Desondanks verwijzen toeristen in mijn interviews vaak naar feiten zoals Idi Amin, de Rwandese genocide en de onstabiele situatie in de buurlanden van Oeganda. Geen van hen heeft tijdens hun reis zelf last van een onveiligheidsgevoel, maar ze beschrijven wel hoe ze vooraf vaak ongerust waren of bezorgde familieleden of vrienden hebben achtergelaten. Het Oegandese ministerie van toerisme, handel en industrie stelt vast dat toerisme in Oeganda nog niet opnieuw zo sterk ontwikkeld is als verwacht. Wellicht hebben de negatieve connotaties die Oeganda bij toeristen oproept daar iets mee te maken. Het vernoemde ministerie schreef in 2003 een rapport waarin de ‘tourism policy for Uganda’ wordt uiteengezet. “The strength of tourism in Uganda is the unspoilt wilderness areas, the

gorillas, the rich culture and the special combination of nature and culture”, aldus het rapport³. Bij de toeristische promotie van Oeganda wordt, net als bij de andere Subsaharische bestemmingen, de nadruk gelegd op natuur en cultuur. Ter illustratie een aantal voorbeelden uit de reisbrochures die ik hierboven ook gebruikte:

“Toerisme is in Oeganda een van de snelst groeiende inkomstenbronnen. Dit is niet verwonderlijk als u zich bedenkt dat het land het hele jaar gezegend is met een zeer aangename temperatuur, een weelderig natuurschoon en een uitermate vriendelijke bevolking.” (African Holidays 2004:14)

De Oegandese natuur bestaat volgens de reisbrochures uit een resem van nationale parken, met als hoogtepunt ‘Bwindi Impenetrable National Park’ waar de laatste berggorilla’s ter wereld zich bevinden:

“Oeganda is voor velen synoniem met de berggorilla’s (...) Op luttele afstand van deze vredige wollige vegetariërs zul je je een ander mens voelen.” (Koning Aap 2005:74)

De Oegandese cultuur wordt voorgesteld als traditioneel en de Oegandese mensen als vriendelijk en gastvrij. En ook hier schijnen de mensen in harmonie met de natuur te leven.

“Eén met de natuur rond het Victoriameer. (...) Rondom het Victoriameer leven nog veel stammen op traditionele wijze.” (Koning Aap 2005:76)

“Sommige bevolkingsgroepen zijn heel kunstzinnig (...) Ook kleding en versieringen op de huid zijn vaak een oeroude traditionele vorm waarin de stammen zich van elkaar onderscheiden.” (African Holidays 2004:14)

In deze voorbeelden wordt het algemeen gebruikte discours gevolgd voor de beschrijving van Subsaharisch Afrika. Ook hier legt men de nadruk op het verschil in tijd (oeroud, traditioneel) en ruimte (één met de natuur).

In het hierboven vernoemde rapport stelt het ministerie dat er speciale aandacht moet gaan naar ecotoerisme, gemeenschapstoerisme en producten van cultureel toerisme die focussen op de combinatie van natuur, cultuur en lokale gemeenschappen. Hierbij zouden NGO’s een belangrijke factor zijn in het ondersteunen van de ontwikkeling van gemeenschaps- en cultureel toerisme. Eén van die NGO’s is UCOTA (Uganda Community Tourism Association): “This association as well as other community associations have taken number of initiatives to develop tourism at the grass-roots level”, volgens het rapport. Tijdens

³ <http://www.ucota.or.ug/UTA-TOURISMPOLICYFinaltableofcontentsAug2003.doc>

mijn onderzoek in Oeganda bleken inderdaad de meeste culturele en gemeenschapsprojecten binnen de toerisme-sector lid te zijn van deze organisatie, waaronder Kabarole Tours (zie 2.3.2.). UCOTA werd opgericht in 1998 om lokale gemeenschappen te ondersteunen in duurzame ontwikkeling door middel van kleinschalig toerisme en ondernemingen met handgemaakte producten. Dit is beter gekend als gemeenschapstoerisme. Deze vorm van toerisme heeft als doel lokale mensen te betrekken in de planning, de beslissingen en de implementatie van toeristische activiteiten en verzekert dat de opbrengsten zoveel mogelijk in de lokale gemeenschap blijven. Vandaag telt UCOTA 50 ledengroepen over heel Oeganda met ongeveer 1200 leden waarvan 63% vrouwen en 37% mannen [zie **bijlage 3**]. Volgens de directrice van UCOTA hebben de leden volgende voordelen: training (aan de hand van workshops), kleinschalige geldinzameling, marketing (o.a. via de website⁴) en publiciteit (informeel gesprek, 23-09-2005).

2.4.2. Ecotoerisme en Kabarole Tours

De ‘tourism policy’ van Oeganda is, zoals in het rapport hierboven vermeld, vooral gericht op een specifieke vorm van toerisme, namelijk ecotoerisme. Dit is een vrij recente vorm van toerisme die naar eigen zeggen duurzaamheid zou nastreven. Ecotoerisme wordt gewoonlijk gepresenteerd en begrepen als zeer verschillend van conventioneel massa-toerisme. Dit soort toerisme zou verantwoordelijkheid t.o.v. het milieu en socioculturele betrokkenheid nastreven. Dit gunstige beeld over ecotoerisme is, aldus Carrier en Macleod (2005), een gevolg van een standpunt vanuit de ‘ecotourist bubble’. Binnen deze ‘bubble’ zijn de bestemmingen en ervaringen die worden verkocht aan toeristen onttrokken aan hun context. Daardoor ontstaat er een verstoord beeld van deze bestemmingen en ervaringen en van ecotoerisme zelf. De ‘bubble’ ontnemt dus de zichtbaarheid op de socioculturele gevolgen van ecotoerisme die niet lijken te stroken met de vooropgestelde socioculturele doelstellingen. Mijn onderzoek vond plaats in het westen van Oeganda, in de regio van de Rwenzori Mountains. Deze regio wordt op een toeristische internetsite als volgt beschreven:

“The Rwenzori Mountains lie along the western border of Uganda (...) Here are the legendary ‘Mountains of the Moon’, a World Heritage Site, and these incomparable, beautiful, mist-shrouded peaks provide a unique backdrop (...) Excellent walking routes are provided through wonderful and unique scenery (...) Rwenzori Mountain National Park offers visitors a unique experience of an Afro-Montane rainforest (...)

⁴ <http://www.ucota.or.ug>

Support the local Community Tourism development Projects and stay in one of the local guesthouses. These provide an interesting insight to local life and at the same time help the community benefit from the resources that surround them.”⁵

De twee belangrijkste aspecten van de manier waarop ecotoerisme wordt voorgesteld zijn de verheerlijking en bescherming van de natuurlijke omgeving en de lokale mensen (Carrier en Macleod, 2005:328). De natuurlijke ruimte van de Rwenzori Mountains wordt hier inderdaad gepromoot als iets unieks, waarbij wordt geïmpliceerd dat het zowel bezocht als beschermd moet worden. Wat Richard [Zie Int.10] hierover zegt, ligt in de lijn van deze visie op de natuur als iets dat moet beschermd en bezocht worden: hij heeft onrustwekkende verhalen gehoord over het verdwijnen van ‘wildlife’ en wil daarom de Afrikaanse natuur nog te zien krijgen voor het te laat is. De voorstelling van de regio van de Rwenzori Mountains steunt op een westerse visie op de natuur als iets dat kan geconsumeerd worden. De natuurlijke ruimte wordt daartoe gepromoot als iets unieks. Er gebeurt met andere woorden een place-marketing, de lokale ruimte wordt verkocht aan toeristen ter consumptie. Ook de lokale mensen stelt men in dit voorbeeld op die manier voor: het lokale leven is interessant om van naderbij te gaan bekijken en tegelijkertijd helpt ecotoerisme lokale mensen om inkomsten te genereren van hun omgeving. “Local people (...) are reduced to material expression, the context of which is occluded. This opens the way for staged authenticity”(Cohen 1988, 2002; MacCannell 1973; In: Carrier en Macleod, 2005:330).

Kabarole Tours is naar eigen zeggen een Oegandese ‘eco-tourism friendly tour operator’. Op hun website stellen zij zich verder als volgt voor:

“Kabarole Tours is a highly commendable and in some respects a unique organisation catering to the needs of budget travellers, and a driving force behind the development of several community tourist projects around Fort Portal. We hope you will choose Kabarole Tours to give you a real Ugandan experience. We have unique tours that will give you authentic experiences and unforgettable memories. Kabarole Tours is proud member of The Kabarole Tourism Association. Come to Fort Portal, perhaps the most attractive town in Uganda!! Make it your base and experience a unique part of the country.”⁶

In de eerste plaats vermelden ze dat ze ecotoerisme steunen. De nadruk ligt op ‘het unieke’: de organisatie, de tours en de plaats zijn uniek. Bovendien zullen toeristen met Kabarole Tours echte, authentieke Oegandese ervaringen en onvergetelijke herinneringen hebben. In navolging van de ideologie binnen ecotoerisme bevat het discours niet enkel een lofzang op

⁵ http://premier-vacations-africa.com/Parks/Uganda_Parks/Mount_Rwenzori.htm

⁶ <http://traveluganda.co.ug/kabaroletours/>

de ruimte (“the most attractive place”, “a unique part of the country”), ook wordt verzekerd dat er verschillende gemeenschapsprojecten zijn in de omgeving van Fort Portal. De ‘Kabarole Tours’ die worden aangeboden in hun kantoor in Fort Portal zijn de volgende:

- ✓ Gorillas Bwindi Impenetrable NP
- ✓ Kibale Forest NP
- ✓ The Crater Lakes ~ Four days walking safari
- ✓ The Rwenzoris ~ The mini-trek
 - Rwenzori Mountain hiking expedition
 - Visit the Rwenzori Mountains as an eco-tourist
- ✓ The eco-walk
 - The eco-walk for a real, local experience
 - We explore through villages
- ✓ Push bike safari
 - Experience the countryside by yourself
- ✓ Queen Elizabeth
- ✓ Murchison Falls
- ✓ Mpora rural family ~ Kichwamba
- ✓ The Semuliki Valley
- ✓ The tea visit
 - Kihingami Wetland eco-visit

Ook in deze voorstelling van hun tours zien we duidelijk een nadruk op ecotoerisme en betrokkenheid bij lokale gemeenschappen [Zie ook **bijlage 4**]. Het cultureel toerisme dat in deel 4 aan bod komt, speelt zich af in de Semuliki Valley. Het is dus één van de mogelijke tours die door Kabarole Tours wordt aangeboden.

Eén van deze gemeenschapsprojecten die ik bezocht tijdens mijn onderzoek is de ‘Mpora rural family’ in Kichwamba. In hun brochure stelt de organisatie zich als volgt voor: “The Mpora Rural family Child Sponsoring Programme Kisanga valley Foundation is a grassroots voluntary Community Based Organisation with a community based approach.” Dit gemeenschapsproject werd opgericht in 1987 door Morence Mpora en is in de eerste plaats gericht op steun en onderwijs aan weeskinderen en kinderen uit arme gezinnen. Opvallend is dat er naast het weeshuis en het huis van Morence Mpora ook accommodatie is voor (eco)toeristen. Deze toeristen kunnen hier het ‘echte Afrikaanse gezinsleven’ ervaren en een

unieke tijd doorbrengen met de lokale gemeenschap [Zie **bijlage 5**]. Mijn onderzoek speelde zich grotendeels af in een ander gemeenschapsproject van Kabarole Tours in de regio van de kratermeren, namelijk 'Lake Nkuruba Nature Reserve'. Op deze plaats zijn er een camping en andere accommodatie (bed bandas) voorzien voor toeristen. Men kan er 'village walks' doen en de andere kratermeren bezoeken. De lokale gemeenschap is nauw betrokken bij dit project en een deel van de inkomsten gaat naar een lagere school. De toeristische voorzieningen zijn er niet duur en het is dus "a perfect base from which to explore the lakes on a budget", volgens de Lonely Planet (Lonely Planet 2003:324). Veel toeristen die hier een tijdje verblijven zijn zogenaamde backpackers en zij zijn degenen van wie ik vooral interviews heb afgenomen en met wie ik gesprekken heb gehad. Tijdens deze gesprekken ging het vaak over de zogenaamde 'overlandtruckers' (deze toeristen reizen in groep met een overlandtruck en hebben al hun eigen voorzieningen bij zich, ze reizen in het gezelschap van de chauffeur van de truck, en vaak ook een gids en een kok). Een Amerikaanse toeriste in Lake Nkuruba zegt hierover: "it's not my deal" en dat dit soort reizen volgens haar meer gaat over sociale aspecten binnen de groep dan over het reizen zelf. Ook andere opmerkingen over overlandtruckers en hun manier van reizen zijn vaak nogal negatief. Volgens sommigen is het een zeer asociale manier van reizen omdat deze toeristen geen contact zouden hebben met andere toeristen of lokale mensen omdat alles vooraf gepland en meegebracht is. Ze zien dit soort toeristische ervaring als onecht, niet authentiek. Toeristen denken dus vaak na over hun rol binnen de toeristische ruimte. Ze stellen zich de vraag: "Hoe ben ik een 'goede' gast en hoe ben ik een 'goede' toerist?" Dit doen zij onder andere door zich te vergelijken met andere toeristen. Zij reflecteren over de rol die zijzelf en andere toeristen spelen in de betekenisconstructie van de toeristische ruimte.

Deel 3: Afrikaanse ‘realiteit’ in reality-tv: “Kijk naar moderne mensen bij primitieve stammen”

3.1. Een specifieke vorm van populaire media: Reality-tv

In het vorige deel vermeldde ik dat het tekst- en beeldmateriaal van reisbrochures over Subsaharisch Afrika onlosmakelijk verbonden is met datgene in de media. In de eerste plaats bedoel ik hiermee de informatieve media, zoals bijvoorbeeld nieuwsprogramma’s, actualiteitsprogramma’s of natuurdocumentaires. Deze programma’s creëren een beeld van een droog continent in verval, enkel bestaande uit wilde natuur en lijdende mensen.

“Rather than poor countries being understood as *behind* the West (...) they are increasingly understood as naturally, perhaps even racially, *beneath* it. This is visible both in popular ideology and some journalistic treatments in the West, which seem increasingly content these days to treat the economic and humanitarian crises in Africa as just more evidence of the way ‘those places over there’ *are*.” (Ferguson, 2002a:177, cursief in origineel)

Zoals in deel 1 gezegd, stelt Ferguson hier dat de stereotiepe representatie van Afrika niet nieuw is, maar wel het feit dat deze stereotiepen nu als natuurlijk worden beschouwd, horend bij de Afrikaanse ruimte. Binnen populaire media zal ik in dit deel focussen op een specifieke vorm, namelijk ‘reality-tv’. Volgens Andrejevic is het soort entertainment dat is gebaseerd op realiteit zo oud als de menselijke beschaving zelf. In de specifieke context van massamedia bijvoorbeeld waren films die zich baseerden op de realiteit van het dagelijkse leven één van de eerste manifestaties binnen het medium van bewegende beelden (Andrejevic, 2004:65). Hiervoor verwijs ik bijvoorbeeld naar de film ‘Nanook of the North’ (1922) van Robert Flaherty waarin de ‘realiteit’ van het dagelijks leven van de Inuit centraal staat. Deze film wordt door velen beschouwd als één van de eerste documentairefilms.

Reality-tv is uitgegroeid tot een vrij breed fenomeen en de term wordt gebruikt als label voor een heel aantal verschillende televisieformats. Volgens Bratich kunnen we reality-tv het best bekijken “less as a genre than as a loose assemblage of techniques and experiments” (Bratich, 2006:65). Dit wordt ook aangetoond in een definitie die Mast samenstelt om het begrip af te bakenen in zijn paper ‘Reality-tv in Vlaanderen: een controversieel fenomeen’:

“(…) kan men realiteitstelevsie best zien als verzamelterm voor een reeks van vrij recent verschenen formaten die in hun opzet op de meest concrete en wezenlijke wijze uiting geven aan de postmoderne trends die zich binnen een bredere context in de maatschappij, media en het televisiebestel voltrekken, zonder hiermee samen te vallen. Daarbij gaat het om overwegend nieuwe, eigen- en anderssoortige programmaformules die niet meer louter te herleiden zijn tot een traditioneel en eenduidig genre of categorie en die zich hoofdzakelijk beroepen op hun beeldmateriaal en de specifieke productiewijze en/of opnamestijl ervan om een hoog realiteitsgehalte te claimen.” (Mast, 2003:10-11)

Zoals in deze definitie wordt gezegd, claimt reality-tv –de naam zegt het zelf– een hoog realiteitsgehalte. Hiervoor beroepen de makers van dit soort televisie zich op hun beeldmateriaal en de specifieke opnamestijl of productiewijze. Fetveit zegt in zijn artikel ‘Reality TV in the digital era: a paradox in visual culture’ (Fetveit, 1999) dat er sprake is van een paradox binnen de visuele cultuur: namelijk het naast elkaar bestaan van de digitale revolutie in fotografie (die dus een grote mogelijkheid tot digitale manipulatie deed ontstaan) en de claim van een objectieve realiteitsweergave in reality-tv. Digitale manipulatie veronderstelt een illustratieve, iconische weergave van de werkelijkheid. Terwijl reality-tv zich profileert als een evidente, indexicale weergave van de werkelijkheid. Sears zegt dat “everyone knows that reality TV is not actually about reality, but it does give us some sense of the fantasies about reality”(Sears, 2005). Reality-tv laat ons toe om naar anderen te kijken. Azarya stelt vast dat de nieuwsgierigheid naar ‘het andere’ kan worden bevredigd zonder dat men zich hiervoor verplaatst als toerist, namelijk via het medium televisie:

“The combination of increasing curiosity for the different and continued attachment to comfort and familiarity is regularly manifested without actual travel. The exotic, the different may be brought to the potential consumers in their living room (...). As Urry put it, it is also possible ‘to see many of the typical objects of the tourist gaze (...) in one’s living room at the flick of a switch’ (Urry, 1990: 100; In: Azarya, 2004:953)

Dit comfortabele kijken naar het exotische andere doet denken aan de ‘environmental bubble’ binnen toerisme. “Reality TV comes with a unique promise of contact with reality, but at the same time it promises a secure distance”(Fetveit, 1999:798). In dit geval zijn de ‘exotische objecten’ twee keer aan hun context onttrokken: de ‘bubble’ heeft een dubbele laag gekregen. Reisagentschappen en programmamakers creëren door de productie van exotische plaatsen een eerste laag. Ik toonde aan dat men als lokale betrokkene en als toerist echter eveneens een rol speelt door een (re)productie van het toeristische discours aan de hand van eigen ervaringen. Ook deelnemers aan reality-tv spelen een belangrijke rol in de (re)productie van

het opnamegebeuren. Het eindresultaat van reality-tv programma's, namelijk de uitzendingen, krijgen door het proces van montage nog een tweede laag erbij. Ook als kijker is men zich bewust van deze 'bubble' en gaat men vaak kritisch kijken naar de uitzendingen en bepaalde zaken in vraag stellen.

De bakermat van reality-tv ligt in het sterk gedereguleerde Amerikaanse televisielandschap van de jaren '80. Het in de Verenigde Staten hoog in het vaandel gedragen ideaal van de vrije markt heeft er een hoogcompetitief omroepbestel in de hand gewerkt. Om zich in een dergelijke context te handhaven is het absoluut noodzakelijk een zo efficiënt mogelijke productie, in dit geval van televisieprogramma's, te verwezenlijken en voortdurend te innoveren. Dit is een ideale voedingsbodem gebleken voor de ontwikkeling van nieuwe formaten en meer in het bijzonder reality-tv, dat met zijn grote aantrekkingskracht naar de kijker toe enerzijds en lage productiekosten anderzijds, een passend antwoord bood op de eisen die een competitieve omgeving stelt (Kilborn, 1994: 426; In:Mast, 2003:6-7). Reality-tv is dus een vrij recent gegeven binnen de populaire media van vandaag en de mogelijkheden tot uitbreiding van dit soort tv lijken, zoals hierboven vermeld, niet te stoppen. Binnen het Belgische televisielandschap begon de echte populariteit van reality-tv met een aantal formats waarbij het vooral om sociale vaardigheden draait binnen een groep, zoals bijvoorbeeld 'Big Brother'. Er kwamen eveneens zogenaamde survival-programma's, waarbij het extra gegeven van een exotische, onherbergzame locatie een belangrijke rol speelt, zoals 'Expeditie Robinson'. De formats binnen reality-tv waarop ik hieronder focus zijn diegene waarbij de ruimte bestaat uit een exotische locatie en waarbij bovendien de lokale bewoners van die ruimte een bepaalde rol spelen in het programma. Bij het oorspronkelijke sociale gegeven is dus een extra dimensie van 'exotisme' toegevoegd.

Net zoals bij toerisme is in de media het economische aspect van belang. De prioriteit is de verkoop van een product aan de kijkers. Ook hier tracht het mediabeleid daarvoor tegemoet te komen aan bepaalde (vermeende) verwachtingen of noden van potentiële consumenten. Programmamakers zullen, net als reisagentschappen, de voorstelling van het product aan die verwachtingen proberen aan te passen. We zagen bij de analyse van de reisbrochures dat het tekst- en beeldmateriaal eenduidig en stereotyperend is en dat de nadruk lag op 'exotische' cultuur en natuur. De andere cultuur wordt voorgesteld als gebonden aan een natuurlijke ruimte waardoor een naturalisering ontstaat van culturele verschillen. Bij de reality-tv-programma's die ik hieronder bespreek, is dit niet anders. De vaak gehoorde reacties op reality-tv, dat het geconstrueerde en artificiële televisie is omwille van de erg opgezette representaties, verliezen volgens Bratich de cruciale vernieuwingen uit het oog die

het genre met zich meebrengen: “Reality TV may be less about representing the real than intervening in it –less mediation and more *involution*”(Bratich, 2006:66; cursief in origineel). Recentelijk zijn culturele analisten en media-theoretici afgestapt van het denken over reality-tv als fundamenteel representatief: “For one thing, RTV has been contextualized within surveillance society” (Bratich, 2006:66). Volgens Wong moeten we afstappen van het zien van reality-tv als Big Brother die zijn dominante blik op ons richt. Deze Big Brother ‘surveillance’ is volgens hem maar één kant van het verhaal. Hij verwijst naar Foucault en stelt dat er voor hem naast ‘surveillance’ ook zoiets bestaat als autonome ‘agency’: “we are the ones who are exercising power over ourselves” (Wong, 2001:33). Reality-tv is in de eerste plaats een interactieve vorm van televisie en het is belangrijk te kijken wat onze eigen rol is in de constructie ervan. Hoe participeren gewone mensen in het exoticiseren van ‘anderen’? Wat is de rol van gewone mensen, zoals deelnemers en kijkers (of niet-kijkers), in de (de)constructie van culturele verschillen? De constructie van ‘realiteit’ gebeurt aan de hand van semiotische processen. Barthes (1967) spreekt in zijn ‘Elements of semiology’ over semiotiek als ‘bepaalde systemen van betekenisgeving’. Semiotiek helpt om ‘realiteit’ niet te zien als een voorwaardelijk gegeven met een zuiver objectieve betekenis onafhankelijk van menselijke interpretatie. Het zorgt ervoor dat we ‘realiteit’ als een systeem van tekens kunnen bekijken. Op die manier is het mogelijk om de constructie van ‘realiteit’ en de rol die mensen spelen in die constructie te analyseren. Media en reality-tv ‘bevatten’ geen betekenis die vervolgens kan worden ‘overgedragen’ op ons, maar we creëren zelf de betekenis en dus onze eigen ‘realiteit’ ervan.

Zoals gezegd is er een veelheid aan formats ontstaan binnen reality-tv. Om binnen dit soort televisie vernieuwend te blijven en boeiende programma’s te blijven maken, gaan de makers vaak bepaalde (morele) grenzen aftasten. Dit heeft bij alle betrokken partijen heel wat discussies uitgelokt over realiteitstelevisie. Volgens Mast staan er twee belangrijke discussiepunten uit het brede debat centraal, namelijk de maatschappelijke betekenis van reality-tv enerzijds en de ethische implicaties van reality-reeksen anderzijds. Met de maatschappelijke betekenis van reality-tv wordt hier in de eerste plaats verwezen naar de rol die de recent opgekomen formaten kunnen vervullen in het licht van de zogenaamde ‘civil society’-functies van de media. Deze functies zijn het verlenen van een forum en verstrekken van informatie, waarbij de participatie van de burger en de toegankelijkheid in algemene zin wordt bevorderd. Aan de ene kant is er de overtuiging, vanuit een liberaal-pluralistisch perspectief op de media, dat de nieuwe factuele formaten het publiek meer inspraak en macht verlenen (reality-tv als ‘empowerment’) (Mast, 2003:8). Hiertegenover staat een kritische

opvatting die, vanuit een politiek-economisch perspectief op de media, meent dat de commercialisering van het omroepbestel leidt tot ‘tabloidisering’ en de productie van wegwerptelevisie met reality-tv als meest extreme uitspatting van deze trend (reality-tv als Trash TV) (Biltereyst, 2000:30; Dovey, 2000:83; In: Mast, 2003:9). Er zijn echter ook denkpistes die een meer genuanceerd standpunt innemen en de opkomst van realiteitstelevisie niet zonder meer bejubelen of verwerpen. Hierbij erkent men enerzijds dat de vastgestelde trends passen binnen de evolutie van de samenleving naar een consumptiecultuur, waarin ook mediaproducten en steeds meer terreinen van het private leven gecommuniceerd worden, afgestemd op het vermaak van zoveel mogelijk consumenten. Anderzijds weigert men de doorgedreven commercialisering op zich negatief te beoordelen en ziet men dit niet onmiddellijk als een bedreiging voor het ‘civil society’-project van de media (Mast, 2003:9). Op ethisch vlak vormt de manier waarop reality-tv het recht op privacy van mensen onder druk zet een belangrijk onderdeel van het debat (Mast, 2003:9). Reality-reeksen, die haast per definitie het private publiek maken, plaatsen zo het recht op privacy op de helling en creëren een zekere spanning tussen de bescherming van de persoonlijke levenssfeer enerzijds en het recht op vrije meningsuiting vanwege de media anderzijds (Mast, 2003:10).

In 3.2. ga ik dieper in op de semiotische processen van twee reality-tv programma’s die beiden (gedeeltelijk) werden geproduceerd in Afrika, namelijk ‘Toast Kannibaal’ en ‘Stanley’s Route’. Hier gaat het over de rol van de makers en de media in die semiotische processen. Toast Kannibaal bespreek ik voornamelijk aan de hand van de afleveringen van de eerste reeks en de voorstelling van het programma in de media. De tweede reeks van Stanley’s Route werd voorbereid en opgenomen in Oeganda tijdens mijn onderzoek en ik heb de voorbereidingen van deze productie kunnen meevolgen. Voor de bespreking van de semiotiek van dat programma, zal ik mij baseren op het format en de voorbereidingen van die productie in Oeganda en op een aflevering van de eerste reeks (de opnames die ik meevolgde, zijn nog niet uitgezonden tot op heden). Zoals Wong besluit in zijn artikel ‘Reality TV, Big Brother, and Foucault’ is er kritisch onderzoek nodig over de condities die de productie van zulke fenomenen als reality-tv mogelijk maken en over onze eigen rol in die processen (Wong, 2001:43). Om die rol bloot te leggen, kijk ik naar alle betrokken partijen binnen reality-tv programma’s, in dit geval Toast Kannibaal en Stanley’s Route. Hier gaat het over de rol van zowel programmamakers als andere betrokkenen in de semiotiek ervan. In 3.3. analyseer ik hoe deelnemers en programmamakers een rol spelen in de (de)constructie van deze twee reality-reeksen. Hiervoor gebruik ik ter illustratie vooral interviews met de familie Beernaert, die deelnam aan Toast Kannibaal, en met een productiemedewerker van Stanley’s

Route, voor wie ik de schuilnaam Paul gebruik. Zoals gezegd weken dit soort programma's heel wat maatschappelijke en ethische discussies los. In 3.4. beschrijf ik hoe alle betrokken partijen (programmamakers, deelnemers en kijkers) deze discussies voeren over en met elkaar. Ik illustreer dit met reacties in de media en op internetforums.

