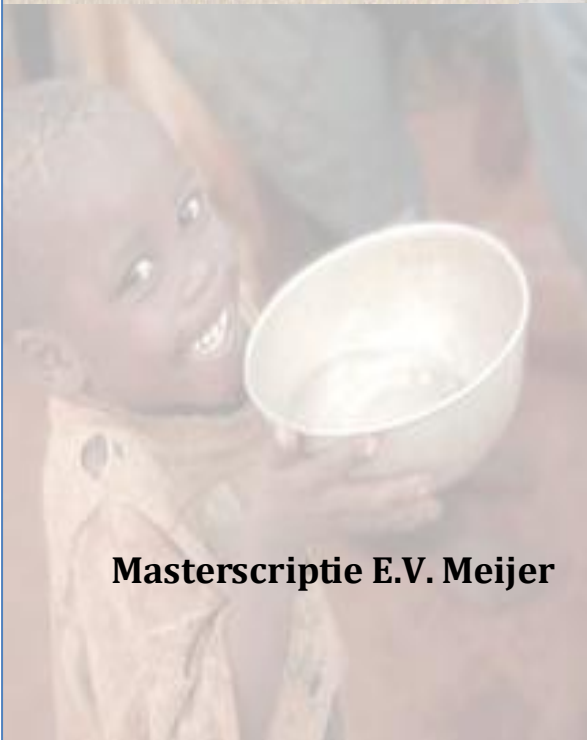


Beeldvorming Kenia

Een analyse op de waarbenjij.nu weblogs van
vrijwilligerstoeristen



Masterscriptie E.V. Meijer



Universiteit Utrecht

Colofon

Beeldvorming Kenia

Een analyse op de waarbenjij.nu weblogs van vrijwilligerstoeristen

Masterscriptie

Universiteit Utrecht

Faculteit Geowetenschappen

Geo-communicatie

Januari 2013

Personalia

E.V. (Eefke) Meijer

E.V.Meijer@students.uu.nl

eefke.meijer@hotmail.com

Studentnummer 3379310

Begeleiding

Dr. Tine Béneker

Geo-communicatie

Universiteit Utrecht

t.beneker@uu.nl

© E.V. Meijer, 2013

Dit materiaal mag niet worden gekopieerd, gereproduceerd of gepubliceerd zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de auteur.

In this appendix a brief summary of this master's thesis

This research will discuss the perception of Kenya via social media. Many Dutch volunteer tourists in Kenya write on a Dutch weblog www.waarbenjij.nu about their adventures, trips and daily life during their volunteer time. These stories published on the weblog can tell a lot about how people think about Kenya and which image exists and arises about Kenya. The main question of this research is: "What do the [waarbenjij.nu](http://www.waarbenjij.nu) weblogs of Dutch volunteer tourists in Kenya contribute to the imaging of Africa?

Three images about Africa have been constructed: the media image, the tourism image and the charity image. Aspects of these images are used in order to determine the image of Kenya on the weblogs. The research method is content analysis. It can be concluded that a positive image about Kenya arises on the weblogs, even though lots of negative subjects have been described, such as poverty, malnutrition, Aids/HIV and welfare differences. Literature shows that many people have a negative image of Africa because of the powerful Western media, but the positive stories of volunteer tourists contribute to a more recognizable image of Africa and make sure Africa gets 'closer' in minds. The description about the Kenyan population shows that the Kenyan people are very happy and they enjoy life. However, people in Kenya are also lazy and passive through the eyes of the Western volunteer tourist. Positive aspects mentioned on the weblogs are the beautiful African nature, happy people, the weather, wildlife and the positive stories about the volunteer activities.

Social media are a special medium and the unique form of the weblogs provides a different image about Kenya. Everyone is free to create a weblog and to share information. Showing emotions, personal feelings and value judgments makes a different image about Kenya, compared to images that arise through newspapers, travel guides and charity commercials. However, the weblogs cannot replace the travel guide, as they contain too little background information about Kenya.