3.2. De semiotiek in de productie van 'Afrikaanse' reality-tv

3.2.1. 'De boeiende cultuurschok' in Toast Kannibaal

'Exotische realiteit' is, zoals hierboven gezegd, onderwerp van een aantal reality-tv programma's. Eén daarvan is het programma Toast Kannibaal. Dit programma werd gemaakt door het productiehuis Eyeworks. Het betreft een eigen format, ontworpen door regisseurs Leen Dewitte en Tom Cloeckaert. Het werd in de periode maart-april 2005 uitgezonden op VTM. Momenteel wordt er aan een tweede reeks gewerkt. Ik beschrijf hier de semiotiek van de makers van Toast Kannibaal aan de hand van de voorstelling van het programma in de media en voorbeelden uit de uitzendingen van de eerste reeks. Het programma Toast Kannibaal en de deelnemende gezinnen en 'stammen' werden vorig jaar in maart als volgt aangekondigd in Libelle:

“Wat gebeurt er als je een doorsnee gezin uit zijn knusse fauteuil plukt en drie weken lang bij een authentieke volksstam dropt? Dat wilde het regisseurskoppel Leen Dewitte en Tom Cloeckaert graag weten. Daarom brachten ze drie gezinnen onder bij evenveel stammen: de Mentawai in Indonesië, de Himba in Namibië en de Tamberma in Togo. Ze moesten zich zo snel mogelijk de levenswijze van de inheemse bevolking eigen maken. Resultaat: een cultuurschok voor beide partijen, die soms hilarische, soms ontroerende maar altijd boeiende televisie oplevert” (Libelle, 17 maart 2005: 78)

“Het bakkersgezin Bierkens uit Mol vindt onderdak bij de Tamberma in Noord-Togo. Bakker Lode(44) kan absoluut niet tegen warmte (...) Zijn vrouw Suzanne(41) is heel erg gesteld op lichaamshygiëne (...) Bij de Tamberma rapen de vrouwen koeienvlaaien op met hun blote handen (...) Dochter Wenke(18) kan er absoluut niet tegen als er iemand de baas over haar speelt en wil alles altijd zelf beslissen. Bij de Tamberma zijn de mannen baas. Vrouwen die niet gehoorzamen krijgen van de zweep. Bram(17) is als de dood voor het donker. Toch moet hij bij de Tamberma slapen in een hutje met een piepkleine opening, waar een mens amper doorheen kan. Volgens de andere gezinsleden is Bavo(13) heel kleinzerig. (...) Maar de Tamberma zijn een stam van krijgers.” (Libelle, 17 maart 2005:79)

“Het gezin Beernaert uit Moorslede logeert bij een Himba-stam in Noord-Namibië. Respect voor anderen is het levensmotto van vader Franky(44) (...) Een Himba-man biedt zijn gast z'n vrouw aan. Een weigering zou hij zien als een gebrek aan respect.

Mama Nadine(46) kan ontzettend genieten van een lang bad. Himba-vrouwen wassen zich niet maar smeren zich in met een ‘body-milk’ van boter en okerkleurig poeder. Wannas(16) is erg begaan met het dierenwelzijn. Bij de Himba-stam staan zijn leeftijdgenoten in voor het doden van de dieren. Tiener Marieke(15) is met geen stokken uit bed te krijgen. Himba-vrouwen staan voor zonsopgang op om het vee te melken. Corneel(11) vindt bloot maar niets (...) De Himba-vrouwen lopen met hun borsten bloot.” (Libelle, 17 maart 2005:80)

“Het gezin Deroo uit Grimbergen komt terecht bij de Mentawai in Indonesië. Vader Marc(46), ex-topkok en nu vooral huisvader, zorgt altijd voor een gevarieerde maaltijd. Zijn vrouw kookt nooit. Bij de Mentawai staat er vooral ‘boom’ op het menu! En koken is er taboe voor mannen. Moeder Marise(38) (...) poetst bijna maniakaal. Ook de Mentawai houden graag hun woonst netjes. De mannen moeten dan ook tussen de planken spugen en niet erop. Dochter Charlotte(15) is haast panisch voor insecten. (...) Levende larven zijn een lekkernij voor de Mentawai. Zoon Lukas(13) (...) heeft een broertje dood aan werken. Toch zal hij bij de Mentawai de handen uit de mouwen moeten steken want kinderen moeten er flink meewerken.” (Libelle, 17 maart 2005:81)

Met deze voorstelling is meteen de toon voor het programma gezet, het uitgangspunt van de makers is een cultuurschok tussen twee totaal verschillende culturen. Ook op de website van VTM wordt bij de aankondiging van Toast Kannibaal de nadruk gelegd op dit uitgangspunt: “Een cultuurschok die kan tellen, voor de Vlamingen, maar ook voor de plaatselijke bevolking.”⁷ In de uitleg die daarop volgt, gebruikt men woorden die naar deze schok verwijzen: “confronterend”, “totaal onbekende wereld”, “confrontatie”, “drastische nieuwe levensomstandigheden”, “twee totaal verschillende culturen”, “gigantische cultuurverschillen”. De beoogde cultuurschok tracht men in het programma weer te geven aan de hand van uitvergroete tegenstellingen tussen ‘wij’ en ‘zij’, zoals het voorbeeld uit Libelle hierboven duidelijk illustreert. In de teksten van de voorbeelden hierboven en tijdens het programma zelf wordt voortdurend geïmpliceerd dat ‘onze’ gewoonten goed en normaal zijn en ‘hun’ gewoonten afkeurenswaardig en abnormaal. De ‘stammen’ in Toast Kannibaal worden voorgesteld als primitief, authentiek en ‘leven nog volgens hun oeroude tradities’. De regisseurs zeggen hierover in een interview: “Wanneer onze gezinnen de stammen voor het eerst ontmoeten is de schok uiteraard enorm. Alsof ze in een geschiedenisboek zijn beland.” Wanneer men hen in datzelfde interview vraagt of het niet moeilijk was om gezinnen én de ‘primitieve’ stammen warm te maken voor zo een avontuur, antwoorden ze: “we kenden gelukkig al twee stammen van onze vorige reizen, de derde vinden was een pak moeilijker. Ze moesten al een beetje contact met blanken hebben gehad maar niet zoveel dat het hun cultuur had aangetast.”(Libelle, 2005: 80)

⁷ http://www.vtm.be/tv/index_programma_toast_kannibaal.htm

De titel van het programma verwijst naar het van oudsher aan ‘natuurvolken’ (de stereotiepe ‘koppensnellers’) toegeschreven kannibalisme. Deze veronderstelde praktijk speelt in de 19^e eeuwse beeldvorming van Afrika een grote rol. Het gaat hier om de omkering van een eigen voedseltaboe (Corbey, 1989: 80). Om de tegenstellingen te versterken, maakt men gebruik van bepaalde (westerse) taboe’s die bij de ‘stammen’ als gewoon worden voorgesteld. Er komen taboe’s met betrekking tot voedsel aan bod, zoals het eten van hond, larven en boomschors. In het programma toont men hoe deze lokale eetgewoonten door de Vlaamse gezinnen op bepaalde manieren afgekeurd en soms bestreden worden. Het lokale voedsel wordt in het programma als abnormaal en vies voorgesteld. Zo ‘leert’ de familie Deroo de Mentawai koken omdat ze het lokale voedsel maar niets vinden. Wanneer de Tamberma een hond willen slachten als maaltijd, steigert het gezin Bierkens en schelden ze de Tamberma voor gek uit. Ook andere taboes met betrekking tot naaktheid en seks worden sterk uitgebuit door de makers van *Toast Kannibaal*. Dit gebeurt voornamelijk door een nadruk op naaktheid, tegennatuurlijke vormen van seksualiteit en de traditionele kledij van de lokale mensen. In het bovenvernoemde interview met de regisseurs vraagt men hen waar de gezinnen het vooral moeilijk mee hadden. Het antwoord luidt: “In de eerste plaats natuurlijk met het eten (...) Maar waar de gezinnen het meest mee worstelden was het gebrek aan privacy en de overweldigende intimiteit bij de stammen. Die mensen zijn heel ongecompliceerd. Je krijgt snel hun vriendschap en ze zijn heel vlug intiem. Elkaar strelen als je elkaar een uur kent, is bij ons ondenkbaar, maar daar heel gewoon. (...) seks hebben ze in het kippenhok.” (Libelle, 2005: 80). Tijdens een gesprek met de familie Beernaert naar aanleiding van een interview (zie verder) blijkt dat het voor hen tijdens de opnames duidelijk was dat de regisseurs op bepaalde taboe’s waren gefocust. De familie vertelt dat ze aanvoelden dat er vaak bepaalde ‘confrontaties’ rond deze taboe’s in scene werden gezet. Moeder Nadine vertelt bijvoorbeeld over een bepaalde scène in de eerste aflevering waarbij de Himba-vrouwen haar en haar dochter nogal uitvoerig betasten. Ze zegt dat dat enkel die eerste avond (toen er werd gefilmd) was gebeurd en erna nooit meer. Ook moeder Suzanne, van de familie Bierkens, had achteraf tegen Nadine gezegd dat ze dit soort enscenering van ‘handtastelijkheid’ had ervaren. De interactie tussen de Vlamingen en de lokale mensen was, anders dan het programma ons wil laten geloven, niet steeds per definitie confronterend. Nadine vertelt bijvoorbeeld dat ze met één Himba-vrouw een sterke emotionele band had opgebouwd en dat die vrouw haar soms apart nam en haar bepaalde zaken toevertrouwde.

3.2.3. ‘In de voetsporen van Stanley’ in Stanley’s Route

Stanley's Route is een productie van Endemol en wordt op de tv-zender VT4 uitgezonden. Ook bij dit programma betreft het een format van het productiehuis zelf (Endemol Vlaanderen). De eerste reeks werd uitgezonden tijdens dezelfde periode (maart-april 2005) vorig jaar als Toast Kannibaal. Een tweede reeks is in de maak. Ook in deze reality-reeks gaat het in de eerste plaats over 'exotische realiteit'. In dit deel zal ik aan de hand van de voorstelling van de eerste reeks op de website en het format van de tweede reeks de rol van de makers in de semiotische processen van de productie van Stanley's Route beschrijven. Ter illustratie hiervan zal ik ook enkele fragmenten van de afleveringen van de eerste reeks gebruiken. Ook deed ik een interview met Paul, één van de productieleden, die in Oeganda meewerkte aan het programma. Af en toe komt hij hier aan het woord over zijn rol in de productie en welke visie hij daarover heeft. De eerste reeks van Stanley's Route kondigde men als volgt aan op de website van VT4:

“Ver weg van de westerse beschaving, onder de meest primitieve omstandigheden, treden 10 bekende Vlamingen wekenlang in de voetsporen van de legendarische ontdekkingsreiziger Stanley. Ze trotseren niet alleen de verschroeiende hitte, de ontbering en het totale gebrek aan enig comfort, onderweg moeten ze ook bij primitieve stammen zien te (over)leven en technieken leren die hen in staat stellen het einde van “Stanley's Route” te halen. Het wordt een ware cultuurschok, een confrontatie tussen Westerse normen en waarden en de dagdagelijkse Afrikaanse realiteit. Een test ook: van hun angsten voor het ongewone, van hun aanpassingsvermogen, hun fysieke en mentale sterkte. En vooral ook een confrontatie met zichzelf.”⁸

Hieruit leid ik af dat ook in dit programma het uitgangspunt in de eerste plaats een cultuurschok is die dient te ontstaan uit de confrontatie tussen 'het beschaafde Westen' en 'het primitieve Afrika', waarvan wordt geïmpliceerd dat het de 'dagdagelijkse Afrikaanse realiteit' is. Uit de constructie 'westerse normen en waarden' versus 'de Afrikaanse realiteit' spreekt een ruimtelijke hiërarchie (zie deel 1). Deze duidt een ongelijkheid aan tussen het Westen waar inherent normen en waarden zouden gelden versus Afrika waar inherent een (primitieve, harde) zou realiteit gelden. De bekende Vlamingen worden verondersteld hun 'angsten' voor het 'ongewone' te overwinnen. Dit bestempelt Afrika als 'gevaarlijk ander continent'. Het format van dit programma, dat ik tijdens de voorbereidingen in Oeganda in handen kreeg, luidt voor de tweede reeks als volgt:

⁸ http://www.vt4.be/html/stanley_home.htm

“Na een eerste gesmaakte seizoen komt Stanley’s Route nummer 2 eraan. (...) Wat gaat er allemaal gebeuren? Tien bekende Vlamingen vliegen naar het Afrikaanse continent. Daar start het avontuur. De kandidaten treden in de voetsporen van Henry Morton Stanley. Ook hij werd geconfronteerd met tal van uitdagingen onderweg (...) Maar hij kreeg ook te maken met de lokale bevolking, soms vijandig, soms gastvrij. Stanley leerde een andere cultuur kennen, en *another way of life*. (...) Wie moet er wanneer naar huis? (...) Met andere woorden, wie ver wil geraken, moet als het ware één worden met het land en alle indrukken opslaan. (...)” (Format Stanley’s Route, tweede reeks; cursief in origineel)

De deelnemers zullen dus in de voetsporen treden van Stanley, zoals reeds wordt aangegeven door de titel van het programma. Ook hij kreeg te maken met de soms vijandige, soms gastvrije lokale bevolking, volgens het format. Als we deze twee representaties naast elkaar leggen, wordt bovendien geïmpliceerd dat deze primitieve bevolking (soms gastvrij, soms vijandig) de dagdagelijkse Afrikaanse realiteit is. De connotatie met westers imperialisme en kolonialisme ligt hier voor de hand. Uit het format blijkt dat men een situatie wil creëren identiek aan degene die Stanley zou hebben aangetroffen bij zijn ‘ontdekkingsreis’ door het continent. Stanley was een belangrijk figuur in de kolonisatie van het Afrikaanse continent en in het programma krijgen de BV’s de kans om deze kolonisatie over te doen. Behalve de titel ‘Stanley’s Route’ vermeldt men op geen enkele manier tijdens de afleveringen van de eerste reeks dat het de bedoeling is om een context uit het verleden te schetsen en ook de website-tekst doet vermoeden dat men het alledaagse Afrika wil weergeven. Wanneer ik Paul vraag naar het concept van Stanley’s Route en vanwaar deze titel voor het programma, antwoordt hij:

(R: Renilde Seyssens; P: Paul)

P: Men wil altijd een soort van combinatie maken van euh ‘BV’s trekken kijkers aan’ en als we dan de andere succesformule [...] zijnde de extreme omstandigheden, waar men mensen graag in plaatst om te zien hoe dat er conflicten ontstaan in een groep [...] dus dat is het basisidee euh als men dan [...] euh zocht naar een plaats dan heeft men gedacht tiens Afrika zou een leuke plaats zijn omdat dat euh omdat dat nog enorm mensen aanspreekt omwille van het *exotisme euh en [...] ja hoe gaan we de mensen euh een soort van aha-erlebnis of een euh [...] een soort van aantrekkings euh [...] punt euh zoeken om de kijker te laten kijken en dan heeft men gezegd [...] *Stanley is iemand die in de Belgische geschiedenis [...] euh iedereen altijd onmiddellijk doet denken aan Kongo, aan = aan het oerwoud van Centraal Afrika in de eerste plaats aan Kongo maar in de bredere zin aan =aan zwart Afrika en daardoor heeft men Stanley gekozen niet omwille van euh de figuur Stanley of omwille van de euh geschiedenis euh die men wil euh brengen over Stanley want dat doet men niet

(...)

P: Maar eigenlijk is Stanley gewoon gebruikt als [...] *kapstok [...] die goed klonk bij

- de [...]
- R: Ja
- P: Belgische enfin in dit geval Vlaamse bevolking
- R: Uhum
- P: Ik denk dat het programma misschien in Engeland Livingstone's route zou kunnen heten of = of ergens anders Speke's route [...]
- R: Ja
- P: of euh of = of wat anders
- R: Maar ge zegt dat het niet naar de geschiedenis verwijst [...]
- P: Nee
- R: Stanley, maar er zijn een aantal dingen zo eh dat ze bijvoorbeeld nie filmen in heel bewoonde gebieden of dat [...]
- P: Ah ja
- R: de plaatselijke bevolking geen Engels mag spreken
- P: dat doet men [...]
- R: Waarom is dat dat dan precies?
- P: Wel, dat doet men omdat euhm men de confrontatie zo groot mogelijk wil maken met *onze maatschappij en met de BV's [...] als men euh BV's gaat plaatsen in een *verwesterde streek in Afrika of in Azië of in = in Zuid-Amerika [...]
- R: Uhum
- P: is de confrontatie en de schok minder [...] men zoekt in dat soort programma's effecten en effecten berei euh bereikt men door euh extreme omstandigheden samen te brengen in een clash en als ge BV's, die toch over het algemeen een beetje luxueus en = en euh en ja een bepaalde manier van leven hebben *hier, plaatst in totale euh [...] ja deso [...] primaire toestanden dan gaat de schok groter zijn da's de enige redenen

De programmamakers stuurden de producenten in Oeganda dus op zoek naar dit traditionele, primitieve Afrika. Deze zoektocht in het Afrika van vandaag is echter niet altijd eenvoudig, zoals ik ook tijdens de voorbereidingen vaak merkte. Vooraf aan deze voorbereiding ter plaatse, stuurden de makers onder andere e-mails naar Belgische mensen die bij NGO's werken in Oeganda. Jeroen Weckhuysen, een medewerker van Broederlijk Delen, kreeg zo een email en stuurde me die door. Hieronder volgt een fragment daaruit:

“Laat ik me even voorstellen. Ik ben Tim Vlummens, creative producer bij het Tv-productiehuis Endemol België. (...) De focus van het programma ligt enerzijds op de zware trektocht in de prachtige Afrikaanse natuur maar anderzijds, en vooral, op het verblijf bij de traditionele natuurstammen alwaar de groep daadwerkelijk deelt in het dagelijkse leven: ze eten, slapen, werken,... kortom (over)leven bij deze authentieke bevolkingsgroepen. Zij brengen dus geen bezoek als toerist, maar verblijven daadwerkelijk als ‘stam’genoten. (...) Nu is het van hieruit moeilijk om uit te vissen waar precies in de streek van onze route (Ten westen van het Victoriameer in Tanzania, Uganda, Rwanda en Burundi) nog natuurstammen leven volgens hun traditionele levenswijze (stammen die leven van hetzij visvangst, jacht, veeteelt,...). Authentieke stammen die dus werkelijk op zichzelf (over)leven en die de waarden en de cultuur van hun voorvaders nog trachten in ere te houden. (...) Over enkele weken

komen wij op prospectie en hopen wij om enkele volkeren te kunnen bezoeken om een eventuele samenwerking te bespreken.” (Email, 19 augustus 2005)

Niet enkel in de teksten en beelden van reisbrochures over Subsaharisch Afrika ligt de nadruk op exotische natuur en cultuur, ook in dit programma ligt de focus enerzijds op “de prachtige Afrikaanse natuur” en anderzijds (vooral) op “traditionele natuurstammen”. Deze laatsten leven nog volgens hun “traditionele levenswijze”, wat vervolgens gespecificeerd wordt als: “(...) werkelijk op zichzelf (over)leven en die de waarden en cultuur van hun voorvaders nog trachten in ere te houden”. Tijdens de vernoemde prospectie (enkele weken later) ontmoet ik enkele programmamakers in Oeganda. Ik woon een vergadering bij tussen hen en een lokale contactpersoon, waarbij de lijnen voor de productie worden uiteengezet en verklaard aan de contactpersoon. Ik schreef hierover het volgende verslag: *De sleutelwoorden tijdens het overleg zijn ‘authentiek’, ‘traditioneel’ en ‘niet-westers’. De programmamakers hebben een duidelijk vooropgezet idee over hoe ze de plaatselijke omgeving en bevolking in beeld willen brengen. Wanneer bepaalde zaken, zoals huizen en kledij, in realiteit niet aan dit beeld blijken te beantwoorden, stellen zij voor om de werkelijkheid dan maar aan hun vooropgesteld beeld aan te passen. Ze leggen tijdens de vergadering aan de lokale contactpersoon uit hoe de setting er zal moeten uitzien en stellen ingrepen in de werkelijkheid voor zoals bijvoorbeeld nieuwe hutten bouwen (met stro-daken i.p.v. golfplaten daken), de lokale mensen ‘traditionelere’ kledij aantrekken, enzovoort. Naar het einde van de vergadering toe wijst men de contactpersoon er nog eens op dat “everything should be really authentic, that’s really important for us” (Verslag thesisonderzoek, 31-07-2005).*

Zoals uit het format en de email bleek hadden de programmamakers inderdaad een duidelijk vooropgezet idee over hoe en wat ze in beeld willen brengen. Paul zegt dat de programmamakers zelf een ‘valse beeldvorming’ hebben gekregen tijdens de opnames van de eerste reeks:

P: Ja, we zijn in streken geweest waar er euh nog weinig [...] enfin nu wel, laat ons zeggen, een deel niet strooien daken waren van hutten en dan vroegen de programmamakers dan van VT4 om euh die stukken met euh met van die euh golfplaten daken te vermijden of niet te filmen en dan zelfs in een dorp waar we gedraaid hebben, hebben we twee daken bekleed *over de golfplaten met euh strooi stro

R: Uhum

P: Euhm [...] da was voor het decor mooier te maken en iets Afrikaanser, maar’t is niet de realiteit hé

R: Jaja

P: alei ja ‘t is zeker nog een deel *realiteit maar ‘t probleem is, de programmamakers

- zijn begonnen in Tanzania vorig jaar, ze hebben daar in het noorden bij een aantal bevolkingsgroepen [...] gedraaid waar alles volgens hun euh volgens hun boekje perfect was, zijnde: de mensen spraken inderdaad bijna geen Engels [...]
- R: In Tanzania over het algemeen veel minder hé
- P: ze waren in een streek waar alleen maar strooien daken hutten waren [...]
- R: Uhum
- P: de bevolking droeg zeer traditionele kledij [...] dus zij hebben daar een soort van valse beeldvorming zelf ook gehad, zij hebben daar euh toen een = een soort van euh *uitzonderlijke situatie gefilmd en zij willen die uitzonderlijke situatie nu toepassen op de hele route [...]
- R: Uhum
- P: wat bijna onmogelijk is omdat bijvoorbeeld in Zuid-West-Oeganda aan het Bunyonyimeer en in het Rwenzorigebergte in het zuiden is het zeer dichtbevolkt, in Rwanda ook, daar zijn de mensen compleet anders behuisd dan vroeger, zijn verwesterd voor een stuk, ook voor een stuk weer door missionering en da daar krijg je absoluut niet datzelfde beeld en *toch willen zij da gaan forceren

Om hun ‘valse beeld’ eveneens in Oeganda toe te passen, stellen de programmamakers voor bepaalde zaken te manipuleren en aan te passen aan hun ‘reality’. Tijdens de voorbereidingen van het filmen bleek dit in praktijk inderdaad het geval, zoals Paul hierboven reeds vermeldt. Alle zogenaamde ‘moderne’ elementen werden weggefilterd: golfplaten daken werden bedekt met stro, de lokale mensen mochten geen Engels praten tijdens het filmen en mochten geen ‘sporen van westerse kledij’ vertonen, dichtbewoonde gebieden en verharde wegen mochten niet gefilmd worden, enzovoort.

De beelden en tekstfragmenten in de afleveringen van de eerste reeks beantwoorden aan de ‘primitiviteit’ en een verlangen naar ‘authenticiteit’ die in het format worden vooropgezet. Ik beschrijf hieronder kort enkele fragmenten uit aflevering 5: “De avonturiers weten niet meer wat hen overkomt wanneer ze de nieuwe primitieve stam ontdekken. De Hadzabe zien er vrij gevaarlijk uit”, zegt de commentator. De programmamakers lijken hiermee te verwijzen naar de beschrijving in het format van de ‘soms vijandige bevolking’ die Stanley op zijn route tegenkwam. De opmerkingen van de BV’s op deze ‘ontdekking’ zijn navenant: “Ze stonden al klaar met de speer”; “wildemannen”; “Ze zien er redelijk gevaarlijk uit, maar ze zijn wel vriendelijk”; “Ik kende deze stam niet en wist niet dat ze hier nog woonden. Hun wijze van leven doet denken aan heel, heel lang geleden”. Vervolgens vermeldt de commentator dat “de mannen al meteen worden geconfronteerd met de eigenaardige gebruiken van de Hadzabe”. Waarop men opnieuw de reacties van de BV’s laat horen: “Dit is echt wel heel primitief, de Maasai was al vrij erg, maar dit gaat nog erger zijn”; “Het gebruik van de handen lijkt goed op dat van apen nog en je merkt ook bij sommige van hen nog dat de schedelstructuur volledig anders is”; “Ik had me echt niet kunnen voorstellen

dat er echt nog mensen zo leefden. Ik dacht dat dat echt van uit de oertijd was”. Ook voor de twee vrouwelijke BV’s is het volgens de commentator even bekomen van de cultuurschok, wat meteen wordt gestaafd met hoe zij reageren: “nog een stap verder terug in de beschaving”; “da’s echt ver terug in de tijd, precies alsof we met een teletijdmachine teruggegaan zijn”. Hoe groot de cultuurschok ook mag zijn, één van de BV’s laat niet na de besluiten: “’t Is maar hier dat je ontdekt waar de essentie ligt in het leven. Dan heb je zoiets van ‘waar zijn we in godsnaam mee bezig en hoe ver zijn we eigenlijk al afgedwaald van het spoor’” (Stanley’s Route, 2005:aflevering 5).

3.2.3. Analyse van de semiotiek: Toast Kannibaal en Stanley’s Route

Uit de manier waarop de realiteitsprogramma’s Toast Kannibaal en Stanley’s route zichzelf hierboven definiëren, zien we dat de doelstelling van beiden het in beeld brengen van een cultuurschok is. Paul legt uit wat volgens hem de bedoeling is van Stanley’s Route:

P: Het programma [...] de bedoeling van ‘t programma is vooral een schokeffect te krijgen en in tweede instantie Afrika schetsen [...] ik denk dat de prioriteit euh in die volgorde is

Dit doel wil men bereiken aan de hand van een confrontatie tussen enerzijds Vlaamse gezinnen met ‘authentieke stammen’ en anderzijds bekende Vlamingen met ‘authentieke stammen’. Er gebeurt een constructie van ‘westerse eigenheid en cultuur’ en deze worden vervolgens als maatstaf gebruikt: ‘Wij’, de moderne westerse individuen versus ‘zij’, de primitieve Afrikaanse stammen. “Het programma waardeert ‘ons’ systematisch op, terwijl de ‘stammen’ op een systematische manier ondergewaardeerd worden.”, zegt Pinxten over Toast Kannibaal (De Standaard, 12 maart 2005:40). De beoogde cultuurschok wil men bereiken door een nadruk op tegenstellingen tussen ‘wij’ en ‘zij’. ‘Onze’ gewoonten en cultuur worden hiertoe als normaal geportretteerd en die van ‘hen’ als afwijkend van ‘onze’ norm en dus als abnormaal. Er worden bovendien enkele gangbare stereotiepen gehanteerd met betrekking tot ‘anderen’ die vergelijkbaar zijn met diegene in de reisbrochures van deel 2: ten eerste worden ‘de stammen’ terug in de tijd geplaatst en ten tweede wordt hier het cliché gebruikt van ‘nobeles wilde’ die ver van de westerse beschaving zijn traditionele cultuur in ere zou houden.

Toast Kannibaal versterkt de representatie van deze tegenstellingen door de uitvergroting van (westerse) taboe’s. Telkens weer keren in de loop van de Europese geschiedenis dezelfde stereotiepe eigenschappen van allerlei ‘anderen’ terug. Zoals Edmund

Leach schreef: “Food, sex and nakedness are nearly everywhere the primary foci of taboo.” (In:Corbey, 1989:64) Zoals hierboven beschreven, komen vermelde taboe’s veelvuldig voor in de opzet van het programma. De makers van Stanley’s Route benadrukken tegenstellingen van Afrika met het Westen door de verwijzing naar kolonialisme en het gevaar van het onbekende. In het programma zullen de deelnemers in de voetsporen van Stanley treden, met andere woorden zullen zij als ontdekkingsreizigers helpen aan de kolonisatie van het gevaarlijke (want onbekende) continent. Niet enkel de Afrikaanse ruimte stelt men op die manier voor, ook de bewoners ervan: de Hadzabe worden door de commentator letterlijk als ‘gevaarlijke wilden’ bestempeld met ‘eigenaardige’ gebruiken. Paul werkte niet mee aan deze eerste reeks, maar hoopt dat de afleveringen van de tweede reeks zullen beantwoorden aan wat hij ervan verwacht:

R: En wat zou u vooral storen [...] als = als ge ernaar kijkt?

P: Ja als ik zou zien dat er zodanig gemonteerd is dat ik een andere een *ander beeld krijg van [...] de families of de [...] bevolkingsgroepen dan de realiteit maar ja, ik kan nu denk ik geen voorbeeld geven maar (*lacht*)

R: Ja ja

P: Maar euhm [...] ja als men euh = euh echt zou bepaalde dingen er bewust uitmonteren

R: Ja

P: Als men de = de mensen zou voorstellen als een = een stam *gevaarlijke wilden bijvoorbeeld, dan zou ik daar problemen mee hebben, da gaat men niet doen denk ik hoor

De Hadzabe worden in de eerste reeks letterlijk ‘gevaarlijke wilden’ genoemd en de reacties die men toont van de BV’s zijn navenant: zij wijzen in de eerste plaats op het beangstigende gevoel dat deze ‘primitieve stam’ bij hen teweegbrengt en vervolgens plaatsen zij de Hadzabe ver terug in de tijd. Hierbij worden een aantal uitspraken gedaan die stroken met de evolutionistische denkwijze van de 19^e eeuw. Ik wil hier een link maken met de manier waarop reisagentschappen de Hadzabe beschrijven in toeristische brochures, namelijk als ‘de laatste overlevende jagers/verzamelaars van Tanzania die toeristen met wat geluk al jagend kunnen tegenkomen’. Ook bij Stanley’s Route ‘ontdekken’ de deelnemers de Hadzabe met hun speer in de aanslag. Men impliceert in beide gevallen dat de Hadzabe ver weg leven van enige westerse invloed in een verlaten landschap en dat het om een ‘onontdekte stam’ gaat, net zoals ten tijde van Stanley. In de laatste uitspraak tijdens aflevering 5 komt het verlangen naar authenticiteit naar voren, hier beschreven als ‘de essentie van het leven’ die wij als westerlingen uit het oog zouden verloren zijn.

In deel 2 verwees ik naar bepaalde paradoxen die Van Beek vaststelt, die inherent zijn aan ‘exotisch toerisme’(Van Beek, 2003:254-255). Afrika wordt voorgesteld als het ultieme andere continent en precies deze ‘marginaliteit’ vormt de aantrekkingskracht die ervan uitgaat. Van Beek heeft het over drie paradoxen in dit soort toerisme, deze zijn eveneens van toepassing op de ‘exotische realiteit’ van Toast Kannibaal en Stanley’s Route. Ik legde reeds uit dat ik deze paradoxen eerder als ambivalenties beschouw en dit is ook hier het geval. Ten eerste onderkent hij de zogenaamde zoektocht naar authenticiteit. Zoals hierboven gezegd, claimt realiteitstelevsie een hoog realiteitsgehalte en beroepen de makers zich hiervoor onder andere op hun beeldmateriaal. Hun doel is een ‘echt’, ‘authentiek’ Afrika weer te geven, maar dan wel aan de hand van hun eigen doelstellingen (of volgens Paul: ‘valse beeldvorming’) hiervan. In het eindresultaat zet men het verlangen naar authenticiteit in de verf door de voortdurende oppositie tussen een westerse en een authentieke Afrikaanse levenswijze. In beide programma’s is het de bedoeling dat de Vlamingen trachten te (over)leven door zich aan te passen aan de levenswijze van de ‘stammen’. Vervolgens laat men de lokale mensen oordelen over dit aanpassingsvermogen. Een tweede paradox (of ambivalentie) is het zogenaamde gevaarlijke, wilde imago dat uitgaat van exotische locaties. In de programma’s toont men dit door zowel een vorm van fascinatie als een vorm van angst te verbeelden van het Westen tegenover Afrika. Vooral in Stanley’s Route wordt de nadruk gelegd op dit gevaarlijke, wilde karakter van het continent en zijn bewoners. Tenslotte heeft Van Beek het over de paradox (of ambivalentie) van de ‘environmental bubble’. Binnen realiteitsprogramma’s is dit een complex gegeven. De programmamakers zijn zich bewust van het bestaan van deze ‘bubble’ en beweren hem op het niveau van de productie te doorprikken, zoals ik uit de email hierboven kan afleiden: “Zij (de bekende Vlamingen) brengen dus geen bezoek als toerist, maar verblijven daadwerkelijk als ‘stam’genoten.” De vooropgestelde aanpassing van de (al dan niet bekende) Vlamingen aan het lokale leven vraagt inderdaad om het opheffen van de grens tussen de deelnemers en de lokale context. Inherent aan televisie is echter een zekere mate van encenering en manipulatie van de context. Net zoals reisagentschappen bij toerisme, creëren programmamakers dus de ‘bubble’ die ze beweren te doorprikken:

R: Maar ge hebt niet het idee dat euh het feit dat ze geen gemeenschappelijke taal [...] konden of mochten gebruiken dat da [...]

P: Ja

R: een hinderpaal was?

P: Enfin dat was een euh artificiële hinderpaal in die zin dat de BV’s sowieso toch altijd Engels spraken tegen die mensen ook al zouden ze het zozegzegd nie spreken, dus die lokale mensen verstonden dat dus

(...)

R: Maar euh die BV's zelf zagen zij ook in hoeverre dat da gemanipuleerd was [...] wisten zij dat die [...]?

P: Ze hadden da onmiddellijk door

R: dus eigenlijk ook het feit dat ze geen Engels euh [...]?

P: ze hadden da onmiddellijk door, ze zegden mij da: 'ja wij mogen geen Engels spreken of die mogen geen Engels spreken maar die doen da toch' [...] want als de camera's efkes stil zijn [...]

R: Dan wel

P: dan spraken die ineens wel allemaal onder elkaar Engels

Paul zegt hier dat de 'taal-bubble' (het feit dat de lokale mensen geen Engels mochten praten tijdens het filmen) voor de bekende Vlamingen slechts een artificiële hinderpaal vormde. Ze merkten de constructie ervan op, maar legden zich er wel bij neer. Hieronder blijkt dat ook de familie Beernaert kritisch nadenkt over bepaalde constructies door de makers van Toast Kannibaal, maar ook zij leggen zich hier vaak bij neer.

3.3. De 'reality' van Toast Kannibaal volgens de familie Beernaert

Net zoals toeristen zijn deelnemers aan reality-tv programma's 'agents' in hun eigen ervaringen. Ze spelen zelf een rol in de (de)constructie van de 'reality'. Op welke manier dit gebeurt, zal ik hier illustreren aan de hand van een interview met de familie Beernaert, die deelnam aan Toast Kannibaal. Hierboven vermeldde ik reeds de voorstelling van deze familie in de media naar aanleiding van het programma en kwamen zij reeds sporadisch aan het woord. Uiteraard geeft dit interview slechts de beleving van één familie weer en is het dus niet representatief voor alle deelnemers aan reality-tv. Het geeft echter wel een goed beeld over hoe deelnemers kritisch nadenken en reflecteren over hun deelname aan dit programma.

Het interview gebeurde aan de hand van fotomateriaal. Deze foto's werden gemaakt door twee programmamedewerkers tijdens, maar los van, de opnames van Toast Kannibaal. Ze geven bijgevolg een totaalbeeld van het opnamegebeuren. De familie (behalve vader Franky) kijkt tijdens het interview naar deze foto's en reflecteert aan de hand daarvan over hun ervaringen. Zoals ik hierboven aantoonde, is het programma opgebouwd rond tegenstellingen die uitvergroot worden, waarbij de nadruk vooral ligt op bepaalde taboe's. Vanaf het begin van de productie gaan de programmamakers hiernaar op zoek:

(R= Renilde Seyssens (Interviewer); N= Moeder Nadine; W= Wannes; K= Korneel; M= Marieke)

N: En dan 's anderdaags zijn we dan vertrokken met een jeep naar de Himba's hé

W: Maar da was de max hé, dan die twee gasten, da *contrast vergeleken met [...] we komen van die grote luchthaven, en we komen hier dan toe [...]

R: Ja

W: er komen zo twee negerkes af, zo vree op t gemakske, met zo een pomp da ze mee hadden

N: Ja, juist met zo'n pomp en zo'n tankske, ze hadden da mee voor weer op te vullen

W: Da was de max

N: Wat ook opviel was de stilte

R: Ja

W: Maar de warmte dat op u afkwam

K: Ja man, je stapt uit da vliegtuig *voem [...]

R: Jaja [...] en maar ge = ge rijdt naar daar met een jeep maar jullie komen toch toe in zo een kar met ezels?

N: Ja we zijn eerst met de jeep toegekomen en Kapiringi stond ons dan op te wachten [...] we stappen uit de jeep hé, in de eerste aflevering

(...)

R: Ja want wat da = wat da ik vind in 't programma dat ze heel erg naar boven halen is ten eerste heel erg de *tegenstellingen benadrukken [...]?

W: Jajajaja

R: Op de moment dat ze jullie voorstellen, alei ja zo da die, da's die familie, dan gij gaat graag in bad en dan moogt ge u daar nie wassen [...]

N: Jaja

R: en dan euh [...] in welke zin vo vonden jullie nie vonden jullie dat ook da da echt heel erg op die tegenstelling gericht was?

N: Maar ja, wij hebben hier ook spel gehad hoor

W: Hier ook [...] *thuis zelfs al [...] dat ik er slecht van kwam

R: Zoals wat dan?

W: Ja gelijk ik ben de grote dierenvriend en [...]

N: Ze hebben hier twee dagen gefilmd, hé [...] op 't laatste waren we op ons einde hé

D: *Ik ben hier de grote dierenvriend

R: Hebben ze dan gewoon gezegd van 'gij zijt da, gij zijt da'?

N: Ja ja, Wannes de grote dierenvriend, Marieke de lange slaper -wat da nu half wel waar is-, papa was euhm [...] respect, da's nu ook wel [...], *ik me graag wassen pff alei zie me hier nu staan (*B draagt stoffige werkkledij wegens verbouwingen*), alei, da's nu nie dat ik alle dagen in da bad zit van aah en ik moest ik dat doen, ik heb daar zeker vijftwintig keren moeten in zitten

De familie geeft hier dus aan dat de programmamakers bewust op zoek gingen naar bepaalde (al dan niet geconstrueerde) eigenschappen van de gezinsleden die zouden contrasteren met bepaalde (eveneens al dan niet geconstrueerde) gewoonten van de lokale mensen. De Beernaerts zijn zich bewust van bepaalde enceneringen van de lokale context door de programmamakers. Het gaat hier voornamelijk om het wegfilteren van 'moderne' elementen:

R: En denken jullie da = da *zij zich [...] ook min of meer aangepast hebben in bepaalde gebruiken of [...] kleren = kleren dragen of nie [...]

W: Ik denk dat, ge gaat da zien [...]
R: als jullie daar waren?
W: sommige dragen ook gewone t-shirts eigenlijk ja versleten t-shirts of zo, en voor het programma [...]
N: Moeten ze traditioneel zijn [...] de vrouwen nie de vrouwen die lopen altijd zo, maar de mannen moesten [...] speciale speren dragen of = of azo een hoed
(...)
W: Kijk gelijk da's euh [...]
N: De geluidsman
W: de geluidsman, hij heeft ne keer een klakje aan, zie je da?
R: Ja
W: Da zijn al zulke dingen
R: Da is wel ook iemand van de Himba's?
W: Jaja
R: Had da kindje ook nie ergens, op een bepaald moment, hadden wij daar nie opgelet dat er op een bepaald ogenblik ook een klein kindje op een bepaald moment ook een t-shirt aan had in die aflevering?
W: Da kan goe zijn
N: Da kan
R: Maar normaal gezien proberen ze, ze zeiden dus vóór het filmen: 'doe dat af'
N: Ja ze wilden [...] da was altijd een beetje meer traditioneel hé
R: Ja
N: Gelijk ook een gesprek voeren, alei, die muts op hun hoofd, alei alles azo, dat ik zei [...]
W: Maar die mannen waren een beetje, ze voelden hun cool dat ze een speciale t-shirt aan hadden en zo
(...)
R: Ah, hier heeft hij toch gelijk ook [...]?
W: Een mutske aan, da's voor de zon
R: Ja en da mogen ze nie dragen tijdens het [...] filmen?
W: Ze hadden liever van niet hé ja
R: Uhum
(...)
R: Op welk moment had gij dan zoiets van nu wil ik nie meewerken, alei waar vond ge da dan te ver gaan?
W: Euh [...] hij vroeg een keer aan mij van 'Wannes, ge moet nu een tandenborstel breken [...]
N: Ja (*lachend*)
W: en zeggen [...] da da niets is, da da veel beter is met die takken' en 'k zeg 'nee, ik voor wa zou ik da doen, da komt nie vanuit mezelf, voor wa zou ik da nu in godsnaam doen?' [...] 't is daar dan een heel spel geweest
N: En vader heeft da da dan gedaan
W: En papa deed da dan maar ja [...]
(...)
W: Da's Cornelius en dat is [...] Ringo
R: Hij kwam soms ook in beeld want jullie zeiden net dat hij soms ook in traditionele kledij moest [...]?
W: Ja da's den dezen die nie meer wilde zijn mutske afdoen
R: Ja, hij moest hem dan zogezegd [...]
W: Da's een tolk

- R: als Himba verkleden?
 N: Ja ja
 M: Hij wou nie hé
 N: Een vertaler hé
 R: Ja [...] en heeft hij dan hoe = hoe hebben ze hem dan terug overtuigd om da wel te doen of heeft [...] ?
 N: Ah ja ja, hij was betaald zei Tom (*de regisseur*) en hij moest doen wat ie zei

Uit dit voorbeeld blijkt dat niet enkel de Himba's zich voor de camera's enkel in 'traditionele' kledij mochten vertonen, ook de tolken (die mogelijk in beeld kwamen) moesten zich als Himba kleden. Uiteindelijk is het ook de bedoeling dat de familieleden zich aanpassen en opgenomen worden als 'stamleden'. Hiervoor vertrekt het programma vanuit het idee dat er zoiets bestaat als 'dé Himba-identiteit' waarmee de familie zich moet vereenzelvigen. Deze identiteit wordt door de programmamakers gereduceerd tot het dragen van 'traditionele' kledij, het wonen in een afgelegen gebied en het naleven van 'traditionele' gebruiken.

- R: En hoe ervaren jullie dat da jullie zo andere kleren moesten aandoen, alei ja, gelijk hen?
 N: Ja, da vond ik nie, da wij da moesten aandoen?
 R: Ja
 N: Da was de bedoeling hé, dat wij moesten Himba worden hé [...]
 R: Jaja
 N: da was de bedoeling, we wisten da wel [...]
 R: Ja
 N: we wisten da wel dat da ging gebeuren

Tot op zekere hoogte gaat de familie Beernaert mee in de constructie van de programmamakers. Ze beschrijven bijvoorbeeld bepaalde gebruiken van de Himba's als vreemd en gaan eveneens 'moderne' elementen wegdenken door ze aan externe omstandigheden toe te schrijven.

- R: Ja [...] en op een gegeven moment euhm gaat = gaat Marieke haar ook gaan *wassen [...] maar [...] daarvoor zijn jullie zo naar een bron gelopen, maar daar zijn jullie in ene keer zo redelijk dicht bij het dorp[...] waar da een kraantje staat [...]
 N: Maar da was verder
 R: was daar ook echt een kraantje?
 N: da was verder ze, da was als we verhuisd waren hé, we hebben moeten ene keer verhuizen hé, da was wel een halve dag stappen voor = voor in die andere kraal te gaan [...] da dorp stond daar nie ver af inderdaad [...] daar was een voorziening met een kraantje, maar ze hadden da gekregen van de overheid hé
 W: Geen douche hé, da was gewoon een spel een grote tank da ze hadden gehad
 R: Een wateropslagplaats waarschijnlijk?

N en W: Ja

Zoals gezegd heeft de familie zeer beperkte informatie gekregen vóór de opnames. Ook tijdens de productie kunnen zij bijvoorbeeld niet praten met de Himba's (de tolken vertalen enkel zaken in functie van het programma). Dit maakt dat zij heel weinig kennis hebben over de levenswijze en cultuur van de Himba en dat zij dus een gebrek aan context hebben. Dit zorgt voor de hierboven vernoemde 'bubble', waarbij er een bepaalde grens blijft tussen de familie en de lokale context. Zoals ik hierboven reeds vermeldde, gaat reality-tv niet enkel over 'surveillance', er komt ook autonome 'agency' bij kijken. Het gezin tracht vaak zelf verklaringen te zoeken voor wat zij ervaren:

W: wat ik nie versta is als ze [...] pakt nu een koe gaan slachten of zo, hoe da ze iedereen tesamen roepen, hoe da ze da doen, elkaar verwittigen [...]

N: Ja, ze weten dat, ik vind dat ook vree raar

W: raar hé

N: Ik peins da ze dat is aan de vijver, dat de vrouwen daar samenkomen

R: Ofwel spreken ze da inderdaad op voorhand af hé

W: Ja

R: Ja

N: Plots kijk al die vrouwen zijn daar, bij ons waren der misschien [...] acht à tien, en 't zit daar ineens zwart van de vrouwen [...] van waar komen die dan (*lachend*)?

R: Die kwamen van andere [...]

N: Ja

W: Kralen hé

(...)

N: En die haartooi van die meisjes Wannes, moeten we daar ne keer niets over zeggen zeg?

W: Da's als ze = als ze [...]

N: Keerde keer weer Wannes, kunt ge da? (*B bedoelt terugkeren naar de vorige foto*)

W: Waarom?

N: Voor da meisje [...]

W: Euh (*langgerekt*) vorige

N: Hier

W: Ah, hier

N: Zie je dat, de vlechtjes zijn allemaal nu vanvoren?

R: Ja

N: Zie je het?

R: Ja

N: En als ze hun regels krijgen [...] de eerste keer dat ze hun regels krijgen dan veranderen ze dat gelijk daar [...] maar de kindjes hebben twee dikke vlechten, zo hele kleine meisjes, wanneer da da verandert da weet ik nie, maar ik weet wel van da kapsel naar da kapsel, da's de eerste keer da ze hun regels krijgen

W: Wij hebben da meegemaakt, dat da meisje dan haar coiffuur plots veranderde

N: Ja zeg

R: En is er dan een initiatie?

W: Wat doen ze dan? [...] Ze doden een bok
 N: En heel in't wit hé
 W: En als ze een bok dood doen [...] als er een meisje [...]
 R: Ah ok, maar er is nie echt een ritueel dat = dat die meisjes alei of da ze besneden worden of iets dergelijks?
 W: Neen da niet, da gebeurt niet
 M: Haar veranderen en een bok slachten (*aarzelend*)
 K: Wij moesten daar nie bij zijn

Bepaalde zaken in de lokale context blijven voor de familie onverklaarbaar. Ook in de uitzendingen zelf wordt naar de kijker toe geen enkele extra context gegeven over de Himba's. De representatie van de Himba's blijft beperkt tot bepaalde elementen uit hun levenswijze die men in contrast stelt met bepaalde eigenschappen van de familie. Het contrast moet voortdurend zo groot mogelijk zijn en liefst gelinkt met de vernoemde taboe's rond voedsel, naaktheid en seks. De Himbavrouwen dragen bijvoorbeeld vaak dekens, zoals op de foto's is te zien. In de uitzendingen zijn deze dekens geen enkele keer te zien, wat de mogelijkheid biedt om meer te focussen op de naaktheid van de vrouwen. Ondermeer door deze 'bubble' en door de encenering is er onzekerheid ontstaan bij de familie Beernaert over wat 'echte' en 'onechte' gegevens zijn in de lokale context:

W: Kijk gelijk hier kregen we ne keer ander eten zie je het? Hier krijgen we toch origero met ne keer iets bij [...]
 N: Een appelsien met een appelsien
 W: deden ze der dan ne keer een appelsien bij of zo, ken je dat
 R: Da kreeg je van [...] de filmploeg of?
 N en W: Jaja
 R: Ah
 K: Da's nog altijd 't *echt eten hé, 't *echt eten wat da zij eten hé
 (...)
 R: Eigenlijk zou je eens moeten gaan, alei ooit ne keer gewoon gaan en een keer zien [...]
 W: Hoe dat 't *echt is eigenlijk?
 R: Ja
 N: Of dat 't echt is want da weten we nie hé
 W: Maar ik zo gewoon nie willen *ontgoocheld zijn [...]
 N: Ik heb daar ook schrik van
 W: 't Is da, ik wil echt nie ontgoocheld zijn eigenlijk
 R: Ge = ge denkt da alei ja [...]
 W: Op den duur, ge zoudt beginnen twifelen aan dingen [...]
 N: In hoeverre is dat hier nu allemaal overbodig, in hoeverre is da nu allemaal *echt
 R: En op welk moment [...]?
 N: Gevoelsmatig van de mensen naar ons toe hé, nie van 't leven hé, want 't leven da zie je daar zo, da's azo hé da leven, tuurlijk 't is allemaal een beetje [...] alei, allemaal in één periode gestoken azo

- W: Maar hoe da zij tegenover ons staan [...]
 N: Maar het *gevoel
 K: Kapiringi da was *echt
 R: Ge denkt nie dat da opgezet was in op bepaalde momenten?
 K: Kapiringi weende dus
 N: Kapiringi was nog wel de eerlijkste peins ik
 W: We = we gaan 't rap zien in 't ander programma hé, als er daar ook iemand verliefd is op 't jonge meiske, als er daar ook iemand [...]
 N: Hij zou toch anders nie bleiten

De familie besluit dat ze niet wil achterhalen wat de 'echte' gevoelens van de Himba's naar hen toe waren. De grens van 'authenticiteit' is voor hen de emotionele grens. Ze geven aan dat ze bang zijn om teleurgesteld te worden wanneer deze 'echtheid' niet zou overeenstemmen met hun eigen ervaring. Wat het emotionele betreft, blijven ze dus liever in de illusie van authenticiteit die de programmamakers hebben gecreëerd en de enigszins comfortabele 'bubble' die daardoor rond hen is opgetrokken. Ik concludeer dat de familieleden tijdens het interview weliswaar voetnoten maken bij de constructie van de 'cultuurschok' door de programmamakers, maar ze gaan desondanks wel grotendeels mee in die constructie.

3.4. Toast Kannibaal en Stanley's Route ter discussie

"We have the perspective of stagehands who are aware of the constructed nature of the drama... Rather than being fooled, we are willingly entertained, charmed, courted, seduced. Ironically, all the recent discussions of how we are being manipulated may only point out how relatively visible and exposed the machinations now are."
 (Meyrowitz; In:Andrejevic, 2004:67)

Zowel in academische als niet-academische kringen weekte het programma Toast Kannibaal vanaf de eerste uitzending vorig jaar in maart heel wat reacties los. Voornamelijk het ethische aspect van het programma staat ter discussie. Media-ethicus professor Johan Taels vindt de eerste aflevering van Toast Kannibaal op een pijnlijk manier mislukken. Hij zegt dat hij geen principieel tegenstander is van reality-televisie en dat hij er zelfs van overtuigd is dat het mogelijk is om over dit thema een programma te maken dat een meerwaarde biedt. Maar volgens hem slaagt Toast Kannibaal daar niet in. Volgens Taels (De Standaard, 11-12 maart 2005:40-41) mislukt het programma in wat het beoogt: een authentieke en herkenbare indruk van een cultuurclash geven. Taels zegt hierover: "De programmamakers zoeken constant naar mediatieke confrontaties. Wat is voor onze westerse levensstijl ongewoon, bizar, lachwekkend of vies. Van bij de start is het programma daarop toegespitst." en dat "een goed

realityprogramma voortdurend balanceert op het delicate evenwicht tussen realiteit en de enscenering ervan –de ‘fictie’ dus” (De Standaard, 11-12 maart 2005:40-41). Toast Kannibaal gaat volgens hem zo ver in die enscenering dat het alleen maar een schijn van werkelijkheid creëert en daarom noemt hij het programma ronduit fictie. Bovendien kan een camera ons volgens Taels maar een “authentiek beeld” van een situatie geven, als we ook iets te weten komen over de context en die ontbreekt hier volledig. Het programma getuigt volgens hem niet alleen van een gebrek aan respect voor de stammen, maar ook voor de Vlaamse families. “De openheid en het respect dat de familie Beernaert betoont, wordt door de makers voortdurend op de proef gesteld, bijvoorbeeld door de vrouw bij het slapen gaan constant te laten betasten. Je vraagt je af in welke mate dit geënceneerd is door de programmamakers.” zegt Taels hierover (De Standaard, 11-12 maart 2005:40-41). Wat de familie Beernaert zelf over dat ‘betasten’ zegt, schreef ik reeds hierboven. Bovendien geven ze aan dat zij het zijn die misbruikt zijn en niet de ‘stammen’. Dit leiden zij af uit het feit dat die laatsten door de programmamakers werden betrokken bij bepaalde ensceneringen waar de zijzelf niet bij betrokken werden.

N: Eigenlijk hé ze [...] die antropologen zeiden dat hé van dat ze de Himba’s, alei van dat da misbruik was [...]

R: Ja

N: en da da racistisch was maar *eigenlijk hé hebben zij ons een deel misbruikt vind ik [...]

W: Wij [...] ja

N: ze hielden ons volledig van den domme [...] zij wisten veel meer of ons [...] zij waren veel beter voorbereid of wij [...]

R: Ja

N: (*opgewonden*) en die mensen wisten volledig wa ze allemaal moesten doen en wat ze wilden, wij wisten van niks, wij kregen ook niets wij zijn daar niets voor betaald geweest, we wisten niets = niets = niets, ik zeg *eigenlijk, ik heb da dikwijls gezegd [...]

R: Ja

N: eigenlijk zijn’t wij die bedrogen zijn

Zoals gezegd maken de familieleden notie van de constructie en de betekenis die de makers aan het programma geven. Vanuit het semiotisch standpunt dat ik in 3.1. beschreef, is het belangrijk om ook de rol van de familie zelf te onderscheiden in de semiotische processen die leiden tot deze constructie. Zij geven, zoals uit het interview en de gesprekken bleek, een eigen betekenis aan de ‘reality’ van Toast Kannibaal.

Ook veel kijkers stellen Toast Kannibaal ter discussie. Wong (2001) stelt zich de vraag waarom kijkers geïnteresseerd zijn in dit soort tv waarbij het doen en laten van anderen

als entertainment worden getoond. Hij denkt aan twee mogelijke redenen, ten eerste nieuwsgierigheid naar het privé-leven van anderen en ten tweede het zoeken naar erkenning dat er nog steeds ongeschreven, authentieke momenten zijn in het leven. Hij vermeldt hierbij dat dit zoeken uiteraard paradoxaal is want het leidt tot het opvoeren van precies die momenten die verondersteld worden authentiek te zijn. De kijkers stellen zich vaak ethische vragen bij het kijken naar realiteitsprogramma's zoals Toast Kannibaal. In deze ethiek staat vaak de (al dan niet aangetaste) authenticiteit van de betrokken 'stammen' centraal. Eén kijker, Kris Garroy, begon met een petitie tegen het volgens hem racistische programma: "Wie haalt het in zijn hoofd om de meest kwetsbare natuervolkeren uit deze wereld op te voeren in een menselijke zoo met als enig doel Vlamingen te entertainen?", vroeg Kris zich af (De Standaard, 7 maart 2005:12). Kris verwijst hier naar het fenomeen 'menselijke zoos' in zijn argument voor een petitie tegen het programma. Dit fenomeen werk ik verder uit, met betrekking tot cultureel toerisme en reality-tv, in deel 4. Op verschillende websiteforums geven kijkers positieve of negatieve reacties op het programma. In een aantal gevallen reageren enkele van de deelnemende familieleden hierop, wat dus een interactie oplevert tussen deelnemers en kijkers. Ik gebruik hieronder enkele reacties (de reacties zijn genummerd, ik neem deze nummering over zodat duidelijk wordt wie op wie reageert) van één internetforum⁹. Jessie opent de discussie op deze website als volgt:

Jessie: (...) Wat ik me afvraag is hoeveel de negerkes van óns leren? Wat doet het met de authenticiteit van deze stammen? Nu ze daar met cameratroepen binnenvallen (en ik veronderstel dat dit niet de eerste keer is) en van de stammen eerder een toeristische attractie maken, ipv hun in alle eigenheid te laten zijn. Ik veronderstel dat dit óók onder de term 'evolutie' valt, maar ik vind het allemaal maar wat dubieus. (07-03-05)

2. Anja: (...) De eigenheid van die stammen komt zo toch in het gedrang (...). Alleen wetenschappers die ze willen bestuderen en ervan leren, zouden contact met ze mogen hebben. Voor de westerse TV-mensen is het precies een uitstap naar de zoo of zo. Ik begin meer en meer te walgen van die reality tv. Precies alsof je eigen leven geen reality is, maar dat je alles moet beleven via TV. (...) (07-03-05)

7. Eric: (...) Gek hé, dat dat soort programma's blijft bestaan ;-) (07-03-05)

11. Lord CMS: (...) en het toont ook maar weer aan wat voro [sic] deelnemers het zijn... echte cultuurliefhebbers die gaan gewoon backpacken en zijn goed voorbereid [sic], die mensen denken oh, efkes afrika tussen de negerkes ok, lekker primitief, ze kenne [sic] afrika enkel van de tv (...). (08-03-05)

⁹ <http://www.appelblauwzeegroen.be/article/251/toast-kannibaal>

16. Toast kannibaal: (...) Wij hebben daar echt vrienden achtergelaten bij de Mentawai. (...) Nee, de idee dat er ergens een stam bestaat die nog nooit een blanke heeft gezien is gewoonweg simplistisch, dus deze mensen ook niet. (...) Wel houden zij aan hun identiteit en weigeren deze mensen zich aan te passen aan hun “government villages” (...) preek dan evenzeer zoals de “holy church” overal in de wereld aan het doen is (...) Begin liever daarover een polemie, ipv ons aan te vallen en te beweren dat we naar de zoo zijn gegaan! (...) (10-03-05)
17. Bram Bierkens: Ik ben Bram en ik doe ook mee in toast kannibaal (...) Trouwens wij westerlingen zijn daar gaan integreren. Dus niet onze cultuur gaan opdringen.(...) Het is helemaal weergegeven zoals het is. Het is ECHT.(...) (10-03-05)
18. Jessie: @16: Uiteraard ben ik het met sommige punten van je eens. Het feit dat deze reality-reeks wordt uitgezonden op nationale televisie (...) zonder dat er echt informatie aan vasthangt bewijst dat dit enkel en alleen gemaakt is met het oog op de kijkcijfers. (...) Jij zegt dat de stammen zonder de financiële steun van deze en andere programma's niet kan overleven. (...) spreek me alstublieft niet van hoe ‘anderen’ en niet WIJ de boel ontwrichten. Jij, ik, iedereen doet mee aan dit spelletje. (jij omdat je meeding, wij omdat we kijken en er ons niet eens vragen bij stellen). Over hier en X-aantal jaren halen zij hun traditionele kledij nog enkel boven wanneer er toeristen zijn, om te kunnen overleven van hun giften. Wij werken hier allen aan mee, en zijn hier allen schuldig aan. (10-03-05)
21. Bram Bierkens: (...) Maar wat die professor allemaal in de kranten zet is helemaal fout !!! (...) (11-03-05)
22. Mich: (...) ik heb meer aan m'n lessen culturele antropologie dan aan dit programma. (...) (12-03-05)
24. Rob: (...) Ik wist niets af van zulke extreem primitieve stammen en ik ben blij dat ik nu op een grappige manier hun gewoonten kan leren en respecteren. Als de eigenheid van deze stammen wil bewaren moet je ervoor zorgen dat we ze begrijpen.(...) (13-03-05)
26. Cecilia: Ik snap niet dat iedereen maar blijft aanhalen dat dit programma racistisch is. Ik heb in lange tijd geen mooier voorbeeld van interculturele tv gezien! (...) (14-03-05)
27. Marise: Eindelijk, iemand die begrijpt wat wij daar hebben beleefd. (...) (14-03-05)
41. Marise: (...) Onze familie is helemaal niet zoals ze wordt afgespiegeld en dat begint voor mij echt op mijn zenuwen te werken... (17-03-05)
44. Nico: Marise, dat is nu exact wat mij stoort aan deze programma's (...) (17-03-05)
45. Bram Bierkens: Nico, ik kan je zeggen dat alles wat er word weergegeven pure waarheid is. Het is echt!!! (17-03-05)

De familie Beernaert, die niet participeert in bovenstaande discussie, geeft tijdens het interview aan dat deze reacties hen achteraf nog meer hebben doen twijfelen aan mogelijke ensceneringen (ook Marise en Bram reflecteren daarover in bovenstaande discussie). Eigenlijk spelen ze op dit vlak dezelfde rol in de (de)constructie van het programma als de kijkers, hoewel die laatsten hen vaak als medeproducenten beschouwen:

R: Maar wanneer = wanneer had je het gevoel dat da, wanneer had ge 't gevoel dat 't nie echt was?