Voorwoord

Deze masterscriptie is gemaakt in het kader van mijn masteropleiding Geo-communicatie aan de Universiteit Utrecht. Het bedenken van een onderwerp was makkelijker gezegd dan gedaan. “Iets met Afrika, iets met beeldvorming”.

Het idee voor een onderwerp ontstond toen ik terugdacht aan mijn half jaar buitenlandverblijf twee jaar geleden. Ik hield in die periode, net als vele andere reizigers, een weblog bij van al mijn avonturen en belevenissen. Ik schreef niet alles wat ik meemaakte of zag op. Dit wekte de vraag bij mij op welk beeld er dan naar voren komt van het land via de weblogs? Wat wordt er wel opgeschreven en wat juist niet? Het leek me interessant om dit te onderzoeken en toe te passen op Kenia, Afrika. Het resultaat van deze vragen ligt voor u. Veel leesplezier!

Graag wil ik in het bijzonder mijn begeleidster mevrouw T. Béneker bedanken voor haar hulp en gesprekken. Ik kon haar altijd vragen voor feedback en adviezen.

Met vriendelijke groeten,

Eefke Meijer
Januari 2013

Inhoudsopgave

HOOFDSTUK 1 – INLEIDING	6
1.1 - Het onderwerp	6
1.2 - Probleemstelling	7
1.3 – Relevantie	7
HOOFDSTUK 2 – LITERATUURVERKENNING.....	9
2.1 – Beeldvorming	9
2.1.1 – Wat is beeldvorming?	9
2.1.2 – Wat is ‘Othering’?.....	11
2.1.3 Hoe werkt beeldvorming: selectiviteit	11
2.2 - Producenten van beeldvorming	16
2.2.1 - New social media.....	16
2.2.2 - Media.....	17
2.2.3 - Toeristensector.....	18
2.2.4 – Hulporganisaties.....	19
2.3 – Beeldvorming van Afrika.....	20
2.3.1 - Het Donkere Continent.....	20
2.3.2 – Beeldvorming geconstrueerd door de media.....	21
2.3.3 – Beeldvorming geconstrueerd door NGO’s en goede doelen organisaties.....	23
2.3.4 – Beeldvorming geconstrueerd door de toeristensector	25
HOOFDSTUK 3 – METHODOLOGIE.....	27
3.1 – Inhoudsanalyse.....	27
3.1.1 – Wat wordt onderzocht?	27
3.1.2 – Verschil kwantitatieve inhoudsanalyse en kwalitatieve inhoudsanalyse	27
3.1.3 – Dataverzameling.....	28
3.2 – Operationalisering	30
3.3 - Een kwalitatieve visie op betrouwbaarheid en validiteit	31
HOOFDSTUK 4 – RESULTATEN	33
4.1 – Onderzoeksresultaten met betrekking tot de zenders.....	33
4.1.1 – Zenders – De vrijwilligerstoeristen.....	33
4.1.2 – Kenmerken zenders.....	33
4.2 – Onderzoeksresultaten met betrekking tot het gebruik van de weblog.....	35
4.2.1 – Frequentie van het schrijven	35
4.2.2 – Doel.....	36
4.2.3 – Verband doel – medium en toon.....	37
4.3 – Onderzoeksresultaten met betrekking tot de inhoud van de weblogs.....	37
4.3.1 – Onderwerpen.....	38
4.3.2 – Wat wordt benadrukt?.....	42
4.3.4 – Verwijzingen reisgidsen, social media en overige informatiebronnen.....	50
4.4 – Interpretatie en verklaring	51

4.4.1 – Interpretatie van het beeld	51
4.4.2 – Verklaring van de resultaten.....	57
CONCLUSIE	59
REFLECTIE	62
LITERATUURLIJST	63
BIJLAGE 1.....	79
BIJLAGE 2.....	68
BIJLAGE 3.....	70