W: Vooral als je al die dingen, als je weer kwam en al die dingen las en die, als je al die reacties hoorde en op internet keek da da nie kon en da da fake was en da = en da = en da [...] *dan begon ik te twijfelen

R: Maar natuurlijk leefde je daar toch wel echt drie weken samen dus voor jullie [...]

N: Da kan zijn da da volledig opgezet was

W: Maar volledig (*ontkennend*)

N: Toch maar ja, dan ze, ze hebben 't wel een beetje opgedraaid. Maar zij, die mensen kenden ons ook niet maar wij, we kwamen eigenlijk goed overeen [...]

R: 't Is da

N: we hadden een goeie band hé [...] en op den duur hé hebben zij [...] veranderde da, ik voelde da [...]

Ook hier wordt opnieuw duidelijk dat de grens van de familie een emotionele grens is. Moeder Nadine zegt hier dat ze voelde dat er ook op dat vlak gemanipuleerd werd. Wannes vindt de uitspraak van zijn moeder dat het 'volledig opgezet' zou zijn, nogal radicaal. Hieruit blijkt dat hij liever niet meegaat in deze nieuwe betekenis van 'reality' die, zoals hij in een voorbeeld hierboven aangaf, voor hem teleurstellend zou zijn.

Over het programma Stanley's Route kwam er in december 2005 'inside information' via anonieme bronnen in de media terecht. In het artikel dat hierover verscheen, staat vooral de 'authenticiteitsclaim' van reality-tv centraal. Het ethische aspect van Stanley's Route wordt hier verbonden aan authentiek/niet-authentiek:

“Volgens bronnen in Gazet van Antwerpen zouden programmamakers ook de plaatselijke omstandigheden hebben aangepast om alles wat fotogenieker te maken. Zo zou een huisje met een golfplaten dak verbouwd zijn tot een primitiever hutje. 'Onzin', zegt Demasure (woordvoerder VT4). 'We zouden ook gevraagd hebben aan de plaatselijke bevolking om hun kleren uit te trekken, maar ook dat klopt niet. We zijn niet dat soort van programma. Ja, ook in de televisiewereld is er ethiek.’” (De Morgen, 23 december 2005:5)

Dit eerste bericht naar de media was anoniem en veroorzaakte slechts matige reacties. Tot de anonieme bron zich in maart 2006 bekendmaakte als programmamedewerker die betrokken was bij de productie van de tweede reeks. Er volgde een discussie in de pers met artikels als

‘Hoe fake is reality’; ‘De leugens van reality’; ‘Het ranzige achter reality’ (De Standaard 11-12 maart 2006:24-25); ‘Reality-show: meer show dan reality’ (Het Volk 11-12 maart 2006:1-2) en ‘Ex-medewerker hekelt wanpraktijken bij Peking Express en Stanley’s Route’ (De Morgen 13 maart 2006:5). Hoogsteyns vertelt over zijn medewerking aan reality-programma’s zoals Stanley’s Route en hoe hij en andere producenten bepaalde zaken achter de schermen aanpasten en manipuleerden. Deze manipulatie heeft volgens hem vooral betrekking op het primitiever maken van de Afrikaanse omgeving en mensen die worden gefilmd. Hieruit leidt hij af dat de realiteit/echtheid van reality-programma’s in twijfel kan worden getrokken. Hij besluit dat men daardoor de kijkers dus bedriegt en de lokale bevolking discrimineert. “Producers of reality TV formats (...) are careful not to give the impression that their programmes have been subjected to image manipulation or that they contain footage that is not authentic”, volgens Fetveit (Fetveit, 1999:796). Waar de programmamakers in december nog gelijk welk vorm van manipulatie ontkenden (en dit verbinden aan ethiek in de televisiewereld), verklaart Klaas Cockx, programmamanager van VT4, naar aanleiding van de discussie in de media:

“Het format is heel duidelijk: we laten tien BV’s in de voetsporen van Stanley treden. Naarmate de route vordert, moeten we steeds verder terug in de tijd. En dus proberen we een sfeer te creëren alsof we in een gebied komen waar Stanley ooit eenzelfde mate van cultivatie en cultuur zou kunnen tegengekomen zijn. Dat primitieve is dan ook een essentieel onderdeel, dat alsmat straffer wordt naarmate de tocht verdergaat.” (De Standaard, 11 maart 2006:4)

Volgens Paul is dit echter enkel een mondelinge afspraak en wordt nergens in het format of tijdens de uitzendingen vermeld dat het om een representatie gaat van een vroegere tijd. Hieruit blijkt dat het ‘format’ van een realiteitsprogramma een flexibel gegeven is.

De makers van realiteitstelevsie beroepen zich zoals gezegd op hun beeldmateriaal en de specifieke opnamestijl of productiewijze om een hoog realiteitsgehalte te claimen. Inherent aan het medium televisie is echter een bepaalde enscenering van de werkelijkheid. Zowel de makers, de deelnemers en de kijkers zijn zich hier in mindere of meerdere mate van bewust. Wat Hoogsteyns hier naar buiten brengt, is dus eigenlijk geen nieuw gegeven. Waarom krijgt deze discussie dan toch zoveel media-aandacht? Is het zo dat de betrokken partijen toch liever in hun comfortabele ‘bubble’ blijven en van daaruit naar de ‘realiteit’ kijken? Bij de familie Beernaert is dit deels het geval, de emotionele ‘echtheid’ is voor hen de grens. Ook geven zij aan dat de familie Bierkens pas na een half jaar enige vorm van enscenering in het programma als zodanig herkende. Uit de discussie hierboven blijkt bijvoorbeeld hoe Bram Bierkens de

‘echtheid’ van de constructie door de programmamakers verdedigt. Hoogsteyns zelf trekt de grens van zijn ‘bubble’ door te beweren dat Toast Kannibaal wellicht een ‘eerlijker format’ is want “de makers ervan gaan echt wel op zoek naar primitieve leefgemeenschappen (...) al blijft de opzet van het programma betwistbaar” (De Standaard 11-12 maart 2006:25). Ook Paul stelt dat als ze met de productieploeg van Stanley’s Route maar lang genoeg zouden zoeken en meer geld zouden hebben, ze wel de ‘echte’ primitieve dorpen kunnen vinden.

P: (...) omwille van de reden dat ik daarstraks zeg, dat er zijn inderdaad afgelegen stukken waar het nog traditioneel is en andere niet, bovendien zouden we even goed als we langer zouden zoeken en meer geld hebben, zouden we langer kunnen zoeken en *echt zo dorpen vinden waar alleen nog strooien hutten zijn

Paul vindt niet, in tegenstelling tot Marc Hoogsteyns, dat ze met het programma de kijkers bedriegen. Hij zegt dat de doelgroep die zij met het programma willen bereiken, de ‘agency’ heeft om Stanley’s Route te contextualiseren. Hij legt hier een link tussen toerisme en reality-tv:

P: Maar euhm [...] toch euh euhm denk ik dat de meeste mensen die naar Stanley’s = Stanley’s Route kijken [...] ik heb de reacties gehoord op vorig jaar bij ook veel mensen die toch [...] van de wereld wat kennen en die konden dat in zijn context plaatsen, die weten dat er bepaalde stukken van Afrika zijn die nog zeer *traditioneel leven [...]

R: Uhum

P: en die gaan = en die gaan er ook wel van uit dat die dat Sta [...] want ik was daar nie bij [...] maar dat Stanley’s Route [...] die euh bevolkingsgroepen gaan opzoeken is [...] maar dat er buiten die euhm traditionelere kleinere stukken heel veel verwesterde stukken zijn in Afrika

R: Uhum

P: Dus ik denk dat toch bij de doelgroep die het programma aanspreekt er nie zo een groot gevaar is van verwarring [...] als dat nu een programma zou zijn op VTM met een massa kijkers dan zou het anders zijn [...] en dan zou ik dat wel een probleem vinden een groter probleem

(...)

P: En laat ons zeggen dat een groot deel van de mensen die kijken wereldreizigers zijn, avonturiers zijn -enfin avonturiers is een verkeerd woord- maar mensen die toch al wat meer gedaan hebben dan gewoon naar euh een = een strandvakantie gegaan zijn [...]

R: Uhum

P: naar een of ander exotisch oord, dus dat = dat heb ik toch wel weer gemerkt dat *ongelooflijk veel mensen een zeer positieve indruk hebben van Stanley, ze zegden ‘ah ja, da was wel met en euh een of andere Maasai en zo’ maar ze weten ook wel dat er in Kenia euh ook alei ja [...] andere stukken zijn

Volgens media-ethicus professor Taels moet elke realityprogramma beantwoorden aan een bepaald format en wordt het dus als zodanig geënceneerd. “De vraag is echter of die encenering in dienst staat van de personen, gebeurtenissen en situaties waarover het gaat, of men die personen alleen maar gebruikt om bepaalde effecten teweeg te brengen. In vele gevallen is dat een zaak van inschatting waarover men van mening kan verschillen.” (De Standaard, 11-12 maart 2006:24-25). Uit de bespreking hierboven blijkt echter dat het statuut van het format niet echt duidelijk is, zelfs niet voor de programmamakers. Het is een flexibel gegeven dat kan worden veranderd en toegepast naargelang men het nodig heeft voor de betekenisconstructie van een programma. Er bestaat dus een duidelijke afstand tussen het format van een programma en de realisatie ervan.

Deel 4: De verbeelding en positie van Afrika in ‘Menselijke Zoos’

4.1. Het fenomeen van de ‘zoos humains’ in de 19e en 20e eeuw

In deel 1 beschreef ik het ontstaan van evolutionistische theorieën die vervolgens werden toegepast in de vooruitgangs- en beschavingsideologie van de kolonisatie. Eén van de centrale koloniale constructies die hieruit voortkwam is enerzijds het (biologisch) rassenonderscheid tussen blank en zwart en anderzijds een (cultureel) stammenonderscheid binnen de zwarte bevolking onderling. Beiden liggen aan de grondslag voor de bloei van het fenomeen van de ‘menselijke zoos’ (Arnaut, 2006)¹⁰. De menselijke zoo krijgt zijn eerste vorm wanneer vanaf de 19^e eeuw naast ‘exotische’ dieren, ook ‘exotische’ mensen worden tentoongesteld in westerse landen. Als historisch vertrekpunt nemen de Franse onderzoekers in het boek ‘Zoos humains: de la vénus hottentote aux *reality shows*’ (Bancel *et al.*, 2002) Saartjie Baartman. Zij is een Khoisanvrouw die onder de artiestennaam ‘Venus Hottentot’ vanaf 1810 in Londen en vervolgens ook in Parijs en elders vijf jaar lang werd tentoongesteld in zogenaamde freakshows omwille van haar bijzondere lichamelijke kenmerken (geprononceerde billen en verlengde schaamlippen). Na haar dood in 1815 werd haar lichaam door de Franse anatoom Cuvier gedissecteed en haar hersenen en geslachtsorganen werden vervolgens tot 1974 tentoongesteld in het ‘musée de l’homme’ in Parijs. In zijn rapport drukt Cuvier zich uit aan de hand van rassen-theorieën en zegt hij aan te tonen hoe de ‘Venus’ eerder in een categorie van dieren kan worden ingedeeld dan in een categorie van mensen. In 2002 werden Saartjie Baartmans stoffelijke resten uiteindelijk teruggebracht naar Zuid-Afrika om daar door de Khoïsan-gemeenschap begraven te worden. Tijdens een speech in mei 2002 zegt de Zuid-Afrikaanse minister van ‘arts, culture, science and technology’ hierover het volgende:

“Sara Baartman’s life and death epitomises the wrongs of the particular colonialism that our part of the globe was subjected to. Identified as an object of curiosity by an English surgeon, Sara was lured to Europe, there to be paraded as a supposed freak and used as an object of sexual pleasure.”¹¹

Saartjie Baartman werd voor de negentiende eeuw het prototype van ‘de’ zwarte vrouw, wier afwijkende fysieke verschijning haar afwijkende seksuele geaardheid betekende (Corbey,

¹⁰ http://cas1.elis.ugent.be/afrikaverteltd/rubrieken/mens_dier.htm

¹¹ http://www.dac.gov.za/news/speeches/2002_05_24.htm

1989:150). In het soort freakshows waar zij werd tentoongesteld figureerden zowel exotische figuren uit verre streken als excentrieke ‘locals’(Arnaut, 2006).

Tijdens de late 19^e eeuw en de eerste decennia van de 20^e eeuw komt het fenomeen van de ‘menselijke zoos’ tot volle bloei, onderbouwd door de hierboven vernoemde koloniale constructies. In deze ‘zoos’ worden koloniale subjecten opgevoerd ten behoeve van ‘entertainment’ van de westerse mens. Het tentoonstellen van mensen uit ‘lagere’ culturen loopt dus grotendeels gelijk met de koloniale expansie. De menselijke zoos legden de fundamenteën voor de westerse beeldvorming van de ‘Ander’, aangezien ze voor de grote meerderheid van de Europeanen en Amerikanen hun eerste contact met ‘exotische’ bevolkingsgroepen betekende. ‘Exotische’ mensen en voorwerpen uit hun culturen waren op talloze werelddtentoonstellingen te zien. Men wilde de ‘Vooruitgang’ op alle gebieden tonen, niet alleen in industrie, handel en verkeer, maar ook in kunst, wetenschap en cultuur. De werelddtentoonstelling was een microkosmos die de toeschouwers een macrokosmos moest tonen - een macrokosmos gesneden op Europese maat (Corbey, 1989:136). Dit soort tentoonstellingen gingen gepaard met een gevoel van superioriteit van de koloniale machten en genoot bovendien een essentiële ondersteuning van de wetenschap. Binnen fysieke antropologie bijvoorbeeld werden mensen ingedeeld in verschillende hiërarchische categorieën volgens hun specifieke uiterlijke kenmerken. Het concept van de ‘menselijke zoos’ vindt zijn oorsprong in de geschriften van ‘de uitvinder’ van het fenomeen: Carl Hagenbeck. Los van het verschijnsel werelddtentoonstelling startte Hagenbeck, handelaar in wilde dieren (en later ook dierentuin- en circusexploitant) te Hamburg, sinds 1874 met het op grote schaal organiseren van ‘Völkerschauen’. Deze volkerententoonstellingen waren tot ver in de vorige eeuw uiterst populair. Ze werden aan de burgerij gepresenteerd onder het motto van bevordering van de kennis van de wereld, en van vergroting van het animo voor koloniale expansie. Meestal vonden ze plaats in dierentuinen. De mensen die werden tentoongesteld, niet zelden achter tralies geplaatst, waren immer nog wild en werden veeleer met de levende natuur dan met cultuur in verband gebracht (Corbey, 1989:142-143). Hagenbeck schreef nadien zijn herinneringen neer van de moeilijkheden die hij ondervond met deze ‘handel van mensen’ en met de voorbereiding en realisatie van zijn ‘antropozoologische’ exposities (Hagenbeck, 1951:60; In: Bancel *et al.*, 2002:418).

‘Vooruitgang’ en ‘beschaving’ waren kernbegrippen in de grootschalige zelfbetekening van het ‘superieure’ Westen. De ‘primitieve’ mensen die naast voorwerpen en mensen werden tentoongesteld figureerden als categorieën in die zelfbetekening. Zij treedden op als narratieve personages in het relaas van de totstandkoming van ‘de’ beschaving,

afgeschilderd als de triomf van de hogere rassen over de lagere (Corbey, 1989:138-139). Het Westen construeerde met de ‘zoos humains’ een onzichtbare grens tussen zogenaamde superieure en inferieure mensen. Zo ontstaat er een onomkeerbare afstand tussen wie ziet en wie wordt bekeken. Deze afstand wordt gematerialiseerd door het structureren van de ruimte aan de hand van tralies, hekkens of zelfs kooien (Bancel *et al.*, 2002). En eveneens door een strikte enscenering van de representatie van de ‘inferieure’ rassen:

“Gedrag en bewegingsruimte van de tentoongestelde mensen werden strikt vastgelegd door de organisatoren. Het ging om ‘anderen dan de bezoekers, en zo moesten ze zich ook gedragen. Dat ze zich onder de bezoekers zouden mengen was ondenkbaar. De mogelijkheden tot communicatie tussen beide partijen was minimaal. De tentoongestelden bevonden zich in een precies omschreven gedeelte van de tentoonstellingsruimte dat bijvoorbeeld Afrika representeerde, en de grens tussen hun wereld en de westerse, tussen wildheid en beschaving, natuur en cultuur diende strikt in acht te worden genomen. Westerse kleding was alleen toegestaan nadat de tentoonstelling afgelopen was. De primitieven traden op, de westerse bezoekers bekeken hen, en het schouwspel dat ze zagen was tot in de kleinste details geënceneerd.” (Corbey, 1989:141)

De ‘zoos humains’ betekenen een constructie van ‘exotisme’, niet de expositie ervan. Bij het tentoonstellen van Afrikaanse mensen stonden twee aspecten centraal, die ook in de representatie van Afrikanen in toerisme en reality-tv worden gebruikt (zie deel 2 en deel 3): namelijk enerzijds angst en anderzijds fascinatie (onder andere seksuele fascinatie, waarvan o.a. Saartjie Baartman het trieste voorbeeld is) voor deze vreemde, donkere mensen. De angst komt voort uit het vreemde, wilde, gevaarlijke karakter dat men toeschrijft aan de ‘exotische’ mensen. Corbey wijst in dit verband op het feit dat zwarte Afrikanen te boek stonden als woestelingen in verband met het hardnekkige, vaak bloedige verzet van verschillende Afrikaanse groepen tegen de Europese expansie in Afrika, waaraan de Europese pers veel aandacht besteedde (Corbey, 1989:144). De fascinatie voor het ‘exotische’ komt voort uit het feit dat de westerse mens allerlei (vaak seksuele) fantasieën op de ‘Ander’ kon projecteren. In haar analyse van ‘Völkerschauen’ in de 19^e en 20^e eeuw maakt Eißenberg (1994:43-72; In: Glick Schiller *et al.*, 2005:37) een onderscheid tussen de motieven van bezoekers en organisatoren. De bezoekers werden volgens haar gedreven door nieuwsgierigheid en verlangen naar het exotische. Exotisme werd gerelateerd aan categorieën van mensen die werden gezien als dichter bij de natuur dan Europeanen, gevaarlijk en seksueel aantrekkelijk. Eén van de motieven van organisatoren was de realisatie van concrete commerciële interesses. Politici en zakenmensen promootten deze shows met als bedoeling een popularisering van de

koloniale politiek en om de noodzaak aan te tonen voor koloniale expansie. Organisatoren en bezoekers zagen deze tentoonstellingen als educatieve evenementen die ten goede kwamen aan zowel degenen die kwamen kijken als aan degenen die tentoongesteld werden. Volkerententoonstellingen begonnen een belangrijk onderdeel van Europese en Amerikaanse zoos te vormen tijdens economisch mindere periodes. Soms was economische interesse ook een belangrijk motivatiepunt van de mensen die akkoord gingen om deel te nemen als ‘exotische objecten’ in deze shows.

Tijdens de dekolonisatie (1945-1960) verdwijnt het fenomeen van de ‘menselijke zoos’ grotendeels. Na de Koude Oorlog, in de context van een nieuwe fase in de neoliberale globalisering en thematisering van multiculturaliteit, duikt het echter terug op in een veelheid van nieuwe vormen en mediagenres (Arnaut, 2006). De integratie van ‘wildheid’ in de wereld van het spektakel opende volgens Bancel nieuwe horizonten. De representatie bleef niet langer passief zoals in de zoo, maar werd actief. De ‘wilde’ werd ‘gewaardeerd’ omwille van zijn veronderstelde primitieve gedrag zoals dans, muziek, spel of sport. Het is slechts op die manier dat de ‘indigene’ mens die zich buiten zijn eigen context bevindt, een plaats krijgt die wordt erkend door de maatschappij van de kolonisator in Europa of in Amerika (Bancel *et al.*, 2002:13). Ook vandaag krijgt de ‘ander’ vaak slechts een plaats binnen de westerse maatschappij via bepaalde eigenschappen die passen binnen het kader van multiculturalisme. Deze ‘multiculturaliteit’ maakt deel uit van een westerse markt waarin discursieve producties, zoals authenticiteit en culturele identiteit een symbolische waarde krijgen en tot commodities kunnen uitgroeien (D’Hondt, 1998:37). De hedendaagse ‘zoos humains’ betreffen ondermeer eigentijdse edities van ‘wereldtentoonstellingen’, zoals bijvoorbeeld de expositie van Maasai in het domein van de Grotten van Han (2001) en van Bakapygmeeën in het natuurpark van Yvoir. Maar ook buiten deze eerder perifere en uitzonderlijke ‘menselijke zoos’ heeft een nieuw culturalistisch/humanitair vertoog zich geïnstalleerd in meer mainstreamgenres die zich toeleggen op het in beeld brengen van ‘exotisme’ (Arnaut, 2006). Onder deze laatste beschouw ik toerisme (meer specifiek cultuur- en gemeenschapstoerisme) en reality-tv. De term ‘menselijke zoo’ heeft dus een breed empirisch bereik maar vraagt steeds opnieuw aandacht voor de verbeelding van anders-zijn zoals deze zich ontplooit in de aanschijn van geëxotiseerde medemensen, zowel van dichtbij als veraf. Postkolonialiteit stelt de vraag naar de mate waarin en de wijze waarop koloniale constructies, die zoals hierboven gezegd aan de grondslag liggen van het ontstaan van de ‘menselijke zoos’, zich reproduceren en refracteren buiten de historische context waarin ze tot volle ontwikkeling zijn gekomen (Arnaut, 2006). Vanaf de tijd van het kolonialisme tot de zogenaamde globalisatie vandaag is er sprake van

een grote mate van continuïteit in de beeldvorming over ‘anderen’. De stereotiepen die het beeld van de ‘ander’ bepalen zijn, zoals ik in deel 2 en deel 3 reeds vaststelde, tot op vandaag blijven bestaan. Deze persistentie is volgens Bancel niet enkel mogelijk door de ‘zoos humains’, maar meer algemeen genomen door de historische ontwikkeling van het beeld van de ‘ander’. De ‘zoos humains’ zijn de weg via dewelke zich een overgang heeft voltrokken van een wetenschappelijk naar een koloniaal en populair racisme (Bancel *et al.*, 2002:18).

Culturele verschillen worden vandaag nog steeds gerepresenteerd als onoverkomelijk (in de vroegere ‘zoos humains’ hield dit eveneens een materiële barrière in). In deel 3 beschreef ik bijvoorbeeld twee reality-tv programma’s waarin men als doelstelling het tonen van een cultuurschok tussen westerse en afrikaanse mensen had, waarbij aan de cultuurverschillen tussen beiden als onoverkomelijk werden voorgesteld.

Hieronder vraag ik me af wat er is veranderd sinds de vroegere ‘zoos humains’. Ik volg hiervoor de redenering van de Franse onderzoekers (Bancel *et al.*, 2002) die zich afvragen wat deze ‘menselijke zoos’ vandaag betekenen. En of er zoiets bestaat als een collectief bewustzijn van de persistentie ervan. In 4.2. verken ik de betekenis van het concept van menselijke zoos vandaag. In 4.3. sta ik stil bij de hierboven genoemde eigentijdse vormen van wereldtentoonstellingen. In deze vormen participeren zowel Afrikaanse mensen die naar noordelijke landen reizen voor dit doel als Afrikaanse mensen die in het Noorden wonen. Ik gebruik voor de beschrijving hiervan een onderzoeksrapport (Glick Schiller *et al.*, 2005) over een recente versie van ‘menselijke zoo’ die plaatsvond in Duitsland, namelijk: ‘The African Village’ in de Augsburg Zoo. In 4.4. ga ik (opnieuw) in op twee mainstreamgenres die ‘exotisme’ in beeld brengen, toerisme en reality-tv. Ik grijp terug naar mijn onderzoek in Oeganda en licht er een specifiek gegeven uit, namelijk cultureel toerisme. Mijn focus ligt op een Basua-bevolkingsgroep in het westen van het land, die tijdens mijn onderzoek zowel het onderwerp bleek van dit soort toerisme als van reality-tv (in dit geval van Stanley’s Route). Ik analyseer aan de hand van informele gesprekken en interviews op welke manier de interesse voor deze Basua-gemeenschap mogelijk bijdraagt aan de (de)constructie van een hedendaagse ‘menselijke zoo’. Voor deze analyse gebruik ik een artikel van Stan Frankland, die ik tijdens mijn onderzoek in Oeganda ontmoette en met wie ik een bezoek aan de Basua bracht. Hij is antropoloog aan de St Andrews universiteit in Schotland en deed zijn doctoraatsonderzoek bij de Basua. Zijn eerste bezoek aan hen was in 1990 als toerist, daarna in juli-augustus 1994 voor veldwerk en daarna volgden verschillende bezoeken tussen november 1997 en juni 1999.