Hoofdstuk 1 – Inleiding

1.1 - Het onderwerp

Het beeld dat wij van Afrika hebben bevat veel stereotypen (Pattyn, 2005). Er zijn verschillende beelden over Afrika bekend die door verschillende zenders worden geconstrueerd. Je hebt het zogenaamde ‘mediabeeld’; het beeld dat de media over Afrika neerzetten. Dit beeld is over het algemeen vrij negatief. Afrika wordt neergezet als het gebied waar armoede, AIDS, oorlog en honger aan de orde van de dag is (Bonsu-Amoako, 2008; Mahadeo, 2007; Jarosz, 1992). Je hebt ook het ‘toeristenbeeld’; het beeld dat door de toeristische sector over Afrika wordt neergezet. Dit beeld is over het algemeen positief (Echner, 2003; Seyssens, 2006). Zij willen dat Afrika geassocieerd wordt met safari, mooi weer, tropenhelmen, slachttanden, avontuur en mooie natuur. Er is ook nog het ‘Goede doelen beeld’ in dit onderzoek. Hiermee wordt het beeld bedoeld dat NGO’s en goede doelen organisaties neerzetten over Afrika. Dit beeld kan zowel negatief als positief zijn (Lamers, 2005). Bij het negatieve beeld wordt Afrika gezien als zwak, kwetsbaar en afhankelijk van de ontwikkelde landen die sterk, rijker en dominant zijn. Bij positieve beelden worden Afrikanen vol met zelfvertrouwen, gelukkig en actief afgebeeld (Brinkman, 2010). Deze drie beelden zijn niet onafhankelijk van elkaar te zien. Bepaalde onderwerpen komen terug in alle drie de beelden. Bovendien zijn deze drie beelden selectief. Ze worden bekeken vanuit een bepaalde richting.

Weblogs, zoals waarbenijj.nu zijn een vorm van ‘New social media’ (Rodriquez, 2009). Reizigers, toeristen, vrijwilligers en studenten die naar een bepaald land, in dit geval Afrika, gaan houden vaak een weblog van waarbenijj.nu bij. In dit onderzoek worden de weblogs van vrijwilligerstoeristen geanalyseerd. Zij vertellen over hun belevenissen, werkzaamheden en ervaringen in Kenia. Zij doen dit misschien wel op basis van de beelden die de hiervoor genoemde zenders hebben geconstrueerd. Bovendien zullen ze niet alles opschrijven; op hun weblogs is slechts een selectie te vinden van wat ze meemaken en vinden. Wat schrijven ze precies op? Er ontstaat een geschreven beeld over Kenia, waarbij ‘het denken over Kenia’ centraal komt te staan. Komt dit beeld overeen met het ‘mediabeeld’, het ‘toeristenbeeld’ of het ‘goede doelen beeld’? Welk beeld overheerst? Of is er een geheel nieuw beeld ontstaan? En wat is de betekenis van het ontstane beeld over Kenia? De thuisblijvers en andere geïnteresseerden lezen de weblogs en krijgen op die manier een bepaald beeld over Kenia. Op die manier worden zij weer beïnvloed door zenders, in dit geval de schrijvers van de weblogs. Kortom: beeldvorming kan gezien worden als proces. Zenders construeren beelden, die beelden kunnen overgenomen worden door de vrijwilligerstoeristen, zij schrijven dingen op over Kenia op hun weblog, waardoor zij ook weer een beeld creëren over Kenia. Thuisblijvers en andere geïnteresseerden lezen die verhalen en vormen ook weer een beeld over Kenia. De cirkel is rond.

1.2 - Probleemstelling

De onderzoeksvraag van dit onderzoek luidt:

“Welke bijdrage leveren vrijwilligerstoeristen in Kenia op de waarbenjij.nu weblogs aan de beeldvorming van Afrika?”

Hierbij worden deelvragen gesteld. De deelvragen zijn:

Deelvraag 1: Wie zijn de zenders?

Deelvraag 2: Hoe gebruiken de vrijwilligerstoeristen het medium ‘weblog’?

Deelvraag 3: Welke beelden over Afrika ontstaan via de geschreven informatie op hun weblogs?

Deelvraag 4: Hoe wordt het ontstaan van deze beelden verklaard?