4.2. De betekenis van ‘menselijke zoos’ in de 21^e eeuw

Volgens Blanchard en de andere onderzoekers luidt de meest precieze definitie van ‘zoos humains’ als volgt: “ placer un homme, avec pour objectif qu’il soit vu, dans un espace spécifique reconstitué, non pour ce qu’il ‘fait’(un artisan par exemple), mais pour ce qu’il est (à travers le prisme d’une altérité réelle ou supposée)” (Blanchard; In: Bancel *et al.*, 2002:419). De representatie van ‘andersheid’ heeft zich gedurende de tijd via verschillende kanalen afgespeeld, bijvoorbeeld via grafische druk, fotografie, film. Volgens Blanchard is er sprake van een evolutie van een ‘spectacle vivant’, zoals de vroegere exposities waarbij ‘l’autre importé’ figureerde als uitgebeeld object, naar een ‘image vivante’, zoals film waarbij ‘l’autre dupliqué’ optreedt als een vastgelegd beeld. Het cyclisch en lineair proces van de enscenering van ‘de ander’ beantwoordt zowel in vroegere als in hedendaagse versies van ‘menselijke zoos’ aan drie functies: het tonen/uitbeelden van ‘de ander’, het benadrukken van verschil en het vastleggen van een onzichtbare grens tussen ‘het normale’ en ‘het abnormale’ . Er is sprake van een soort van visuele cultuur die ons toelaat om (onbewust) een ‘menselijke zoo’ te fabriceren om de wereld rondom ons te verklaren (Blanchard; In: Bancel *et al.*, 2002:420). Arnaut (2006) onderkent in de constructie van de menselijke zoo een conjunctieve ruimte. Elke menselijke zoo houdt een soort spektakel in, een kijkspel dat zich ontplooit in een conjunctieve ruimte –dit is een ruimte van gewenste of voorstelbare werkelijkheid. Deze ‘wenselijkheid’, op het oppresieve af, onderbouwt de hele dynamiek van de menselijke zoo. Immers, in dit schouwspel is het podium vervangen door een kooi of een andere vorm van transparante opsluiting, waardoor de ‘acteurs’ maximaal aan de blik van de kijker zijn blootgesteld. Kirschenblatt-Gimblet onderscheidt deze conjunctieve ruimte (subjunctive space) in haar artikel ‘The museum –a refuge for utopian thought’. Zij heeft het over het concept museum als een soort utopische wereld, vergelijkbaar met utopische werelden in de literatuur: “It is the capacity to imagine a world in a particular key that distinguishes the utopian imagination, no matter what the medium of expression” (Kirschenblatt-Gimblet, 2004:1). Het verschil is echter dat het museum een fysieke ruimte behelst en het niet, zoals in bijvoorbeeld ‘Utopia’ (1516) van Thomas More, om een imaginaire ruimte gaat. Het utopische karakter van de ruimte van het museum duidt ze aan als een ‘subjunctive space’. Ook Turner heeft het over die conjunctieve ruimte in termen van ‘liminality’:

“Liminality (...) means a state or process which is betwixt-and-between the normal, day-to-day cultural and social states of processes of getting and spending, preserving law and order, and registering structural status (...) the liminal in socio-cultural process is similar to the subjunctive mood in verbs –just as mundane structural activities resemble the indicative mood.” (Turner 1979:465)

De conjunctieve ruimte is dus een soort imaginaire tussenruimte, een ruimte tussen twee werelden, waarop men een bepaalde (gewenste) werkelijkheid projecteert. Wat dit betekent in de context van de hedendaagse menselijke zoos, komt verder aan bod in 4.4.

Zoals gezegd zijn de uitingen van hedendaagse menselijke zoos, die qua organisatie sterk lijken op die in vroegere wereldtentoonstellingen, de afgelopen tien jaar uitzonderingen geworden. Opvallend is echter dat ze ondanks hun dubieuze verleden nog steeds mogelijk blijken en dat ze slechts in geringe mate het geweten van de organisatoren of bezoekers ervan aantasten. Degenen die bezocht worden, redeneren vanuit een commercieel standpunt en zien het voornamelijk als een inkomstenbron. Wat vooral opvallend is, is een grote mate van afwezigheid van een collectief bewustzijn van deze menselijke zoos. De kennis over de vroegere menselijke zoos is klein en bijgevolg worden er weinig parallellen getrokken tussen dit dubieuze verleden en de menselijke zoos vandaag. Een mogelijk gevolg van de zoos is, net zoals de impact van de koloniale (racistische) propaganda, een normalisering van de grens tussen 'wij' en 'zij'. Dit werkt een naturalisering van cultuurverschillen in de hand met als gevolg een differentieel racisme dat niet als zodanig wordt herkend. Het is dus van groot belang om te gaan kijken naar de omstandigheden waarin deze zoos vandaag mogelijk zijn en wat de mogelijke gevolgen hiervan zijn. Buiten deze eerder uitzonderlijke menselijke zoos, bestaan er vandaag, zoals reeds gezegd, ook op grotere schaal uitingen van menselijke zoos die zich toeleggen op exotisme, namelijk media en toerisme.

In deel 2 heb ik reeds uitgebreid besproken hoe men Afrika (en meer specifiek Oeganda) binnen (eco)toerisme verbeeldt en hoe toeristen hierop inspelen. In dit deel wil ik terugkomen op één aspect van ecotoerisme, namelijk cultureel toerisme. Ecotoerisme omvat over het algemeen ook een sociocultureel element, er is namelijk de intentie van het bekijken van en interageren met mensen (die vaak als 'indigeen' worden gedefinieerd) die een exotisch en aantrekkelijk voorkomen en gebruiken zouden hebben. Eén van de doelstellingen van dit cultureel toerisme is respect en economische voordelen voor lokale mensen. Men speelt in op een verlangen naar een 'verdwenen authenticiteit', die wordt gereconstrueerd voor toeristen. Blanchard stelt dat het gevolg een encenering is die de realiteit, moderniteit en evolutie van de lokale gemeenschap vervormt. Die encenering houdt in dat een mythisch gegeven wordt gereconstrueerd als 'primitief' en origineel, wat correspondeert aan de fantasieën van de bezoeker-toerist. Op dat niveau wordt een imaginair en stereotiep beeld (zowel positief als negatief) de norm en dus sterker dan de realiteit. De realiteit wordt met andere woorden aangepast, vervormd en gereconstrueerd (Blanchard, In: Bancel *et al.*, 2002:420). Een tweede

genre waarin het verbeelden van exotisme vandaag een belangrijke rol speelt, is de media. In onze hoogtechnologische globale wereld zijn televisie en andere vormen van publieke beeldverspreiding dominant aanwezig. Blanchard stelt vast dat een vorm van menselijke zoos zich in het hart van deze universele media bevindt. Er gebeurt namelijk een symbolische verlenging van deze zoos in de reality-tv shows van vandaag (Blanchard, In: Bancel *et al.*, 2002: 423). Toen de Franse onderzoekers van ‘zoos humains’ dit werk schreven, doelden zij op realiteitsreeksen die zich in een exotische ruimte afspeelden. De encenering draait hierbij om het plaatsen van een ‘normale ander’ in een ‘abnormale omgeving’, zoals bijvoorbeeld in het programma ‘Survivor’. Sindsdien heeft zich, zoals ik in deel 3 reeds aantoonde, een extra dimensie voltrokken binnen reality-tv. In de exotische ruimte waar de ‘normale ander’ wordt geplaatst, figureren nu bovendien ‘exotische anderen’.

Ik stel me de vraag wat er uiteindelijk veranderd is sinds de menselijke zoos van de 19^e en 20^e eeuw. Het medium is, in het geval van toerisme en media, veranderd: in plaats van het ‘exotische’ letterlijk naar het Noorden te brengen, gaat de noordelijke mens op reis naar exotische plaatsen of brengt de tv het ‘andere’ tot in zijn huiskamer. In die zin speelt eveneens de locatie een exotische rol. De ‘andere’ mensen blijven in hun eigen, natuurlijke, ongerepte omgeving. De exotische cultuur wordt verbonden met de natuurlijke ruimte en culturele verschillen worden op die manier genaturaliseerd. De Franse onderzoekers concluderen dat iedere menselijke zoo een reflectie is van zijn context of van zijn tijd. Bovendien wijzen ze op de ongelooflijke efficiëntie van de menselijke zoos. Het zijn ‘fantastische’ machines in het produceren van beelden. Dit productieve aspect is essentieel omdat het de mate bepaalt waarop het beeld een moeilijk analyseerbaar gegeven vormt voor het publiek. Beelden hebben vier belangrijke functies: communiceren, fixeren, ideologieën verspreiden en informeren. Vooral de informatieve functie van de menselijke zoos is zeer ambigu. Een kritische reflectie over deze zoos vandaag dient te gebeuren aan de hand van deze functies in plaats van aan de hand van de zoos zelf (Blanchard, In: Bancel *et al.*, 2002:425).

4.3. Hedendaagse ‘menselijke zoos’: ‘The African village’ in de Augsburg Zoo

Eén van de recente versies van ‘menselijke zoos’, die qua opzet lijkt op diegene ten tijde van de wereldtentoonstellingen, vond in juli 2005 plaats in de Augsburg Zoo. In deze Duitse zoo werd namelijk een evenement opgezet onder de naam ‘African Village’. De aankondiging van dit gebeuren door de Zoo van Augsburg maakte wereldwijd verdeelde reacties los. Een aantal onderzoekers van het ‘Max Planck Institute for Social Anthropology’ deden naar aanleiding

hiervan een etnografisch onderzoek tijdens het vierdaagse evenement en schreven hierover een rapport: 'African culture and the Zoo in the 21st century: The "African village" in the Augsburg Zoo and its wider implications' (Glick Schiller *et al.*, 2005). Voor dit onderzoek namen de onderzoekers formele interviews af met verschillende betrokken partijen van het 'Afrikaans dorp'. Aanvullend hadden zij ook informele gesprekken. Hieronder geef ik een kort verslag van hun onderzoek en neem ik de belangrijkste punten uit het rapport over ter analyse van dit soort hedendaagse menselijke zoo. In het begin van het rapport geven ze een samenvatting van hun belangrijkste bevindingen:

- ✓ Het 'Afrikaans dorp' was in praktijk een soort markt in de zoo met activiteiten zoals Afrikaanse zang, drum en buikdansen.
- ✓ De opbrengst ervan was in de eerste plaats bedoeld voor de zoo, de organisatie-groep, de marktkramers en artiesten.
- ✓ De organisatoren linkten de zoo met Afrikanen in een poging om bezoekers aan te trekken via een 'exotisch' evenement. Zij zien het 'Afrikaans panorama' van de zoo als een perfecte omgeving voor een Afrikaans gebeuren.
- ✓ Solidariteit met Afrikaanse mensen en wederzijds begrip waren geen prioritaire doelstellingen van het evenement.
- ✓ Na het bezoek aan de zoo legden de bezoekers frequent verbanden tussen Afrika, Afrikanen, wilde dieren en natuur.
- ✓ Organisatoren en bezoekers waren niet racistisch maar participeerden in en reflecteerden een proces dat 'racialisatie' wordt genoemd (zie hieronder).
- ✓ De verdedigers van de 'African village' in de zoo waren verrast door de kritiek van de tegenstanders. De verdedigers ervan zagen racisme enkel in termen van het nazisme en de aanvallen op Joden, Sinti en Roma en reflecteerden niet kritisch op problemen die dateren uit de tijd van het Duitse kolonialisme.
- ✓ Beelden die dateren uit de koloniale tijd dragen bij tot hedendaagse exotisering, erotisering of stereotypering van Afrikanen en worden soms gepromoot als multiculturalisme.
- ✓ Vanuit dat perspectief vormde de Augsburg Zoo een ongepaste setting om een markt van Afrikaans handwerk te houden en vormen van 'traditionele' Afrikaanse culturele opvoering te tonen.
- ✓ De Afrikaanse marktkramers en artiesten namen het grootste financiële risico en sommigen voelden zich uitgebuit door de specifieke omstandigheden van het evenement. Door de situatie van hoge werkloosheid en ongelijke macht zijn zij afhankelijk van de marketing van culturele verschillen.
- ✓ De promotie van zoos door dit soort evenementen, gerelateerd aan Afrikaanse cultuur, mensen en dieren, is geen uitzonderlijk fenomeen. Naast Augsburg in Duitsland, komt het ook voor in andere Europese en Amerikaanse zoos.
- ✓ In de hedendaagse globale economie, waar de marketing van verschillen een belangrijke business vormt en waar instellingen zoals zoos meer inkomen moeten genereren, is er vaak sprake van 'racialisatie'.
- ✓ De processen van 'racialisatie' die vergemakkelijkt worden door de Augsburg Zoo en andere zoos zijn niet onschuldig omdat ze een mogelijke basis kunnen zijn voor discriminatie, ongelijke sociale mobiliteit, vervolging en onderdrukking.

Uit deze bevindingen blijkt volgens de onderzoekers dat het nodig is om enkele aandachtspunten nader te bekijken. Gezien het feit dat het enkel om een Afrikaanse markt en culturele optredens ging en er een grote tevredenheid heerste bij de bezoekers, concludeert men nadien in de media dat de hele discussie vooraf voor niets was geweest. De onderzoekers gaan hier niet mee akkoord. Zij stellen dat het niet om opzettelijk racisme ging, maar dat de onderzoeksgegevens wel aantonen dat er enkele zaken ter discussie moeten worden gesteld.

Een eerste aandachtspunt dat zij aanhalen gaat over de hedendaagse ‘racialisatie’ in het algemeen en de link met het ‘Afrikaans dorp’ in de Augsburg Zoo. Over het algemeen bestaat er een groeiende interesse in ‘cultuur’ als middel voor marketing van ondermeer steden, toerisme, allerhande producten en plaatsen zoals pretparken of zoos. Dit soort interesse heeft bepaalde gevolgen voor gangbare ideeën over rassen en culturen. De onderzoekers merken hierbij op dat het gemakkelijk is om vandaag kritisch terug te kijken op de geschiedenis van de ‘Völkerschauen’. Het is eenvoudig om vanuit het heden te analyseren hoe zij commerciële interesses en ideeën over het exotische, het gevaarlijke, het onbeschaafde representeerden en op die manier culturele verschillen benadrukten die bijdroegen tot het raciale denken. Het is veel moeilijker om kritisch te analyseren hoe de hedendaagse manier waarop men cultuur vaak representeert, eveneens tendenzen vertoont die bijdragen tot raciale denkpatronen. En hoe deze representaties bijgevolg mensen en culturen categoriseren en hen in een hiërarchie plaatsen van meer of minder geciviliseerde mensen. Om te begrijpen hoe dit soort racisme werkt, is het nodig om de termen ‘ras’ en ‘racialisatie’ te definiëren.

‘Ras’ is een ‘sociale constructie’ die een onjuiste beschrijving geeft van de menselijke verscheidenheid met als bedoeling om ongelijke macht te verklaren en te legitimeren (Glick Schiller *et al.*, 2005:36). Ook al wordt ‘ras’ niet meer gezien als een goede manier om biologische variatie te verklaren, toch is het nog steeds belangrijk om zich bewust te zijn van deze constructie. Ideeën over raciale verschillen worden namelijk nog steeds gebruikt in situaties van ongelijke machtsverdeling of voor het legitimeren van ongelijke toegankelijkheid tot tewerkstelling, onderwijs, woongelegenheden, enzovoort. ‘Racisme’ is het plaatsen van mensen in deze ongelijke raciale categorieën, de discriminatie van mensen die als raciaal inferieur worden beschouwd en het legitimeren van een onrechtvaardige behandeling van deze mensen aan de hand van hun inherente verschillen (Glick Schiller *et al.*, 2005:36). Deze ongelijke raciale categorieën worden voortdurend herbevestigd, heruitgevonden, herlezen en gereconstrueerd door verschillende acties in het dagelijkse leven. De term ‘racialisatie’ wordt gebruikt om dit proces aan te duiden van een constante reproductie en herbevestiging van bepaalde ideeën over ras (Glick Schiller *et al.*, 2005:36).

Voor het onderzoeken van racialisatie-processen dient men te focussen op machtsrelaties die de context structureren waarin mensen interageren, elkaar beoordelen en elkaar bekijken. Binnen deze processen hebben mensen met meer macht meer mogelijkheid om te definiëren wat normaal, acceptabel en geciviliseerd is. Het zijn ook deze mensen die vaak de mogelijkheid hebben te bepalen wat de kenmerkende karakteristieken van verschillende culturen zijn. Zoals Marx reeds schreef in 1845:

“The ideas of the ruling class are in every epoch the ruling ideas: i.e. the class which is the ruling *material* force of society, is at the same time its ruling *intellectual* force. The class which has the means of production at its disposal has control at the same time over the means of mental production, so that thereby, generally speaking, the ideas of those who lack the means of mental production are subject to it.” (Marx en Engels, 1965:61; In: Mafeje,1971:254; cursief in origineel)

Marx stelt vast hoe in elk tijdperk de mensen met het minste macht vaak onderwerp worden van de verbeelding van mensen met meer macht. Men kan vormen van racialisatie observeren bijvoorbeeld in het onderwijs over geschiedenis en cultuur, in de manier waarop het nieuws wordt weergegeven en in de soorten beelden die worden gebruikt in films, video's, nieuws en reclame.

Een tweede aandachtspunt is voor de onderzoekers van ‘the African village’ de ‘Völkerschauen’ en de koloniale erfenis. In de verhitte discussie over het ‘Afrikaans dorp’ werd de opvatting over ‘Völkerschauen’ meestal herleid tot een letterlijke interpretatie, namelijk ‘het tonen van mensen’. De wetenschappelijke literatuur over dit onderwerp is echter meer gedifferentieerd. In die literatuur onderscheidt men drie belangrijke karakteristieken van volkerentoonstellingen: 1) een uiting van Europese superioriteit; 2) betrokkenheid van verschillende commerciële interesses; 3) een authenticiteitsclaim die een bepaald perspectief op andere culturen legitimeert. De organisatoren van het evenement in de Zoo van Augsburg wijzen de mogelijke relatie tussen de vroegere ‘Völkerschauen’ en hun ‘Afrikaans dorp’ volledig van de hand. Nochtans, zo stellen de onderzoekers vast, zagen de organisatoren en de medewerkers in de eerste plaats het economisch interessante aspect van het ‘Afrikaans dorp’ in de zoo. ‘Afrika’ en ‘Afrikaanse cultuur’ werden hierbij gezien als een ‘magneet’ die veel bezoekers zou aantrekken en waarvan alle betrokken partijen in het evenement zouden profiteren. Ten tweede was het gewenste ‘exotisme’ een berekende factor van de organisatoren en deels van de medewerkers. De reactie van de bezoekers hierop was positief. Ten derde was er de intentie van de organisatoren om educatie en verdraagzaamheid te promoten. Het hele evenement was echter op zo een manier georganiseerd dat er geen enkele

serieuze inhoudelijke informatie werd verstrekt. In de plaats daarvan werden bepaalde beelden die door mensen in het Noorden –in dit geval Duitsers- als ‘typisch Afrikaans’ worden gezien, versterkt. Verder vinden de onderzoekers het opvallend dat geen enkele van hun discussiepartners (voornamelijk organisatoren en ook enkele bezoekers) de noodzaak inzag voor een kritische reflectie over deze onderwerpen. Zij zien daarvoor twee mogelijke redenen: ten eerste is er de mogelijkheid dat de onderzoekers zelf problemen zien die er niet zijn (zoals één bezoeker tegen hen zei). Een tweede mogelijkheid is dat er een algemeen gebrek aan opmerkingszin voor deze problemen geldt en dat de wil ontbreekt om ze als serieuze problemen te erkennen. De onderzoekers concluderen uit hun onderzoeksgegevens dat de laatste reden de juiste is. Maar ze benadrukken eveneens dat het ‘Afrikaans dorp’ dat werd opgezet in de Augsburg Zoo niet overeenkwam met het stereotiep van de ‘Völkerschauen’ en dat ze dus in geen geval beweren dat de zoo een volkerententoonstelling had opgezet. Bovendien beklemtonen ze dat ze zeker niet vinden dat de geïnterviewde organisatoren of bezoekers racistisch waren. Ze willen er enkel op wijzen dat bepaalde elementen die werden geïdentificeerd als problematisch in de vroegere ‘Völkerschauen’ nog steeds aanwezig blijken in de marketing van exotische culturele verschillen vandaag. En ook dat de context van de zoo, met zijn historische achtergrond van volkerententoonstellingen, de marketing van culturele verschillen ambivalent maakt.

Een derde aandachtspunt betreft vragen over hoe tolerantie, multiculturalisme en humanitaire kwesties een rol spelen in dit evenement. De verdedigers van het evenement wijzen de tegenstanders op de tolerantie en steun voor Afrikanen in Augsburg door dit project. Ze beargumenteren dit onder andere door te verwijzen naar de aanwezigheid van een NGO tijdens het evenement. Dit argument doet de vraag rijzen wat de betekenis van tolerantie is in deze context en wat de implicaties zijn van een geldinzameling voor armoede in Afrika in een zoo. Tolerantie betekent volgens de onderzoekers niet noodzakelijk gelijkheid van culturen of mensen. De visie van zowel organisatoren als de meeste bezoekers was dat Afrikanen en de zoo een perfecte combinatie zijn. Daardoor is het moeilijk te concluderen dat het evenement bijdroeg aan de aanvaarding van Afrikanen als gelijken. De armoede van Afrika als onderwerp van bepaalde activiteiten in de zoo, zorgt in die setting voor een naturalisering ervan. Bredere onderwerpen zoals globalisatie, contrasten tussen rijk en arm in Afrikaanse steden en de geschiedenis van Afrikaanse samenlevingen, krijgen geen plaats in het beeld van Afrika dat werd gerepresenteerd in de zoo. Ook al was, volgens de onderzoekers, solidariteit duidelijk niet de belangrijkste motivatie van de organisatoren van het evenement, toch werd het later het belangrijkste argument van de verdedigers in de

discussie. Maar eerder dan solidariteit is de motivatie achter het ‘Afrikaans dorp’ het gebruik maken van Afrika als exotische magneet om mensen naar de zoo te lokken. Het is op dit niveau dat aanhoudende koloniale en raciale stereotiepen en de geschiedenis van de volkerentoonstellingen –nog steeds niet bekritiseerd door de meeste mensen- kruisen met de hedendaagse marketing en productie van racialisatie.

Een laatste aandachtspunt in het onderzoek is het fenomeen van Afrikanen in zoos in de 21^e eeuw. In het soort marketing van Afrika, zoals hierboven beschreven, waren de organisatoren niet de enigen. De onderzoekers stellen vast dat er op dit moment sprake is van globale economische trends die Afrikanen en andere geëxotiseerde niet-westerse culturen opnieuw in de zoo plaatsen. Dit gebeurt zowel in Europa als in de Verenigde Staten. De onderzoekers vonden verschillende websites die hierover berichtten. Een belangrijke opmerking hierbij is dat deze zoektocht op het web geen algemene trend aantoonde van de link met dieren in de marketing van alle culturen. Ze geloven ook niet dat het probleem zou opgelost zijn door naast Afrikanen ook bijvoorbeeld Duitse cultuur of zelfs Duitse stereotiepen in de zoo te representeren. Verschillende categorieën van mensen zijn vroeger en nu op een verschillende manier beoordeeld in termen van mogelijkheid tot beschaving. Zelfs niet alle stereotiepen zijn dus gelijk. De conclusie van de onderzoekers is tenslotte dat: indien respect voor anderen het waarderen van menselijke gelijkheid en van culturele verschillen betekent, dan zouden Afrikaans handwerk, eten en culturele optredens niet in een zoo mogen worden geplaatst. Het feit dat enkel Afrikanen op die manier behandeld lijken te worden, is een reden tot bezorgdheid voor aanvechters van racialisatie-processen. Zoals gezegd stellen de onderzoekers dat het gemakkelijk is om nu honderd jaar na de volkerentoonstellingen de duidelijke racialisatie ervan in te zien. Wat we volgens hen echter moeten leren van deze geschiedenis is hoe moeilijk maar noodzakelijk het is om hedendaagse vormen van racialisatie te identificeren en te bekritisieren. (Glick Schiller *et al.*, 2005:1-48)

4.4. Hedendaagse ‘menselijke zoos’ in toerisme en reality-tv: ‘Pigmy land’ in Oeganda

Om te weten wat ecotoerisme en meer specifiek cultureel toerisme in Oeganda betekent, is het noodzakelijk om eerst iets meer te zeggen over mensen en cultuur in Oeganda in relatie met toerisme. De website van UTB (Uganda Tourist Board)¹² stelt ‘people and culture’ als volgt voor:

¹² <http://www.visituganda.com/>

“(…) The country’s most ancient inhabitants, confined to the hilly southwest, are the Batwa and Bambuti Pygmies, relics of the hunter-gatherer cultures that once occupied much of East Africa to leave behind a rich legacy of rock paintings (….) At the cultural core of modern-day Uganda lie the Bantu-speaking kingdoms of Buganda, Bunyoro, Ankole and Toro. (….) Elsewhere, Uganda’s cultural diversity is boosted in the northeast by the presence of the Karimojong, traditional pastoralists whose lifestyle and culture is reminiscent of the renowned Maasai, and in the northwest by a patchwork of agricultural peoples whose Nilotic languages and cultures are rooted in what is now Sudan. The Rwenzori foothills are home to the hardy Bakonjo (….) while the Basigu of the Mount Elgon region are known for their colourful Imbalu ceremony (….)”

Niet al deze bevolkingsgroepen van Oeganda zijn op dezelfde manier cultureel aantrekkelijk voor toeristen. De ‘moderne’ bevolkingsgroepen die men hier opsomt, hebben een aantal geschiedkundige overblijfselen die men als toerist kan bezoeken, zoals de Kasubi Tombs in Kampala. Daartegenover bestaat de culturele aantrekkelijkheid van minderheidsgroepen, zoals de Batwa en de Basigu, uit bepaalde culturele gebruiken of gewoontes waarvoor men als toerist bij de lokale gemeenschappen zelf op bezoek kan gaan. Die laatsten zijn vaak afhankelijk van dit soort toerisme voor hun inkomsten. Voor sommige toeristen is dit soort cultureel toerisme één van de belangrijkste redenen om Subsaharisch Afrika te bezoeken. Twee geïnterviewden uit mijn onderzoek die reeds in deel 2 aan het woord kwamen, Nathan (33j) en zijn vrouw Joanna (32j) [zie ook **bijlage 1**] –die vanuit Malawi via Kenia tot in Oeganda zijn gereisd– benadrukken bijvoorbeeld hun interesse in wat ze ‘tribal cultures’ noemen. In Kenia hebben zij onder andere de Maasai bezocht, Joanna formuleert haar interesse voor deze mensen als volgt:

J: Euhm [...] in the Maasai people, I’m very interested in how they dress and how they present themselves and their rituals and their ceremonies and the pride they have in it [...] and they’re so remote and they’re nomadic, yet they have this very distinct way of eating and wearing their robes and doing their hair and [...] it’s just so [...] it might cross over to other tribes, that I don’t know much about yet, but just for me it seems so distinct and strong and [...] But yet they’re not affected, no influence from media or [...] it’s nothing to do with fashion really, it’s their own way of expressing themselves.

Haar man vond dit bezoek op sommige vlakken toeristisch, maar soms ook ‘natuurlijk’. Hij maakt bijvoorbeeld een vergelijking met andere toeristen die veel betaalden voor hun bezoek, terwijl zijzelf een Maasai-gids hadden die hen naar verschillende dorpen meenam. Dit laatste

noemt hij 'a bit more natural'. Een dansoptreden door enkele jonge Maasai op de campsite beschouwt hij wel als zeer toeristisch, maar hij zegt erbij dat:

N: But still, it was nice to see. There was only the four of us and there was about fifty of them performing so, I mean [...] I think you have to go along the tourist route to see something sometimes. It's hard just to [...] unless you have some time to live with the people you might see it *naturally, but sometimes in order to experience I think you *do have to pay sometimes."

Ik vraag hem of ze ook reeds 'Pygmeeën' hebben bezocht in Oeganda. Hierop antwoordt hij van niet en dat ze het graag zouden willen doen omdat het hen interessant lijkt. Hij voegt eraan toe dat ze wel hebben gehoord dat het nogal toeristisch zou zijn, maar dat ook daar wel bepaalde opties in zijn.

Verschillende lokale groepen van de Pygmeeën-bevolking vormen een onderdeel van cultureel toerisme in Oeganda. Er zijn naar schatting 3000 tot 3700 'Pygmeeën' in Oeganda, dit is 0,02% van de totale bevolking. De meerderheid van hen zijn Batwa. Zij werden ooit erkend als de eigenaars van het regenwoud. Op het einde van de 19^e eeuw werden de Batwa in het zuidwesten van Oeganda (toen een deel van het Koninkrijk Rwanda) gewaardeerd als entertainers aan het hof en als soldaten. In het begin van de 20^e eeuw waren sommige Batwa-leiders machtig genoeg om eigendommen van hun burenen te claimen. Sindsdien zijn lokale landbouwers het woud echter beginnen ontbossen en de Batwa zijn als gevolg daarvan gemarginaliseerd. De meesten van hen bezitten nu geen enkel stuk grond meer. De nationale parken Mgahinga, Bwindi en Echuya liggen in die regio en veel van de grond van die parken was eigenlijk oorspronkelijk het territorium van de Batwa. Ondanks een wettelijke voorziening voor de Batwa voor het gebruik van en zelfs het wonen in de nationale parken blijken zij in praktijk niet te worden toegelaten. Deze uitsluiting wordt versterkt door het stereotiepe voorstelling van de Batwa als gorilla-jagers. Daardoor krijgen zij de schuld telkens wanneer een geval van stropen wordt vastgesteld. Een andere, veel kleinere groep 'Pygmeeën' in Oeganda zijn de Basua of Bambuti, die in de 'Semuliki Valley' in het westen van Oeganda (Bundibugyo district) leven. Hun lokale burenen, de Baamba en de Bakonzo, zijn zelf sinds lang gemarginaliseerd en onderdrukt geweest. De Basua worden door Stan Frankland (1999:67) beschreven als 'the marginalised within the marginalised, the disinherited of the disinherited.' Het 'Semuliki Forest' werd een nationaal park in 1993. Net zoals de Batwa, worden de Basua op een gelijkaardige manier uitgesloten van hun oorspronkelijke leefomgeving: Om te vissen of hout en kruiden te verzamelen moeten ze

toestemming vragen aan de parkbeheerders en jagen werd hen verboden. In de jaren 1960-1980 werden de Basua bekend als toeristische attractie en dat werd sindsdien hun belangrijkste inkomstenbron.

Tijdens mijn eerste bezoek aan de Basua vergezel ik Stan Frankland en een toerist, Gerhard Kühn (38j) [zie ook **bijlage 1**]. Gerhard legt een verband tussen de ‘Pygmeeën’ en de Maasai wanneer hij me zegt: “I would like to see the Pygmies, like the Maasai, I really love them”. Tijdens mijn verblijf in Oeganda ontmoet ik nog verschillende toeristen die me hun bedenkingen over of hun ervaringen met ‘Pygmeeën’ vertellen. Sommigen van hen zijn niet geïnteresseerd in een bezoek omdat ze, net als Nathan, hebben gehoord dat het té toeristisch zou zijn. Een Zuid-Afrikaanse man die in Oeganda werkt voor een oliemaatschappij vertelt me dat hij wel eens bij de ‘Pygmeeën’ was geweest samen met mensen die hem kwamen bezoeken. Hij zegt dat hij ontzettend teleurgesteld was omdat hij had vastgesteld dat de Basua “echt hun cultuur verloren zijn en geen tradities meer hebben”. Hij zegt dat ze volgens hem hun traditionele leven opnieuw zouden moeten opnemen en vervolgens tonen aan toeristen en hij ziet dit als volgt: “ze moeten traditionele kleren aantrekken en traditionele instrumenten bespelen in plaats van *a bloody plastic drum*”. De tweede keer dat ik een bezoek breng aan de Basua, vergezel ik vier Tsjechische toeristen [zie ook **bijlage 1**] die naar het nationale park van Semuliki trekken en van de gelegenheid gebruik willen maken om ook naar de ‘Pygmeeën’ te gaan. De dag voordien had ik hen ontmoet in het kantoor van Kabarole Tours. Toen ze me zeiden dat ze graag naar de Pygmeeën wilden gaan, vertelde ik hen dat ik reeds bij de Basua was geweest en ze vroegen me wat mijn ervaring was omdat ze in hun reisgids (The Lonely Planet) hadden gelezen dat het nogal toeristisch en teleurstellend zou zijn. Ik antwoordde hen dat het voor mij een positieve ervaring was geweest, maar dat deze misschien niet representatief was omdat ik in het gezelschap was van Stan Frankland die voor de Basua een oude bekende is. De Tsjechische toeristen vonden het bezoek achteraf gezien, in analogie met wat ze in hun reisgids hadden gelezen, inderdaad teleurstellend. Hierbij dient vermeld dat de dag van ons bezoek de Basua die ochtend een begrafenis hadden gehad en ze bijgevolg relatief weinig interesse toonden naar de toeristen toe, wat ook een rol kan hebben gespeeld in de ervaring van laatstgenoemden. Hoe dan ook geven zij tijdens het interview achteraf een aantal bedenkingen die overeenkomen met veelvoorkomende uitspraken van andere toeristen, zoals ik er hierboven reeds een paar aanhaalde. Het lijkt erop dat de Basua voor veel toeristen niet corresponderen met het beeld dat zij vooraf van deze mensen hadden. Ook voor de reality-tv reeks Stanley’s Route, die ik in deel 3 reeds uitgebreid besproken heb, wilde men in eerste instantie met de Basua samenwerken. Dit idee is echter afgeblazen omdat, aldus Paul,

deze ‘Pygmeeën’ voor de programmamakers niet voldeden aan hun vooropgestelde beeld hierover en aanpassingen aan dit beeld te moeilijk bleken. Stan Frankland onderzoekt in zijn paper ‘Pygmic tours’ (2001) de mythevorming over ‘Pygmeeën’ in relatie met toerisme en antropologie. Hij beschouwt hierbij de Basua als voorbeeld van ‘Pygmeeën’ die niet voldoen aan deze mythe en stelt vast dat zij daardoor verbannen zijn tot een toestand van wat hij ‘vagabondage’ noemt. Hij gebruikt deze term in oppositie met de mythe van de authentieke Pygmeë. De ‘Vagebond’ is de anti-mythe van de nobele wilde, de Pygmeë wordt erin gereduceerd tot een staat van afhankelijkheid. In die zin dient toerisme als metafoor voor alle externe krachten die werden uitgesloten in de creatie van de authentieke Pygmeë en die nu worden opgenomen als indicaties van ‘vagabondage’. Hieronder neem ik de redenering in dit artikel als uitgangspunt voor de analyse van mijn interviews. Het ene interview dat ik gebruik is datgene met de hierboven vernoemde Tsjechische toeristen, die ook reeds in deel 2 aan het woord kwamen. Tijdens een deel van dat interview was Stan Frankland aanwezig en ontstaat er een gesprek tussen hem en de toeristen over hun ervaring eerder die dag. Het andere interview dat ik gebruik is datgene met Paul waaruit ik in deel 3 reeds voorbeelden citeerde. Ik stel me hierbij de vraag hoe constructies zoals de mythe over ‘Pygmeeën’ zijn ontstaan en blijven bestaan. En hoe enerzijds toeristen en anderzijds programmamakers vandaag meewerken aan de (de)constructie van mythische beelden over ‘de Ander’, wat kan leiden tot de creatie van een hedendaagse menselijke zoo.

In ‘Pygmic tours’ schrijft Stan Frankland hoe de Oost-Afrikaanse ‘Pygmeeën’ reeds een lange geschiedenis van toerisme kennen. Het feit dat toerisme er reeds langer bestaat dan antropologie is een feit dat veel antropologen graag lijken te negeren. Daardoor is er een etnografie ontstaan die in de eerste plaats focust op de relatie van ‘Pygmeeën’ met het ecosysteem waarin zij leven. ‘Pygmeeën’ werden lang beschouwd als ‘imaginaire wezens’, zoals elfen en trollen, die deel uitmaakten van de kennis van de oude Grieken en Romeinen. De ‘Pygmeeën’ kregen echter een belichaming toen zij in 1870 door Schweinfurth ‘ontdekt’ werden diep in het hart van Afrika. Schweinfurth berichtte hierover: “at last, was I able veritably to feast my eyes upon a living embodiment of the myths of some thousand years!” (Schweinfurth, 1873:127; In: Frankland, 2001:239) Het was deze uitspraak die het moment aanduidt van de ‘uitvinding’ van de ‘Pygmeeën’. Hierna gebeurde de informatieverspreiding over deze herontdekte ‘restanten van de geschiedenis’ voornamelijk via verslagen van reizigers zoals Stanley of koloniale ambtenaren zoals Sir Harry Johnston. De mythe was een geautoriseerde waarheid geworden. De eerste (amateuristische) antropologen die zich in het plaatje mengden, droegen enkel bij tot nog meer populaire beeldvorming. Door de publicatie

van 'The forest people' van Colin Turnbull verandert de plaats van Afrikaanse Pygmeeën binnen antropologie van een perifere curiositeit tot een centraal onderwerp. Turnbull verandert de bestaande mythe rond de Pygmeeën in een versie van Rousseau's 'nobele wilde' of Marx's 'primitieve communist', nieuwe versies van een oude fantasie. Turnbull's beschrijving van de Bambuti in Epulu als autonome, egalitaire jager-verzamelaars in harmonie met elkaar en met hun omgeving, is de basis geworden voor zowel populistische als antropologische opvattingen over alle Pygmeeën. Vanuit dit romantisch beeld zijn alle andere ideeën over deze bevolkingsgroep ontstaan, met als gevolg dat Pygmeeën die niet voldoen aan het ideaal van 'forest people' niet in het plaatje passen. Dit noemt Stan Frankland het 'Turnbull syndroom'. Hij bedoelt hiermee dat er, met betrekking tot Pygmeeën, een overdreven focus ontstaat op de omgeving van het woud door een romantische fascinatie voor en een verlangen naar de zuiverheid van de geëxotiseerde ander. Het gevolg van dit verlangen is dat het diepe woud, het centrum, wordt verkozen boven de periferie van de kant van de weg of de rand van het woud als natuurlijke ruimte voor de authentieke Pygmeë. Deze structurele tweedeling draagt bij tot het concept 'Pygmeë'. Het resultaat van deze ruimtelijke indeling is dat vele Pygmeeën, zoals de Batwa en de Basua, die zich buiten de aangewezen locatie bevinden, worden genegeerd of gecategoriseerd als cultureel gedegradeerd. In de oude fysieke antropologie werd een onderscheid gemaakt tussen 'Pygmoid', wat vooral werd gebruikt voor de Batwa om te verwijzen naar hun huwelijken met niet-Batwa en dus een gebrek aan raciale zuiverheid, en de 'pure' 'Pygmy', wat vooral als verwijzing naar de Mbuti (waarover Turnbull schreef) werd gebruikt. Stan Frankland merkt op dat het moderne begrip 'Pygmeë', zoals geconsumeerd door toeristen, monolithisch is. De soortnaam 'Pygmeë' houdt eenvoudigweg de mythe van de geëxotiseerde eco-andere in en deze naam alleen al is genoeg om de interesse van toeristen op te wekken (Frankland, 2001:243). In 1957 begon de 'consumptie' van deze Pygmeeën-mythe vorm aan te nemen. Overal langs de wegen in het woud vestigden zich Pygmeeën die graag wilden dansen en poseren voor toeristen in ruil voor geld. De Semuliki Valley, waar de Basua zich bevinden, is de laatste locatie in Oeganda waar het Pygmeeën-toerisme ontstond. Het vernoemde 'Turnbull-syndroom' zorgt voor een negatieve houding tegenover deze 'roadside Pygmies'. Stan Frankland stelt vast dat zij vanaf de eerste beschrijvingen worden geportretteerd als het tegenovergestelde van de mythe van de authentieke Pygmeë. Hij onderkent drie belangrijke thema's in alle reizigersverhalen waarin de Sua worden vermeld: ten eerste worden ze afgeschilderd als alcohol- en drugsverslaafden, ten tweede worden ze vaak bestempeld als gewelddadig en ten derde vindt men dat ze hun cultuur verloren zijn: "The textual Sua, represented as hostile drug addicts bereft of tradition,

are the contaminated other fully realized” (Frankland, 2001:246). Wanneer ik met de vier Tsjechische toeristen bij de Basua aankom, worden we uitgenodigd te gaan zitten. De chieft, Nzito, komt erbij om ons te groeten en vertelt me dat ze die ochtend een begrafenis hadden. Na een kort gesprek halen de Basua enkele souvenirs boven die ze te koop aanbieden en Nzito vraagt aan mij of de toeristen soms foto’s willen nemen en verbindt daar meteen een nogal hoge prijs aan. De vier Tsjechen reageren hierop nogal verontwaardigd en maken me duidelijk dat ze niet lang meer willen blijven. Niet lang daarna gaan we dan ook weg zonder dat ze foto’s hebben getrokken of souvenirs hebben gekocht. Op de terugweg uiten ze hun teleurstelling aan mij. Ze vertellen me dat ze hadden verwacht gewoon te kunnen rondlopen door het dorp en op die manier ongestoord foto’s te kunnen trekken. Later tijdens het interview verwoorden ze waarom ze precies teleurgesteld waren.

(R: Renilde Seyssens (interviewer); L: Lucie Antosova (24j); M: Michal Bauer (24j); J: Julie Chytilova (24j); P: Petr Brynda (24j); S: Stan Frankland)

S: So it was a waste of the day?

L, M, J en P: No = no = no, not at all

R: But what did you = did you [...] you found it embarrassing when you were there?
why [...] I mean?

L: We did not feel welcome we did not

R: You expected to walk around?

M: I mean = I mean

L: No the welcome = the welcome they were too concentrated you know

P: Too concentrated on the money

M: My position was for example when I first read Lonely Planet I just would have decided not to go there that was euh nothing else and today [...] we were ok like let us go away as soon as possible

R: Uhum

M: Euhm I mean

R: Ja that’s what you *did

(Iedereen lacht)

M: I had this feeling I didn’t want to take a picture nothing I mean [...]

L: It was so embarrassing to us we didn’t want to take the camera out and to take pictures

R: And normally you would have done if it was not like [...]?

M: As I was explaining you in other situations we make many pictures

L: We (???) because we’re interested in people but we have this huge lens

R: Uhum

L: So we would do it without their knowing they’re even taken a picture of

R: Yeah

L: You know we will not disturb the people themselves

R: Yeah

L: We don’t = we don’t sure we don’t go on the street and stand in front of people and

- taking pictures of them
 (...)
 R: Ja but a lot of people will ask for money when you do take a picture
 L: Probably but I find it embarrassing that you're different and I want [...] so you're different I want to take a picture of you
 R: Uhum but = but why *do you take pictures then it *is because they're different?
 L: Because you know I want to take [...] I find it embarrassing to tell someone that he is different he is so different from me, it is something exceptional, I want to take picture of him [...] it's something you know you're telling the person that he is not normal and that I think is not good for the personality of the person

Hun teleurstelling is vooral gebaseerd op het feit dat de toeristische opzet en het commerciële aspect te duidelijk zichtbaar zijn. Toerisme verklaart volgens Stan Frankland zijn paradox door de stelling dat het object van verlangen is aangetast door kapitalisme. Voor de ander, die niet voldoet aan het toeristische verlangen, wordt zijn gebrek aan authenticiteit een synoniem voor commercialisering. Het toerisme kent geen andere methode om spektakels die niet corresponderen met een bepaalde mythe, zoals dat van de Sua, te verklaren (Frankland,2001:247). De Pygmeeën-mythe is op een –voor de toeristen pijnlijke– manier doorprikt, waardoor ze zich gegeneerd voelen. Lucie zegt dat ze zich bewust is van de constructie van de Basua als toeristische attractie en dat deze constructie is opgebouwd rond verschillen tussen ‘wij’ en ‘zij’. Zo vond Lucie het ongepast om foto's te nemen omdat ze naar eigen zeggen met die actie het exotisme, het verschil van de Basua zou benadrukken en versterken. Dit soort actie houdt volgens haar bovendien een degradatie in van die persoon, alsof je iemand vertelt dat hij niet normaal is.

- R: But still why *did you go to the pygmie village then, what did you want to [...]?
 L: Well we thought first that there will be you know a village like the one that we were used to see and that was one of the biggest mistakes we've made [...] because this village is so known by tourists that it can not be a normal village
 (...)
 L: Ja there is something = there is something that you read about in the guidebook and you read it in the Kabarole Tours that it is a special culture you need to see
 S: Uhum
 L: Then you think that 'ja, but there might be some kind of (???) or something they might have some facilities there' you know [...] like the people probably are not in their *natural behaviour because they already have all these tourists there but for us [...]
 S: Well there are not so many at the moment
 L: but still, you know, it's like something that if it is signposted like that you wouldn't expect a village I don't like = I don't like the = the word (???) but you know what I mean?
 S: Uhum
 L: It's a village that changed the [...]

- M: They didn't show us cultural behaviours
 L: They changed the behaviour somehow to get used to tourists but still keeps it local
 = keeps it local [...]
 M: The local traditions the [...]
 L: and this we = we *didn't find and so it shows we do not know why it is so
 signposted in Kabarole and in guidebooks

Ze vertellen dat hun teleurstelling gebaseerd was op het feit dat ze een andere verwachting hadden van wat ze zouden te zien krijgen bij de Basua en ook de manier waarop het bezoek verliep, vonden ze onaangenaam. Ze hadden onder andere een 'normaal' dorp en 'natuurlijke' gebruiken verwacht en ze hadden niet verwacht te gaan zitten en omringd te worden door de Basua en dus bekeken te worden door hen in plaats van omgekeerd. Zoals ik al vermeldde, vertelden ze me dat ze eigenlijk wilden rondlopen en rondkijken en foto's trekken. De relatie van kijken en bekeken worden was volgens hen dus omgedraaid en niet wat ze in een toeristische situatie hadden verwacht. Ze drukken op die manier hun verlangen uit naar authenticiteit, die in deze situatie niet werd ingevuld. Enerzijds vermoedden ze wel dat de mensen zich niet op een volledig natuurlijke manier zouden gedragen (omdat ze beseffen dat deze mensen reeds andere toeristen hadden gezien). Anderzijds hadden ze toch ergens verwacht dat de Basua hun lokale tradities aan hen zouden tonen. Ze verwoorden dus de toeristische paradox die bestaat uit een verlangen naar authenticiteit en tegelijkertijd een besef van het verlies van diezelfde authenticiteit door toerisme: langs de ene kant beseften ze dat andere toeristen hen reeds voor zijn geweest bij de Basua en dat deze dus geen volledig 'natuurlijke' levensstijl meer kunnen hebben. Langs de andere kant koesterden ze toch een verlangen om een 'normaal' dorp en een traditionele cultuur aan te treffen (onaangetast door toerisme). Wat ze verstaan onder een 'normaal' dorp verklaarde Lucie als volgt:

- L: The local villages are more *natural than the Pygmees [...] so we've seen the normal [...]
 S: What's na what's *natural?
 L: we've seen the normal villages the *really normal villages where they never see muzungu (Kiswahili voor 'blanke') and stuff you know and = and [...]
 S: You think [...] muzungu?
 L: muzungu
 S: You think they *haven't seen?
 L: Euh they *might have seen but it's something with these villages

Dit doet denken aan wat Eade en O'Reilly¹³ vaststellen wanneer ze het hebben over de zogenaamde toeristische zoektocht naar authenticiteit. Ze zeggen dat er sprake is van een

¹³ <http://www.globalnomads.com>

actief zoeken naar culturen die ‘onaangetast’ en ‘traditioneel’ zouden zijn. Dit gaat soms zelfs zo ver dat sommige toeristen graag geloven in de populaire mythe dat men in afgelegen dorpen nog nooit een blanke zou hebben gezien. De veronderstelling dat ‘traditionele’ culturen aangetast worden door toerisme spreekt uit het fragment hieronder waarin Lucie concludeert dat ze misschien beter hadden afgezien van een bezoek aan de Basua. Ze beargumenteert dit door te zeggen dat toeristen hoe dan ook een vreemd element zijn voor hen:

- L: But maybe for us as well as for the Pygmee it would be better if we did not go *to the village if we just go to the road and stop at the hot springs and turn and go back for us as well as for the Pygmee
S: What do you think that would do to their livelihood?
L: Sorry?
S: What do you think that would do to their *livelihood?
M: I mean in principle the people should try on themselves
S: No they *are trying to improve I promise that
L: Yes but tourists is some foreign element that does not fit in = in their life

Ook in dit fragment komt de paradox van het toerisme naar boven. Lucie zegt dat het zowel voor hen als voor de Pygmeeën beter was geweest als ze hen niet hadden opgezocht. Zij hadden liever de mythe niet doorprikt geweten. En de Basua zouden volgens hen op die manier niet aangetast worden door het ‘vreemde’ element toerisme. Dit doet denken aan de opmerkingen van de familie Beernaert in deel 3. Ook zij gaven aan liever in een illusie van authenticiteit te verkeren dan deze te doorprikken.

Zoals ik hierboven verklaarde aan de hand van het artikel van Stan Frankland, worden de Basua van Semuliki vaak gezien als een bevolkingsgroep die zijn eigen cultuur verloren is. De makers van Stanley’s Route zijn eveneens die mening toegedaan. Daarom wilden ze voor het programma de Pygmeeën-mythe reconstrueren door de Basua terug naar hun oorspronkelijke habitat te brengen.

(R: Renilde Seyssens; P: Paul (zie deel3))

- P: Nee het is zo dat euh = euh de Pygmeeën die daar woonden [...] dat hebt ge zelf ook gezien in Semuliki nie?
R: Ja
P: Die wonen aan de rand van een grote van enfin van een weg, een relatief grote weg, en leven dan nog eens in hutten met euh plastic afgedekte euh daken oranje plastic zo [...]
R: Uhum, ja
P: dat decor euh doet daar nie echt Afrikaans aan hoewel dat da ook Afrika is

natuurlijk maar [...] gezien het beeld dat zij (bedoelt de programmamakers) willen van een traditioneel dorp klopte dat nie en daar waren ze van plan om te vragen of ze terug naar hun traditionele habitat wilden gaan want ge moet er wel rekening mee houden dat alle Batwa's, alei alle Pygmeëen, zijn door euhm door de parken verjaagd naar de rand hé

R: Ah ja = ja

P: Dus euh daar was de vraag of ze eventueel terug, onder betaling natuurlijk van het productiehuis, naar hun oorspronkelijke *habitat konden gaan [...]

R: Ja

P: om een beter beeld te hebben

De programmamakers worden hier beïnvloed door wat Stan Frankland het 'Turnbullsyndroom' noemt. De Pygmeëen worden beschouwd als mensen die hun traditionele identiteit verloren zijn omwille van het feit dat ze zich niet in hun oorspronkelijke habitat bevinden. De reconstructie van de 'cultureel waardige' ander houdt een verplaatsing in van de periferie naar het centrum van het woud. Men wil hier de anti-mythe van 'de Pygmeë als vagebond' deconstrueren door een herstructurering van de lokale ruimte. De identiteit van de Pygmeëen wordt verengd tot die van 'forest people' en deze toegeschreven identiteit kan dus enkel tot zijn recht komen in de ruimte van het woud.

P: Ze kwamen nog in het park om te jagen hé ze mogen in het park jagen hé een beperkt stuk = een beperkt stuk euh aantal dieren, ze mogen dus euh hun traditionele jacht doen en [...] de vraag was of ze eventueel dat konden blijven alei doen als wij zouden filmen met een euh traditionele behuizing zijnde, voor hen dan, zeer tijdelijke hutten met = met euh takken en euh blaren [...]

R: Uhum

P: en wat euh leren vellen erover om tegen de regen te beschermen [...] dat zou ik op zich nog geen ramp vinden omdat dat euh [...] ja voor hen dat doen ze nog altijd en ik vind dat al bij al nog altijd een betere bezigheid dan dat plastiek euh kunstmatige dat ze nu doen met de toeristen euh ik heb andere euh Pygmeëen ontmoet meer naar het zuiden onder Bunyonyi aan de grens van euh [...] het euh hoe heet dat park weer waar de gorilla's zaten maar nu geen?

Paul verantwoordt hun keuze voor deze reconstructie van de werkelijkheid aan de hand van de mythe van de authentieke Pygmeë. Hij stelt de authenticiteit die de programmamakers zouden creëren in oppositie met het, volgens hem, kunstmatige karakter van toerisme. Hij insinueert dat de reconstructie van 'authenticiteit' voor reality-tv 'echter' zou zijn dan de zogenaamd kunstmatig gespeelde 'authenticiteit' van het toerisme. Met andere woorden: de mythe van de authentieke Pygmeë wordt verkozen boven de anti-mythe van de Pygmeë als vagebond. Toerisme wordt ook hier als verklaring gebruikt voor het zogenaamde 'vagebondage' van de Basua en dus als metafoor voor de externe kracht die hun authenticiteit

heeft aangetast. Arnaut (2006) schrijft dat in weerwil van het feit dat de combinatie van de conjunctieve ‘wens’-ruimte en visuele dominantie resulteren in een zeer ‘gedwongen’ situatie, ze de context vormt waarin de ‘acteurs’ maximaal zichzelf horen te zijn. Deze gewenste authenticiteit kan zich ruimtelijk vertalen in reconstructies van het natuurlijke, traditionele of gebruikelijke habitat van de acteurs, maar berust in laatste instantie op het feit dat de ‘acteurs’ in hun totale afzondering op zichzelf en hun lotgenoten zijn aangewezen: teruggeworpen worden op hun eigenheid, opgesloten in hun absolute anders-zijn. Daaraan ontleent de menselijke zoo bovendien haar instruerende karakter.

Op welke manier is het fenomeen van de menselijke zoo nu van toepassing op deze situatie van de Basua? In de context van cultureel toerisme leid ik uit het bovenstaande af dat het om een imaginaire constructie van exotisme gaat die wordt vertaald in een mythe van authenticiteit. De meeste toeristen met wie ik over de Pygmeeën sprak, drukten hun teleurstelling uit over de, volgens hen, verloren authenticiteit van de Basua. Sommigen onder hen gaven hun eigen voorstel voor een reconstructie van de ‘authentiekere’ Pygmee. De toeristische paradox, waarover ik het in deel 2 had, weerspiegelt zich hier in het feit dat deze toeristen hun verlangen naar authenticiteit uitdrukken, maar tegelijkertijd toerisme zien als grote vernielers van diezelfde authenticiteit. Ze verwijten als het ware zichzelf voor wat ze niet te zien krijgen. Stan Frankland speelt tijdens het interview in op dit zelfverwijt van de Tsjechische toeristen:

- S: Now you're blaming yourself for their problems at the moment
L: No we're blaming ourselves for not understanding well the guidebook probably
S: No but you're not understanding their = their = their problems
L: Well as you said [...]
S: You're blaming yourself for the way you see them but it's not *you that is responsible for the way you see them, it's the political situation in Uganda that is responsible
M: and is it also responsible (???) Pygmeees?
S: Well it's I mean they = they've had land given to them I mean you know in over the last fifteen years they = they've basically been moved, their land taken away from them, and that's the last place they've been able to go. They're not allowed to go in the deep forest because the UWA (Uganda Wildlife Association) does not allow them [...]
L: So and do you think if the attitude changes of the official authority that the problem would be solved?
S: Euhm I think it would be a very good start

De toeristen geven door hun reacties aan dat ze, ondanks hun geloof in de Pygmeeën-mythe, toch geïnteresseerd zijn in de bredere context van de Basua. Eén van hun opmerkingen

achteraf was dat ze graag met de Basua over hun problemen hadden gepraat. Wanneer ze de kans krijgen om hierover met Stan Frankland te praten, grijpen ze dan ook die gelegenheid aan. In de context van reality-tv is er sprake van een reële constructie van traditionaliteit en exotisme. De programmamakers vatten het plan op om de mythe van de ‘forest people’ te reconstrueren en baseren zich daarvoor vooral op het ruimtelijke aspect. Het spektakel van de menselijke zoo gaat, zoals gezegd, steeds gepaard met een specifiek gereconstrueerde plaats. Hierboven citeerde ik de Franse onderzoekers van de ‘zoos humains’ die het fenomeen definiëren als: “Het plaatsen van mensen in een opgezette ruimte, met als doelstelling hen te laten bekijken. Niet zozeer omwille van wat ze doen, maar omwille van wat ze zijn.” (Bancel *et al.*, 2002) De Basua worden door toeristen en programmamakers in eerste instantie als ‘forest people’ gezien en de ruimte van gewenste werkelijkheid waarin ze de Basua verbeelden is dus het diepe woud. Het reële of veronderstelde anders-zijn van deze mensen en de conjunctieve ruimte spelen dus een belangrijke rol in de (re)constructie van de Basua met betrekking tot cultureel toerisme en reality-tv. Tot slot is, zoals hierboven reeds aangegeven, het belangrijkste gevolg van het fenomeen menselijke zoo een ongelijke machtsrelatie en ook in de hierboven geschetste context is dit het geval. De Basua bevinden zich op economisch vlak, net zoals de Afrikanen in de Augsburgse zoo, in een afhankelijkheidspositie. De machtsrelatie van de toeristen en programmamakers die daardoor ontstaat, zorgt voor een racialisatie-proces. Zoals ik hierboven beschreef, hebben de machtigste mensen binnen die processen de mogelijkheid om te bepalen wat de kenmerkende karakteristieken van verschillende culturen zijn. De menselijke zoos (anders dan bij het representeren van dieren in een zoo) moeten zich anderzijds wel steeds verantwoorden over ‘het verschil’ (de afstand, de ongelijkheid) tussen de toeschouwers en de ‘acteurs’ dat het oppressieve spektakel legitimeert. Naargelang de historische context zien we dit ‘verschil’ aangeduid in termen van raciaal, cultureel of individueel anders-zijn. En hierin ligt de hele (post)koloniale problematiek van de menselijke zoo bestorven (Arnaut, 2006).

Algemeen besluit

In de inleiding heb ik verwezen naar verschillende, met elkaar verwante, zones van exclusie waarmee Subsaharisch Afrika en Afrikanen te maken krijgen. Deze zijn zowel van cultuur-mediatische, van politiek-economische als van sociaal-morele aard. Aan de hand van de cultuur-mediatische zone heb ik aangetoond dat er in de positie en verbeelding van Subsaharisch Afrika vandaag sprake is van een nieuwe ruimtelijke hiërarchie. Deze hiërarchie wordt weerspiegeld in de representatie van het continent in media en toerisme. Reisagentschappen en programmamakers stellen Afrika voor als extreem anders en Afrikanen als ultieme anderen. De ‘marginaliteit’, het ‘exotisme’ van Afrika worden namelijk beschouwd als de aantrekkingskracht ervan. Het stereotiepe karakter van de beelden en teksten zijn niet nieuw, wel nieuw is het feit dat deze stereotiepen nu als natuurlijk worden beschouwd, als horend bij de Afrikaanse ruimte. Ondanks het commerciële aspect van media en toerisme is dit soort representatie niet onschuldig, maar kan het bijdragen tot een categorisering van Afrikaanse mensen. Zowel in toerisme als in reality-tv gebeurt er een constructie van Afrikaanse ‘realiteit’ waarin culturele verschillen als ‘natuurlijk’ worden opgevoerd. Dit leidt tot een normalisering van deze verschillen waardoor de grens tussen ‘wij’ en ‘zij’ als onoverkomelijk wordt voorgesteld. Het fenomeen van de menselijke zoos is hier niet vreemd aan. Zowel in de vroegere exposities van ‘exotische’ mensen als in de nieuwe versies van dit fenomeen krijgt de Afrikaanse ‘ander’ slechts een plaats binnen de westerse maatschappij via bepaalde eigenschappen die passen in het exotische beeld van de ‘ander’. De menselijke zoos vormen de weg via dewelke zich een overgang heeft voltrokken van een wetenschappelijk naar een koloniaal en populair racisme. Het feit dat deze zoos vandaag de mogelijkheid krijgen om verder te bestaan wijst op de afwezigheid van een collectief bewustzijn over dit fenomeen en over processen van racialisatie die inherent zijn aan dit fenomeen. Door deze racialisatieprocessen worden ongelijke raciale categorieën voortdurend gereconstrueerd en herbevestigd. Net zoals bepaalde ideologieën in het verleden een ondersteuning betekenden voor een Europees imperialisme en superioriteitsgevoel, vormen deze racialisatieprocessen vandaag een legitimatie voor de uitsluiting van Afrikaanse ‘anderen’. Het is eenvoudig om terug te kijken naar het verleden en het negatieve karakter van die vroegere ideologieën en de gevolgen ervan in te zien. Het is veel moeilijker, maar van groot belang, om te onderkennen hoe de hedendaagse manier van de representatie van ‘anderen’ tendenzen vertoont die bijdragen tot een vorm van verdoken racisme.

Deze thesis moet worden beschouwd als een poging om de semiotische processen bloot te leggen die aan de basis liggen van dit soort differentieel racisme en de gevolgen ervan. Ik heb daartoe voornamelijk een etnografische beschrijving gedaan van de verschillende semiotische processen via dewelke men de Afrikaanse ‘realiteit’ construeert in (eco)toerisme en reality-tv. Zoals ik aantoonde, hebben alle participanten in dit soort genres een belangrijk aandeel in de (re)constructie van Afrikaanse ‘realiteit’. Elk van hen speelt een rol in de semiotische processen die tot deze ‘realiteit’ leiden. Opvallend is echter dat zij allen verloren lopen in de semiotiek die achter deze constructie schuilgaat. Dit uit zich in het feit dat de grenzen van hun eigen ‘reality’ vaag en flexibel zijn. In het cultureel toerisme bij de Basua uit zich dit in een vorm van ‘tourist denial’. In het genre reality-tv wordt de verwarring bij de programmamakers weerspiegeld in het feit dat zij het format begrijpen en volgen naargelang de situatie. De deelnemers aan reality-tv verliezen zich dan weer in de opgezette constructie van de programmamakers door enerzijds hun kritische reflectie hierover en anderzijds de manier waarop ze er toch in meegaan. De semiotiek zoals die zich voltrekt in media en toerisme is een complex en moeilijk gegeven om greep op te krijgen. Deze complexiteit bleek onder andere uit het feit dat de participanten dus zelf verward zijn over hun rol erin en zichzelf erin lijken te verliezen. Ook uit de wetenschappelijke literatuur over dit onderwerp blijkt de complexiteit van semiotische processen met betrekking tot toerisme en reality-tv. Ik duidde op het belang van de analyse van deze processen voor het onderkennen van vormen van differentieel racisme en de gevolgen ervan. Mijn thesis kan worden gelezen als een eerste aanzet hiervoor, gezien ook ik de complexe semiotiek die achter dit onderwerp schuilgaat niet voldoende beheers. Omdat racialisatie steeds nieuwe vormen aanneemt en dus steeds opnieuw moet worden blootgelegd en bestreden, zou het interessant en waardevol kunnen zijn om een verdere analyse van dit onderwerp door te voeren.

Bibliografie

- Acacia Africa
2006.2007 Faces of Africa. Strong and proud. Joker reisbrochure 2006-2007.
- African Holidays
2004.2005 Reisbrochure april 2004 - maart 2005. The Kuoni Travel Group.
- Andrejevic, Mark
2004 *Reality TV: The Work of Being Watched*. Lanham, MD: Rowman and Littlefield Publishers.
- Arnaut, Karel
2005 'Our Baka brothers obviously don not speak French': Siting and scaling physical/discursive 'movements' in post-colonial Belgium. In: *Language and Communication 25 (2005)*, p. 217-235.
2006 http://cas1.elis.ugent.be/afrikaverteltd/rubrieken/mens_dier.htm
(11/04/2006)
- Azarya, Victor
1 Globalization and International Tourism in Developing Countries: Marginality as a Commercial Commodity. In: *Current Sociology, Vol 39(2)*, p.187-192.
- Bancel, N. & Blanchard, P. & Boetsch, G. & Deroo E. & Lemaire S.
2002 *Zoos Humains - de la vénus hottentote aux reality shows*. Editions la Découverte & Syros, Parijs.
- Barcan, Ruth
1 *In the Raw: "Home-Made" Porn and Reality Genres*. Humanities, University of Western Sydney, Australia,
<http://www.mundanebehavior.org/issues/v3n1/barcan.htm> (13/01/2006)
- Bauman, Zygmunt
1996 From Pilgrim to Tourist –or a Short History of Identity. In: *Questions of cultural identity London*, ed. S.Hall & P.du Gay. London: Sage
- Béteille, André
1 The idea of indigenous people. In: *Current Anthropology Vol.39(2)* p.187-192.

- Bratic, Jack Z.
- 1 "Nothing is Left Alone for Too Long". Reality Programming and Control Society Subjects. In: *Journal of Communication Inquiry*, Vol 30(1), p.65-83.
- Bruner, Edward M. & Kirschenblatt-Gimblett, Barbara
- 1994 Maasai on the Lawn: Tourist Realism in East Africa. In: *Cultural Anthropology*, Vol 9(4), p.435-470.
- Bruner, Edward M.
- 2 The Maasai and the Lion King. Authenticity, Nationalism, and Globalization in African Tourism. In: *Culture on tour: ethnographies of travel*. University of Chicago Press, p.71-100.
- Caplan, Pat
- 2005 In Search of the exotic. A discussion of the BBC2 series Tribe. In: *Anthropology Today Vol 21(2)*, p.3-7.
- Carrier, James G. & Macleod, Donald V.L.
- 2006 Bursting the Bubble: The socio-cultural context of ecotourism. In: *Royal Anthropological Institute (N.S.)11*, p.315-334.
- Ceuppens, Bambi
- 1 *Onze Congo? Congolezen over de kolonisatie*. Davidsfonds/Leuven.
- Coleman, Simon & Crang, Mike
- 2 *Tourism: between Place and Performance*. Oxford: Berghahn.
- Cooper, Frederick
- 2001 What is the concept of globalization good for? An African historian's perspective. In: *African affairs (2001)*,100, p.189-213.
- Corbey, Raymond
- 1989 *Wildheid en beschaving. De Europese verbeelding van Afrika*. Nijmegen.
- De Morgen
- 2005 VT4 met hangende pootjes terug naar Afrika. In: *De Morgen*, 23/12/2005.
- 2006 Ex-medewerker hekelt wanpraktijken bij 'Peking Express' en 'Stanley's Route'. In: *De Morgen*, 13/03/2006.
- De Standaard
- 2005 Primitief voor drie weken. In: *De Standaard*, 05/03/2005-06/03/2005, ed. Debackere Jan.

- Een fout en gevaarlijk programma. In: *De Standaard*, 12/03/2005-13/03/2005, ed. Debackere Jan.
- Afvallingsrace naar het Victoriameer. In: *De Standaard*, 21/05/2005, ed. Debackere Jan.
- 3 Hoe fake is reality? In: *De Standaard*, 11/03/2006-12/03/2006.
- Het ranzige achter de reality. In: *De Standaard*, 11/03/2006-12/03/2006.
- D'Hondt, Sigurd
- 1 Multiculti als lifestyle voor linkse bourgeois. Over 'authenticiteit' en 'cultuur'. In: *Etcetera*, Vol 16(65), p.35-37.
- Eade, John & O'Reilly, Camille
- 3 Global Nomads: Movement, Place and Identity in Long-Haul Independent Travel. *Global Nomads Research Project (01/02/2003-29/02/2004)*, <http://www.roehampton.ac.uk/backpacking/articles.asp> (25/10/2005)
- Ebron, Paula A.
- 1 *Performing Africa*. Princeton University Press.
- Edwards, Elizabeth
- 1 *Anthropology and photography 1860-1920*. Yale University Press.
- Fabian, Johannes
- 2002 *Time and the Other –how anthropology makes its object*. Columbia University Press, New York.
- Ferguson, James G.
- 4 Of Mimicry and Membership: Africans and the "New World Society". In: *Cultural Anthropology* 17(4), p.551-569.
- 1 Decomposing Modernity. In: *Postcolonial studies and beyond*. Ania, ed. Loomba, Duke University Press, p.166-181.
- Fetveit, Arild
- 1999 Reality TV in the digital era: a paradox in visual culture? In: *Media, Culture & Society*, Vol 21, p.787-804.

Foale, Simon & Macintyre, Martha

- 2 *Fujichrome green: The Photographic Fetishization of Biodiversity by Environmentalists*. Resource Management in Asia-Pacific, Working Paper no.54, The Australian National University, p.1-11.

Frankland, Stan

- 1 Turnbull's syndrome: Romantic fascination in the rainforest. In: (K. Biesbrouk et al., eds.) *Central African Hunter-Gatherers in a Multidisciplinary Perspective. Challenging Elusiveness*, Research School for Asian, African and Amerindian Studies (CNWS), Universiteit Leiden, p.59-73.
- 2001 Pygmic Tours. In: *African Study Monographs*. London: Suppl.26, p.237-256.

Glick Schiller, N. & Data, D. & Höhne, M.

- 2005 *African Culture and the Zoo in the 21st Century: The "African Village" in the Augsburg Zoo and Its Wider Implications*. Report to the Max Planck Institute for Social Anthropology, 48 p.

Gupta, Akhil & Ferguson, James

- 1997 Beyond "Culture": space, identity and the politics of difference. In: *Culture, power, place: explorations in critical anthropology*. Duke University Press, p.33-51.

Het Volk

- 2005 Willen ze in de brousse nog wel Belgen zien? In: *Het Volk*, 30/04/2005-01/05/2005, ed. Moeraert Rudi.
- 2006 Reality-show: meer show dan reality. In: *Het Volk*, 11/03/2006-12/03/2006.

Jamal, Tazim & Everett, Jeffery & Dann, Graham M.S.

- 5 Ecological rationalization and performative resistance in natural destinations. In: *Tourist Studies*, Vol3(2), p.143-169.

Kabarole Tours

- s.d. [Informatie over lokale reisorganisatie Oeganda]
<http://traveluganda.co.ug/kabaroletours/> (22/04/2005)

Kirschenblatt-Gimblett, Barbara

- 2004 The Museum –A Refuge for Utopian Thought. In: *Die Unruhe der Kultur: Potentiale des Utopischen*, eds. Jörn Rüsen, Michael Fehr, and Annelie Ramsbrock (*Velbrück Wissenschaft*, 2004), 5 p.

- Koning Aap Reizen
2005 Afrika en het Midden-Oosten, écht op reis. Reisbrochure 2005.
- Kuper, Adam
2003 The return of the Native. In: *Current Anthropology*, Vol 44(3), p.389-402.
- Lawson, Sarah & Jaworski, Adam
2006 Shopping and chatting: Reports of Tourist-Host Interaction in The Gambia. *Multilingua* 25 (in press).
- Libelle
2005 Cultuurschok in de rimboe. In: *Libelle*, 17/03/2005, ed. De Meirsman Nathalie, p.78-81.
- Lonely Planet
2 *Lonely Planet East Africa*. Lonely Planet Publications, UK Edition.
- MacCannell, Dean
4 Tourist Agency. In: *Tourist Studies*, Vol1(1), Sage, p.23-37.
- Mafeje, Archie
1971 The ideology of tribalism. In: *The journal of modern African studies* 9(2), p.253-261.
- Mama Africa
2004 Nederlandstalig begeleide kwaliteitsreizen. Reisbrochure 2004.
- Mast, Jelle
5 *Reality-tv in Vlaanderen: een controversieel fenomeen*. PSW-paper 2003/9, Communicatiewetenschappen
- Mestrum, Francine
3 *De rattenvanger van Hameln. De Wereldbank, armoede en ontwikkeling*. EPO.
- National Assembly
s.d. [Speech over Saartjie Baartman]
http://www.dac.gov.za/news/speeches/2002_05_24.htm (05/05/2005)
- Norton, Andrew
2 Experiencing Nature: The Reproduction of Environmental Discourse through Safari Tourism in East Africa. In: *Geoforum*, Vol 27(3), p.355-373

Premier Vacations Africa

- s.d. [Beschrijving regio Mount Rwenzori National Park]
http://premier-vacations-africa.com/Parks/Uganda_Parks/Mount_Rwenzori.htm (12/05/2005)

Rojek, Chris & Urry, John

- 3 *Touring Cultures. Transformations of Travel and Theory*. Routledge, London and New York.

Sears, Alan

- 6 What's real about Reality TV? *New Socialist Group*,
<http://newsocialist.org/newsite/index.php?id=178> (13/01/2006)

Stagle, Justin

- 1 *A History of Curiosity. The Theory of Travel 1550-1800*. Harwood Academic publishers.

Survival International

- s.d. [Algemene informatie over 'Pygmeeën']
<http://www.survival-international.org/tc%20pygmy.htm> (03/05/2006)

TeVe-Blad

- 2005 Oerwoud-avonturen. In: *TeVe-Blad*, 05/03/2005-11/03/2005.

Turner, Victor

- 1979 Frame, Flow and Reflection: Ritual and Drama as Public Liminality.
In: *Japanese Journal of Religious Studies*, Vol 6(4), p.465-499.

UCOTA

- s.d. [Algemene informatie UCOTA]
<http://www.ucota.or.ug> (22/04/2005)

UTA

- s.d. ['Tourism Policy' Oeganda rapport]
<http://www.ucota.or.ug/UTA-TOURISMPOLICYFinaltableofcontentsAug2003.doc> (20/05/2005)

UTB

- s.d. [Cultureel toerisme in Oeganda]
<http://www.visituganda.com/>

Van Beek, Walter E.A.

2004 De Dogon en hun toeristen. In: *Dogon: mythe en werkelijkheid in Mali*, ed. R.M.A. Bédaux & D. Van Der Waals, Gent: Snoeck, p.196-202.

2005 Walking Wallets: Tourists at the Dogon falaise. In: *Wari Matters: Ethnographic Explorations of Money in the Mande World*, S. Wooten (ed.), Münster, LIT Verlag, p. 191-216.

ViceVersa

2005 Toerisme: eindelijk een item. In: *ViceVersa(Vakblad ontwikkelingssamenwerking)*, Vol 39(1), p. 10-13.

VTM

s.d. [Voorstelling Toast Kannibaal]
http://www.vtm.be/tv/index_programma_toast_kannibaal.htm
(05/12/2005)
[Discussie Toast Kannibaal internetforum]
<http://www.appelblauwzeegroen.be/article/251/toast-kannibaal>
(20/12/2005)

VT4

s.d. [Voorstelling eerste reeks Stanley's Route]
http://www.vt4.be/html/stanley_home.htm (15/01/2006)

Watts, Michael J.

1992 Space for Everything (A Commentary). *Cultural Anthropology Vol 7(1)*, p.115-129.

West, Paige & Carrier, James G.

2004 Ecotourism and Authenticity. Getting Away from it All? In: *Current Anthropology Vol 45(4)*, p.483-498.

Wilmsen, Edwin N.

1 Primitive politics in sanctified landscapes: the ethnographic fictions of Laurens Van Der Post. In: *Journal of Southern African Studies, Vol 21(2)*, p.201-224.

Wong, James

1 Here's Looking at you: Reality TV, Big Brother, and Foucault. In: *Canadian Journal of Communication, Vol 26(24)*, p.33-45.

WTO

s.d.

[Cijfers World Tourism Organisation]

<http://www.world-tourism.org/> (15/11/2005)

Bijlagen

Bijlage 1: Interviews

- Profiel geïnterviewden:

Interview 1:

(07-01-2005)

Naam: Ludger Tegeder
Geslacht: Man
Leeftijd: 57j
Nationaliteit: Duitsland
Beroep: Leerkracht
Reiservaring: Groenland, Alaska, Siberië
Eerste keer in Afrika

Interview 2:

(07-08-2005)

Naam: Norm Mc Iver
Geslacht: Man
Leeftijd: 39j
Nationaliteit: VS
Beroep: Werkloos (eigen keuze)
Reiservaring: Veel reiservaring
Eerste keer in Afrika

Interview 3:

(08-08-2005)

Naam: Gideon Magen
Geslacht: man
Leeftijd: 69j
Nationaliteit: Israël
Beroep: Ingenieur
Reiservaring: China, Rusland
Eerste keer in Afrika

Naam: Moses Einev
Geslacht: man
Leeftijd: 55j
Nationaliteit: Israël
Beroep: Leraar, gids
Reiservaring: (zie boven) B en C reizen gewoonlijk samen, reeds gedurende 6 jaar

Interview 4:

(16-08-2005)

Naam: Gerhard Kühn
Geslacht: man
Leeftijd: 38j
Nationaliteit: Duitsland/woont in Zuid-Afrika
Beroep: Eigenaar surferslodge Cape Town
Reiservaring: Zevende keer in Afrika (te voet, met de fiets, met de auto)

Interview 5

(25-08-2005)

Naam: Flo Keller
Geslacht: Man
Leeftijd: 25j
Beroep: Student Engels/geschiedenis
Nationaliteit: Duitsland
Reiservaring: Eerste keer in Afrika

Interview 6

(25-08-2005)

Naam: Markus Wallner
Geslacht: Man
Leeftijd: 24 jaar
Beroep: Student Civil/Structural Engineering
Nationaliteit: Duitsland
Reiservaring: Zuid-Afrika, Noord-Afrika, Tanzania

Interview 7

(28-08-2005)

Naam: Antonia Williams
Geslacht: vrouw
Leeftijd: 24j
Beroep: kabinetsmedewerkster
Nationaliteit: Engeland
Reiservaring: Veel reiservaring (Australië, Azië); eerste keer in Afrika

Interview 8

(28-08-2005)

Naam: Nathan Somers
Geslacht: man
Leeftijd: 33j
Beroep: Grafisch ontwerper
Nationaliteit: Ierland
Reiservaring: Veel reiservaring; eerste keer in Afrika

Interview 9

(28-08-2005)

Naam: Joanna Kidney
Geslacht: vrouw
Leeftijd: 32j
Beroep: Kunstenares
Nationaliteit: Ierland
Reiservaring: Veel reiservaring; eerste keer in Afrika

Interview 10

(29-08-2005)

Naam: Richard Hacon
Geslacht: man
Leeftijd: 44j
Beroep: Advocaat

Nationaliteit: Engeland
Reiservaring: [zie int]

Interview 11

(30-08-2005)

Naam: Lucie Antosova
Geslacht: vrouw
Leeftijd: 24j
Beroep: dr.student economie
Nationaliteit: Tsjechië
Reiservaring: [zie int]

Naam: Michal Bauer
Geslacht: man
Leeftijd: 24j
Beroep: dr.student economie
Nationaliteit: Tsjechië
Reiservaring: [zie int]

Naam: Julie Chytilova
Geslacht: vrouw
Leeftijd: 24j
Beroep: dr.student economie
Nationaliteit: Tsjechië
Reiservaring: [zie int]

Naam: Petr Brynda
Geslacht: man
Leeftijd: 29j
Beroep: dr.student economie
Nationaliteit: Tsjechië
Reiservaring: [zie int]

• **Legende:**

R= Interviewer (Renilde Seyssens); Initiaal voornaam= Geïnterviewde (zie profiel)

[...] pauze

= herhaling

*nadruk

() nonverbale communicatie of extra informatie

(...) deel van interview weggelaten

[???] onverstaanbaar

- **Voorbeelden interviews:**

- ✓ **Voorbeeld bij 2.1.**

Interview 2

N: I = I travel for many reasons but the three big reasons I travel for is for [...] *adventure, *freedom and *escape [...] And definitely *escape is important to me, to *escape when from...

Interview 7

R: Yeah [...] are you [...] euhm [...] looking for something when traveling or is it just [...]?

A: Euhm yeah I think there's an element of [...] *escapism [...] the last [...] you know I kind of got stressed at work and I didn't want to just go on a two week holiday [...]

R: Yeah

A: so it's really kind of getting away and have a long enough period to switch off and forget about work euhm [...] yeah just it's more I don't think that you need to be sort of in the middle of Africa to, you know, have time enough to think but just being away from your usual environment euhm [...]

R: Uhum

A: [...] but it's I think you = you = you try to escape want to escape but try to get away but *actually [...] it's really it's very limited just how much you can do that because you still take everything with you [...]

R: Uhum you still think about the things like [...]

A: Yeah exactly [...] and maybe it's easier to [...] switch off euhm [...] (*lange pauze*) yeah I don't know really euhm [...]

(*R lacht*)

A: just want to see the world really

- ✓ **Voorbeeld bij 2.2.**

Interview 4

R: What = what do you take mostly photographs off or just [...]?

G: Ja it depends on [...] I've got times where I don't take any photographs, I cruise around for = for six weeks without taking a single photograph [...]

R: Yeah

G: which is very sad [...] Photographs, afterwards you look at them and you remember a lot of things you [...]

R: Uhum

G: did forget already or [...]

R: Uhum

G: I must say

R: Ja

G: but I don't like taking *photos [...] like walking around [...]

R: Why not?

G: Cause it's [...] I don't know you catch a moment [...] every time I have a look at my photos after the trip am *so disappointed about the photos I took [...]

R: Yeah

G: not that they're not *nice but they = they don't talk so much you know
R: Yeah
G: they don't have the *smell, they don't have the *temperature they don't have the *feeling
[...]
R: Uhum
G: they have a second, you look at a second [???] to a piece of paper and that's all it is
R: Yeah like you said before maybe that you wanted to take sounds with you [...] is that why?
G: *Sounds I'd love to take I must say I am amazed by the sounds [...]

Interview 5

F: I [...] like I think it's just [...] Like when we go somewhere [...] Like I took *way more pictures where we went back to Mount Elgon [...] it was like everything was *new and euhm [...]
R: Yeah
F: So [...] I don't know why I took like [...]
R: After a while [...]
F: like twenty pictures that is what I took today
R: Ja
F: and euhm [...]
R: Ja. And [...] what are you going to do with it?
F: With the *pictures?
R: Ja?
F: Euhm [...] I don't know yet [...] like [...] euhm I have *one picture which I took on Mount Elgon which is like [...] I hope it turns out the way I want it to be exactly cause [...] Like when you see this place, it looks really good but when you see that on a big screen or like print it out it's like [...] it could not be that sharp or as sharp as you expected it to be but this is one picture I want to [...]
R: Ja.
F: poster size
R: And
F: Poster size and like frame it and put it on the wall and [...] euhm and I'm *probably gonna [...] like have my favourite pictures like printed out
R: Ja
F: and just I can have them and the rest of them I'll just put them on the computer and euhm [...] What my girlfriend did when she came home from Scotland she had [...] euhm There's like a program which [...] like you can = you can put all = all the pictures you want, put them in a folder and then when the screensaver is on it just shows those pictures [...]
R: Ja ja
F: and that's probably what I'm gonna do
R: Yeah, nice. Uhu. And do you also write something down, like euhm like a travel diary or?
F: (*ademt diep in*) (*luid:*) Sure! It's like [...] (*lacht*)
(A lacht)
F: I had this little book and euhm [...] I've [...] Like I have an entry for every day and euhm [...] I think the first ten days I've done it everyday but then I got kind of lazy but it's still like [...] I have a page for everyday and [...]
R: Ja.
F: Like some of the pages are really filled like wi with really small handwriting, and some of them just like a couple of sentences you know but yeah, *that's a normal thing because some days you just don't do much and you know, it just like...

Interview 6

R: What do you film then?
M: Everything what I [...]
R: Everything! (*lacht*)
M: Yeah, the monkeys or a landscape, when I see [...] ok, when I see a picture but I want to have the whole field, I go *around [...]
R: Ja.
M: That is what I do...
R: Ok [...] And what will you use it for? Or just show it to family [...] or?
M: Euhm [...] I = I don't know is it if it works, but if I have euhm the knowledge and the computer program
R: Yeah
M: I will try to make a small video, in on [...] only ten minutes or so [...] and it's for me and my family and people who are interested
R: Ja
M: But [...]
R: Ja
M: But no = no special use, *like = *like photos, only = only to show [...]
R: Yeah, as a memory
M: Yeah sure
R: Ok [...] and do you also write in a [...] travel [...] diary?
M: Yeah (*langgerekt*)
(*A en B lachen*)
R: (*lachend*) Not too much
M: (*lachend*) We only got to [...]
R: You want to?
M: Because I [...] euhm I [...] nearly everyday we write an e-mail at home and [...]
R: Yeah
M: that's [...] I = I write the same in my diary, so
R: Ok.
M: I = I write to my girlfriend, she should = she should [...] print it out
R: Yeah
M: And that's enough [...] I'm too lazy (*lacht*)
R: So you write = you write everyday almost?
M: No, yeah
R: Like euhm [...]
M: Yeah, sure, if we
R: Oh, then you have a lot to talk about?
M: Yeah sure! If we if I have a connection, every day [...] every second day we write a short e-mail [...]
R: Ok
M: Sometimes a [...]
R: Yeah
M: longer one

Interview 7

R: Ok euhm and on the trips you have been doing until now, do you take a lot of photographs euhm [...] ?
A: Euhm yes, quite a lot of photos it's on a digital camera so we can delete all the rubbish (*lacht*)
R: Oh, Ok (*lacht*)
A: But also I kind of don't like taking to many photographs cause that kind of means that's all you remember
R: Ja.
A: You know, you go home and you figure out about everything that's not in your photograph

and I mean you can take [...] you spend too much time taking photographs and not *experience [...]

R: Uhu

A: the moment really I think

R: Ja

A: Euh you know [...] so I like to get some memories and particularly nice [...]

R: Ja

A: photographs but also kind of soak it up and [...]

R: Yeah. Are there specific things you photograph or just [...]

A: Euhm

R: about anything?

A: [...] Yeah just you know a bit of everything really like land la landscapes I like to photograph people but obviously it's euhm a bit intrusive so [...]

R: Ja

A: not so much of that [...] but really more [...] not necessarily a classic postcard scene, just a sort of everyday life [???] [...] just so [???] people are so beautiful...

(...)

(R vraagt vooraf of A e-mails verstuurt op reis)

A: I think lots of people write them for *themselves [...]

R: Yeah

A: and not for other people and for me travel is [...] really for *me for *my experience it is not [...] you know I don't necessarily talk that much about travel [???]

R: Yeah

A: [...] sharing with people you know [...]

R: Uhum

A: you know things about

Interview 8

R: Euhm and are you also going to take souvenirs home?

N: Euhm we've been buying stuff along the way, kind of what we like to do is to buy stuff not necessarily in the big market and all that but to pick up stuff some small stuff [...]

R: Yeah

N: along the way small things like we spent some time walking euhm around Northern Tanzania [...]

R: Uhum

N: and we had a Masai guide and we ended up going to a Masai village and we bought some stuff off the local people there [...]

R: Yeah

N: and while we were doing more walks, and we bought some local pottery up there

R: Yeah

N: So, kind of been amassing [...]

R: Yeah

N: a few bits along the way, to bring home for friends, but also for us just to remind us at the trip and just to have something to remember

Interview 9

R: And also the photographs you're going to share or [...]?

J: Yes! Oh yeah

R: Yeah

J: Absolutely euhm [...] but you know the [...] *we took them and they're about our experiences and there'll be so many of them and they probably won't be *that interesting to many people

R: Yeah = yeah

J: The way it is when I look at other people's photographs sometimes I'm not appreciating them as much as I should

Interview 10

(Vooraf vraagt R of RH reeds foto's heeft genomen)

RH: Not yet no I have a kind of = euh I have a kind of thing about taking photographs *you I find it a *risk that it becomes an end in itself, you know, that you're there to take the photograph [...]

R: Uhum

RH: and you miss the *experience.

R: Uhum

RH: And euhm [...] but if you *don't take the photograph then you forget the experience

R: Ja

RH: So euhm [...] but today I didn't take any

R: Yeah

RH: I just wanted to get the feel of the place before I got out the camera.

R: Ja [...] what would you like to take on photograph?

RH: I guess euhm (*langgerekt*) the wildlife we see and the countryside and euhm [...] yeah those are the things I like to [...]

(...)

R: Euhm are you = are you going to write something down of your memo for keeping your memories or [...]?

RH: Beyond postcards? No

R: I don't know, ja, you're going to send postcards?

RH: I'll send postcards and in postcards I tell something of my impressions

R: Yeah

RH: But I won't go home and write something [...] Oh I well I *might but it would be *like a postcard [...] you know a friends e-mail [...]

R: Ja

RH: you know if it says 'where have you been on holiday' (*vragende intonatie*) then, you know, you give your *impressions

R: Ja

RH: So it would be in that form

✓ Voorbeeld bij 2.3.

Interview 1

R: You=you traveled [...] you didn't travel to Africa before?

L: No, it's the first time this year

R: Uhum

L: Because of the heat [...] I think

R: Ok

L: I [...] 'm not interested in desert

R: Uhum

L: And in *warm [...] countries

R: Uhum

L: But [...] this was a program high up in the [...] euh [...] *mountains

R: Yeah

L: And I thought so it's not *so hot in the mountains [...] euh [...] like in the desert and [...] the main reason is [...] the world of the animals. Birds and [...]

R: Uhum

L: [...] very=very special the gorilla's
(...)
R: So like=like what did you expect that you find here?
L: I expect the [...] *paradise
R: Uhum
L: of birds [...] and other animals and plants

Interview 2

R: What I would have liked to know if euh [...] is it your first time you travel to Africa?
N: Oh, yes it is
R: Uhum [...] And how did you come to decide to go to Africa? What did you [...] what was your idea about coming and what did you expect even?
N: Well (*hoest*) excuse me [...] It's always been a dream of mine since I was a child [...]
R: Uhum
N: to come to Africa (*hoest*) excuse me [...] specifically to go on safari [...]
R: Uhum
N: and to trek up Kilimanjaro, so *Tanzania was always a definite destination [...] but then I started reading interesting things about some of the other countries I will visit such as Ethiopia, Rwanda and Uganda [...] and euh [...] I = I've been working to *travel for the last nine years, usually I work one year = year and a half leave my job and go travelling for many months, so I've been to a *few places but never Africa [...]
R: Uhum
N: so this is the first trip
R: Ja [...] ok and what were your expectations about Africa, what = what did you really want to see or [...]?
N: Well I [...] it depends on different countries involved [...]
R: Uhum
N: euhm [...] I definitely expect *safari in Tanzania
R: Uhum
N: Euhm [...] and also culture I think I expected more culture [...] euh in Ethiopia, Rwanda and Uganda but also some *adventure activities
(...)
N: I saw other people euhm planting their fields, other people are euhm = euhm herding their = their goats and their cows [...] euhm and you can tell that it is a hard life but they seem *happy which is more than *village people I have seen in other countries [...]
R: Ja = ja
N: they seem like euhm happy with their lives like eh [...] *they = they acknowledged me a few times in conversation that we have problems or my life is hard but [...] they say that eh = eh they will they still have an inner strength, they seem *strong, they seem *happy and I can tell family is very important to them...

Interview 3

R: Uhu [...] and what did you expect coming this way?
G: [...] Euh [...] we expect to see [...] euh [...] alot of *nature, special nature, wild nature [...] euh animals, birds [...]
R: Uhum
G: So [...] euh nice euh [...] euh [...] nice nature

Interview 4

R: You don't follow you guidebook do you?

G: I don't read my guidebook (*A en B lachen*) only in emergencies [...]
 (...)
 R: Did you mostly euhm take advice of people around or [...]
 G: Yeah
 R: when you don't wanna [...]?
 G: All the time
 R: Ok, uhuh you think it's nicer euh [...] to ask people [...] euhm
 G: Ja, also other travellers you know
 R: Yeah
 G: you = you = you see the people and [...] you = you can see how they are they would like the same thing you like [...] and if they're [...] completely amazed about something and say go there I need to *go
 R: Ja
 G: They really [...] like I do really [...] like I love the zoo in Entebbe you know I really love the zoo [...]
 R: Yeah
 G: everybody I meet I say you must go to the zoo and enjoy it there you must stay there for a day or even two and just play with the animals and [...]

Interview 5

R: So eum [...] the first question, I wanted to know *why you are travelling? Is there a reason for travelling? euhm do you [...]?
 F: Eum you wa, do you want to know why we went to *Africa or why we are here and like only travelling in general like in [??]?
 R: O, you can [...] I mean travelling in *general and then also *why you are travelling to *Africa?
 F: I'm like [...] I've always been a traveller. I always [...] Just like [...] my parents managed to like [...] take us somewhere like at least twice a year. So I [...] kind of grew up like travelling lots [...] and I kind of need it for myself and [...] so [...] and *Africa just like always was gonna be, I always wanted to go there I don't know why it's just like [...] like some people do India, Asia, whatever, and just for me it was *Africa.
 R: Uhu, and [...]
 F: I don't know it's [...] I we (hij en reisgenoot Marcus, zie int 6) just got talking [...] he's been there quite...like two times and he was like 'you wanna go somewhere else' and I was like 'yeah, sure'
 R: Ok. And [...]
 F: So we decided to go
 R: Ok [...] and what was the dream about, like *Africa, how did you [...] what did you expect, how did you imagine it would be or [...]?
 F: How did I imagine it would be?
 R: Well, why *Africa, why not Asia? Like you said, that some people dream of [...]
 F: It I don't know, I just like I was always just fascinated like by the countryside and euhm like lots of animals and like euhm peoples like [...] whenever there was something about Africa on tv I just get = get stuck and watch it so [...]
 R: Uhum
 F: I don't know where it arised from [...] it's just like somewhere deep in me (lacht)
 (*A lacht*)
 F: And euhm [...] I don't know it [...] it kind of fits my expectation whi [...] which is like [...] it's pretty much *green and euhm everyone is really nice and they have like lots of =lots of animals there = there and [...] like the other thing I also expect was like people being just =just *poor and they are but still so *friendly...
 (...)
 (*Het is regenseizoen en de voorbije dagen regende het nogal veel*)

F: And euhm [...] the only thing I [...] kind [...] did not *expect was the weather cause [...]
(A lacht)
 F: *(lacht)* Like somehow like my expectation of like Africa was like always *sunshine [...]
 and it's like [...]
(A lacht)
 F: and it's just *not
 R: Well [...] *(lacht)*
 F: *(lacht)* Well, that's like [...]
 R: today we're not so lucky
 F: That's just like an illusion I lost when I was in Nairobi because it was [...] there were still
 [...] no sunshine, it was like clouds everywhere, so I was like [...] ok, it's gonna be more
 cloudy, but [...]
 R: Uhum
 F: that's fine
 (...) *(vertelt vooraf dat ze als voorbereiding naar ambassades hebben gebeld om te weten waar het veilig
 was om te reizen)*
 R: But were you also euhm worried about safety in Uganda or [...] you just checked the
 embassies to know certain places here ... ?
 F: Well... It wasn't exactly *me who was euhm [...] worried but euhm [...] I probably I tend
 to be like a little naïve about that and it's and euhm [...] well, my mama was cause
 *mamas always are and [...] *(lacht)*
(A lacht)
 F: and my girlfriend was as well, she was like 'O why did you pick Uganda, blablabla [...] like
 can't you get somewhere *safe?' And I was like [...] well [...] you know [...] to *my
 opinion, it's pretty much like when you are there you just [...] wherever you stay you find
 out whether it's safe or not, you know [...] you can ask the people that [...] and even [...] like
 it might happen that the embassies says it's ok to go there, and but people tell you
 'don't go there' you just don't go that's the way [...]
 R: Uhum [...] and [...]
 F: that's the way it turned out, it's like [...] there's no safety problems at all, I never = never
 felt unsafe or anything, and [...] it was clear we don't go to the north [...]

Interview 6

R: Yeah, and [...] the reason for travelling to *Africa?
 M: Euhm [...] the first point [...] or in my first travel it was [...] euhm it had to do with
 *animals, because I always were was interested in *animals [...]
 R: Uhu
 M: But [...] euhm after my first trip I get more interested in euhm coloured people and euhm
 the habits and euhm [...] euhm [...] einfaches lieben
 R: Uhu
 M: You understood?
 R: Ja.
 M: Ok. Euhm that euhm [...] not everything is in euhm a structure like in our country
 R: Uhum
 M: in a system where people live more *natural, more *with the *nature [...]
 R: Uhum
 M: that's the reason now why I like the land
 (...)
 R: The image = the image you had before?
 M: Before?
 R: Ja
 M: Yeah, euhm I =I [...] I thought [...] euhm that people [...] lives euhm a bit more

*naturally? How do I say [...]?

R: Yeah, more [...] close to nature maybe?

M: Yeah, close to nature, and euhm [...] get up, *Only for example: Get up with the sun and coming down when the sun goes down [...]

R: Ja

Interview 7

R: Yeah but your experience is quite euh positive?

A: Ja! *Really positive, absolutely, Uganda is just amazing. I've never [...] been somewhere where people are so welcoming and friendly [...] and unthreatening you know

R: Uhum

A: I felt so *safe here [...]

R: Yeah

A: on euhm the buses and walking around [...]

R: Uhum

A: I never feel = never feel threatened in any way, neither in other places I've traveled

R: Yeah [...] nice

A: Very = very enjoy and the country [...] euhm you know it's just Uganda defies your expectations of *African landscape I think in some ways you know [...] when you haven't been you see you know a very barren landscape on the news and [...]

R: Yeah

A: for what they report here it's just so green and beautiful and [...]

Interview 8

R: Euhm and euhm this lake Nkuruba campsite [...]

N: Uhum

R: how did you come up here, you read it in a guidebook?

N: Yeah, we've been down in Bunyonyi, lake Bunyonyi [...]

R: Uhum

N: and euh we had also met a girl traveling in Malawi and she'd been here and she'd done a lot of walking and we kind of like walking

R: Ja

N: Euhm so she said 'yeah it's a beautiful place to spend a couple of days and walk around' so that was our first euh contact [...] kind of initial intro to this area and then [...] she had stayed here as well and then we'd read upon the guidebook and then we've been down in lake Bunyonyi and again we'd heard about it from a couple of people there

R: Ok

N: So those three things.

R: So it's like mouth to mouth euh (*lacht*)

N: Ja well and I often find out that that's the best way, because if somebody has experienced it [...]

R: Yeah

N: they'll give you their first-hand [...]

R: Yeah

N: knowledge of it

R: Ja

N: And that's nice = nice to pass on knowledge

R: Ja

N: Especially to other travelers, if you've been somewhere and they're coming from a different direction there you *exchange [...]

R: Uhum

N: knowledge and [...]

Interview 9

R: Euhm, the first question is a bit like [...] what are your motives for traveling? I've heard you've been traveling a lot already?

J: Yeah

R: Euhm

J: Euh [...] to learn about other cultures *mostly

R: Uhum

J: Ja and I like to go to places that aren't similar to our own culture so [...] traveled a lot in Asia and euhm Nathan and I 'd never been to Africa and euh we're curious about it.

R: Ja

J: And = and since we've come [...] I'm very interested in [...] the traditions of the people and the culture of the people and how they live and how the differences between Western society and things here [...]

(korte onderbreking door iemand van Lake Nkuruba)

R: Yeah, sorry

J: Ja euh so maybe to learn about different [...] how different people live [...]

R: Yeah

J: and culture

(...)

R: And = and euhm what [...] do you like this place, Lake Nkuruba [...]

J: Yeah

R: campsite?

J: It's lovely!

R: You've only just arrived?

J: Yeah but we were in Lake Bunyonyi before this [...] and it was just so [...] 100 % nature, that was [...] the view we've [...] we went to Sipi Falls and Lake Bunyoni and here in terms of natural areas in Uganda and they've been *really beautiful and unspoiled

R: Yeah

J: And I think I'll definitely remember Uganda that way euh [...] and huge kind of variety very quickly within the country

R: Yeah

J: but here it is really lovely

R: Yeah

J: so [...] we need to go and explore today *(lacht)*

Interview 10

R: Ok, ja. And euhm you're with euh an organisation traveling now?

RH: Yeah that's right 'Key' [...] 'Exploration' [...] *(aarzelend)* Something ja with 'Adventure' I think she *(een reisgezel van B)* said *(lacht)*

R: *(lacht)* That's right they put 'Adventure' in the top [...]

R: Ja

RH: it gives it the right image that's right 'Key Adventure' [...]

R: Ja

RH: something like that I think

(...)

R: Ok. You're also going on gorilla tracking?

RH: That's right

R: Ja uhum

RH: Which was one of the big = the big euh ways they sold the trip

(...)

RH: Only just arrived.

R: So you've not really a lot of experience yet?

RH: No

R: Uhum but what is your first impression then?

RH: It's greener than I expected

R: Yeah?

RH: Yeah greener and euhm [...] yes just = just more vegetation

R: Uhum

RH: I was expecting I thought August would be dry

R: Yeah

RH: Euhm I = I guess the seasons here don't change as much as they do in Europe

R: No Ja

RH: But I still thought you know it's near the equator it would be dry

R: Uhum

RH: But now it seems green and fantastic

R: Uhum

RH: Also that it would be much *hotter than it is

R: Yeah

RH: Maybe it's unusual cool?

Interview 11

J: I was preparing myself well with a psychology book euh [...]

R: Uhum

J: for the poverty [...] and I was [...] *surprised I find the situation is not so strange (*D*
bedoelt: 'slecht')

R: Ok

J: I have prepared myself [...]

R: Yeah [...] too much [...]

(*R en J lachen*)

J: very good

R: Ja

J: But I think that the people are satisfied with their lives

P: The question is if they want to somehow function and develop to be richer and all they =
they = they don't look *too frustrated by their poverty what = what would one = one
expect from = from Europe that they would really *suffer you know [...]

R: Uhum

P: if = if you say *poverty in Europe you = you would equalize it almost means *suffering

R: Yeah

P: And you don't have this feeling here that much

R: Yeah

J: I don't see = I don't see the motivation to increase their [...] level

(...)

R: Yeah [...] so that's different from *you then, did you also [...] did you prepare?

L: Well I read only some stuff on the *internet like euhm [...] the diary that other travellers
wrote you know [...]

R: Ja

L: they post it on the internet and euh I read the *guidebook but only the facts for tourists and
the history (*lacht*) but there is lots of reading I think

M: Ja I think there is a lot to read

R: Yeah

L: Yeah [...] in the lonely planet that's about hundred pages only [...] there is facts about
East Africa [...]

R: Ja
L: history, development stuff [...]
R: Uhum
L: and so on [...] and well [...] euh [...] think that [...] ah but what our expectations were about Uganda I don't know

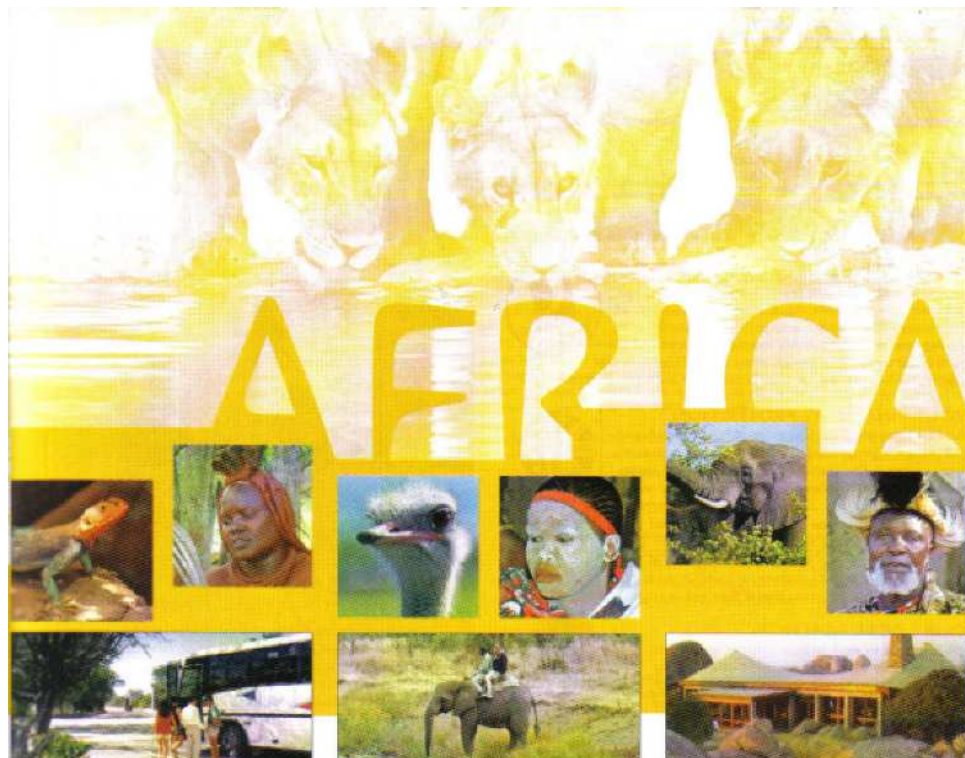
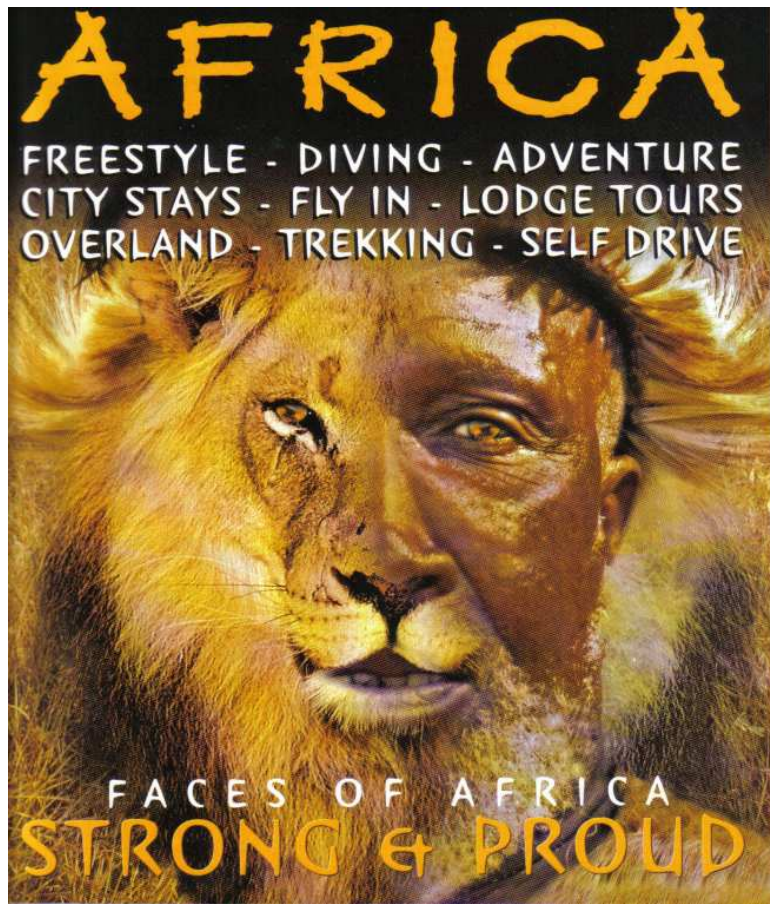
✓ **Voorbeeld bij 2.4.2.**

Interview 10

(RH verbleef als kind een tijd in Kenia)

R: Ok Yeah [...] and euh what is your expectation of this trip, what is the image you have of Africa? Or maybe it's still left there from you childhood?
RH: Yeah = yeah that's the biggest images euh my expectations were, because I did it so late [...]
R: Uhum
RH: and (*langgerekt*) I haven't been busy leading up to it, I'm not sure I really [...] built up big expectations, but I put I = I wanted to come here because [...] euhm I ex [...] pected euhm [...] it to be *something less what I remembered as a child
R: Uhum
RH: And also you hear worrying reports about the wildlife disappearing
R: Yeah
RH: And I thought [...] cause I remember as a child, it was *everywhere, you couldn't miss it! But I've heard people who'd come around and said 'well you know sometimes you *do miss it' because it's getting less and less
R: Uhum
RH: So I thought I'd better go before [...]
R: Ja
RH: everything disappears
R: Uhum so you euhm [...] you're really coming here to experience *nature or [...]?
RH: Yeah = yeah
R: Yeah mostly
RH: Yeah that was the main reason, that was the = the biggest reason

Bijlage 2: Reisbrochures



Bijlage 3: Folder UCOTA



About UCOTA

The Uganda Community Tourism Association (UCOTA) was established in July 1998, to empower local communities in sustainable development through small-scale tourism and handicraft enterprises. Community Tourism aims at involving the local people in the planning, decision-making and implementation of tourism development activities. This form of tourism assures that the benefits stay as much as possible in the local community.

UCOTA has grown into 50 member-groups countrywide, representing about 1200 individuals of whom 63% are women and 37% men.

The groups operate small enterprises ranging from accommodation, guiding services, and restaurants to craft shops and music, dance and drama performances. Most of the groups fund community projects, such as clinics, schools, water supply and literacy programmes.



UCOTA's Mission

To improve livelihoods by promoting community based tourism development through sustainable use of natural and cultural resources and to be self-supporting.

UCOTA's Objectives

- To create/obtain social and economic benefit through the development of community based tourism.
- To foster the conservation of our natural, cultural and social resources within the communities, in both gazetted and non-gazetted areas.
- To ensure enough funds for the association to carry out activities which benefit the members.



Some of the baskets produced by UCOTA members.

Traditional bandas at the community campsite of a UCOTA member.



UCOTA staff providing business skills training to a group of handicraft producers.

UCOTA

Uganda Community Tourism Association
P.O. Box 27159, Kampala, Uganda.

Tel: +256 41 501866
E-mail: ucota@africaonline.co.ug
Website: www.ucota.or.ug



UCOTA



Uganda Community Tourism Association

UCOTA, beyond wildlife ...
a community experience!

UCOTA exists to help poor communities improve their lives through the sale of handicrafts and the provision of accommodation, guiding and cultural performances.

Every time you buy a UCOTA craft or service, you are helping UCOTA members to help themselves!

At the same time, you receive a unique product or service in return!



- Busingiro & Pabidi Ecotourism Sites
- Boomu Women's Group
- Asera Azera Women's Group
- Kafalo Association
- NYACOTA

- Angalaba Women's Group

- Kweterana Women & Disabled Weavers Assoc
- Abanyarwenzori MA
- Alb Souvenirs
- Roots & Culture
- Tora Designers
- Kabarole Tourism Assoc. (KTA)
- KAFRED
- Bigodi Women's Group
- Crater Valley Kibale (CVK)

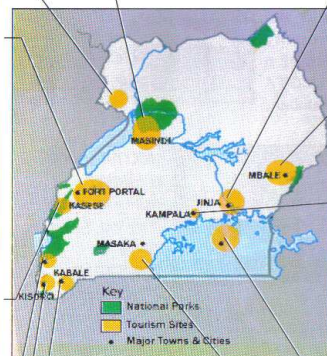
- Bakonzo Culture Association
- Ruboni Community Campground
- Rwenzori Ranger Guides & Escorts Assoc.

- Buhoma Community Restcamp
- Bwindi Progressive Women's Group

- Kigarama Women's Group
- Mgahinga Community Campground

- Bushara Island Camps
- Lake Bunyoni Women's Group

UCOTA's member communities



- Key
- Cultural Performance
 - Natural Attraction
 - Handicraft
 - Accommodation

- Ekikyo Women's Group
- Mabira Forest Ecotourism Project
- Feed the Children Group
- Ssezibwa Falls

- The Crow's Nest
- Moses Campsite
- Mt Wagagai Hotel
- Bugimunya Women's Group
- Rob's Rolling Rock

- UCOTA HEAD OFFICE
- Nyabumu 'Talented Woodcarvers'
- Kawempe United Disabled Assoc.
- Blind but Able
- G&B Crafts
- Natureleaf

- HERITAGE TRAILS SITES
- Naggalabi Buddo Coronation site
 - Katareke Prison
 - Wamala King's Tombs
 - Nhamasole Kanyange Tombs
 - Nhamasole Baagalayaze Tombs

- Kiimi & Kome Islands Women's Groups

- Kyogya Wetlands Management Assoc.

Bijlage 4: Kabarole Tours

FOR A REAL AUTHENTIC UGANDAN EXPERIENCE''

COME TO FORT *PORTAL* (*THE MOST BEAUTIFUL TOWN IN UGANDA*)

FOR:- ECO- WALK (*EXPLORE BY FOOT VILLAGES AND CRATERS*)

- PUSH- BIKE SAFARI (RIDE AND EXPLORE BY YOURSELF
- BIRD-SPOTTING- (VISIT KIHINGAMI WETLAND: OVER 250 SPECIES IN AREA OF 4KM² !!
- CHIMP TREKKING- VISIT TO KIBALE FOREST AND TRACK PRIMATES
- THE HOT SPRINGS- BOIL YOUR LUNCH IN THE SPRINGS!!
- LAKE NKURUBA- AND OTHER LAKES- A PLACE TO REMEMBER
- MAKE FORT PORTAL YOUR SPRING BOARD TO QUEEN ELIZABETH, MURCHISON AND BWINDI

JUST CALL- KABAROLE TOURS- 077661752 / 0483 22183

E-MAIL: ktours@info.com.co.ug

Bijlage 5: Mpora Rural Family

Mpora Rural Family

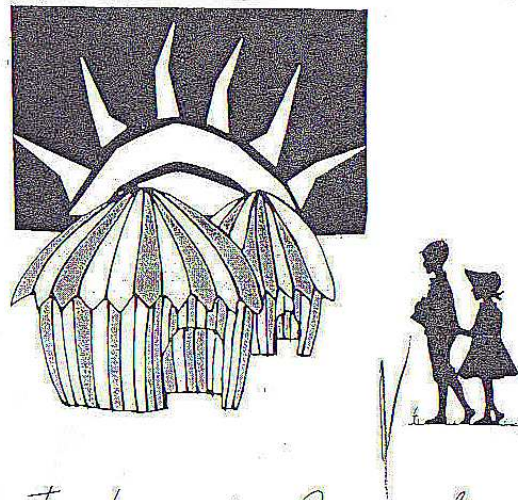
Kichwamba Fort Portal

The Place to be

P.O. BOX 317, Fort Portal
Tel: +256-77-555-732
Fax: +256-483-22636
Email: mmorence@yahoo.com

**Mpora Rural
Family**

Kichwamba Fort Portal



*Travelers, tourists, Accommodation
Campsite*

*It is a great place to visit and stay for
fascinating Cultural Tourism*

**Come and witness the Natural Beauty
at Mpora Rural Family Kichwamba**

The Mpora Rural Family

On Fort Portal Chapter you can visit the Mpora Rural Family Kichwamba.

WHO ARE WE?

We are Development Organisation run by Mr. Mpora Morence.

Our work consists of several projects including:

- Child care sponsoring Program
- Agricultural Practices
- Fish Farming
- Cultural Tourism (ECO)
- Dairy Farming
- Library Project-Text Books



Vocational School-To start.

The place is very organized with clean Accommodation/ Campsite for seasonal Holidays.

THINKS TO DO.

- Experience the real African Home life.
- Eat typical Ugandan meals
- Relax in a beautiful setting
- Good base for a one day walk to Mt. Rwenzori
- Visit the Caves, Creator Lakes in the Western Rift Valley.
- Have a good time with the Local Community.

WHAT DO YOU GET

The meals a day Uganda food, a good bed, enough water to wash, Tea, Coffee, Oranges etc.

CAR RENT



BICYCLE RENT

HOW TO GET THERE

The Project is easy to find, we are located near Fort Portal Town 15 kilometers out in Kichwamba, Kihondo trading Centre, Nyankuku Village.

Take a matatu for Karaga Bukuku in Fort Portal to Kichwamba Technical College at only 1,500=

Walk through the College and ask for Mpora Rural Family you will be hosted by:

MORENCE MPORA

P.O. BOX 317, Fort Portal

Tel: +256-77-555-732

Email: mmorence@yahoo.com

CHARGES BY: DONATIONS

FINANCIAL OR GIFTS