1.3 – Relevantie

Maatschappelijke relevantie

De auteurs van de waarbenjij.nu weblogs schrijven over het Afrikaanse land waar ze zijn, wat ze meemaken, wat ze zien, hun ervaringen, wat opvalt, wat ze leuk vinden, wat ze raar vinden etc. Ze zetten op die manier (on)bewust een beeld van Afrika neer. Hun weblogs dragen vervolgens weer bij tot een beeldvorming over Afrika bij de ‘thuisblijvers’ en overige geïnteresseerden. Zij lezen de weblogs en ze vormen een beeld over Afrika mede op basis van wat de auteurs opschrijven. Het opgeschreven gedeelte is slechts een selectie van wat de auteur allemaal meemaakt. Door het bekijken van de beeldvorming van Kenia via weblogs wordt zowel bekeken hoe de auteurs denken over Kenia, hoe zij hiermee de thuisblijvers kunnen beïnvloeden en of deze beelden totaal anders zijn dan de al bestaande beelden van Kenia.

Deze weblogs behoren tot de zogenaamde ‘new social media’. ‘Dit is een verzamelbegrip voor online platformen waar de gebruikers de inhoud verzorgen. Voorbeelden zijn weblogs, maar ook fora, sociale netwerken als Hyves, Facebook, LinkedIn, diensten als Twitter en videosites als Youtube. Social media zijn de nieuwe media die tegenwoordig volop gebruikt worden door toeristen. Ze bieden toeristen de kans om zich in te lezen in het land, ervaringen en reisroutes te delen met andere toeristen en ideeën op te doen. Social media worden vooral gebruikt door toeristen voor aanvang van een reis: het zoeken naar informatie over een bestemming, ideeën opdoen en advies vragen (Rodriquez, 2009).

Wetenschappelijke relevantie

Er zijn verschillende beelden over Afrika bekend in de literatuur. Deze beelden zijn al vaak onderzocht, wat ze inhouden, door wie ze geconstrueerd worden en hoe ze ontstaan (Pattyn, 2005; Echner, 2003; Bonsu-Amoako, 2008; Mahadeo, 2007; Jarosz, 1992; Seyssens, 2006; Lamers, 2005). Vooral het beeld dat de media over Afrika construeert is al vaak onderzocht. Ook zijn in de wetenschap al vaak afbeeldingen bekeken en geanalyseerd hoe Afrika wordt ‘getoond’ op die afbeeldingen (Nederveen Pieterse, 2009; Strüver, 2007). Vernieuwend aan dit onderzoek is dat weblogs van waarbenjij.nu geanalyseerd worden. Ook via deze weblogs wordt een beeld geconstrueerd van Afrika. Welk beeld dit is, is nog niet bekend. Komt dit beeld overeen met het beeld dat de media construeert? Of vooral het

toeristische beeld? Of het beeld dat door NGO's en goede doelen organisaties wordt geconstrueerd? Of ontstaat er een nieuw beeld?

Hoofdstuk 2 – Literatuurverkenning

In hoofdstuk twee wordt de literatuur beschreven die relevant is voor dit onderzoek. Aan de hand van deze literatuur wordt de analyse van het onderzoek uitgevoerd en kunnen de deelvragen beantwoord worden. Eerst wordt bekeken wat beeldvorming is en welke mechanismen daarmee samenhangen. Vervolgens wordt in paragraaf 2.2 ingegaan op de verschillende zenders die beelden produceren. In de daaropvolgende paragraaf 2.3 worden de beelden besproken die door de verschillende besproken zenders over Afrika worden geconstrueerd.

In dit gehele onderzoek wordt met 'Afrika' het Sub-Saharisch gedeelte bedoeld. Bovendien wordt in deze literatuurverkenning steeds gesproken over 'Afrika' als één geheel, omdat dit ook het beeld is dat mensen hebben. Het Afrikaanse continent, met in totaal 54 landen, wordt vaak gezien én gepresenteerd door het Westen als één groot land. Vergeten wordt dat Afrika een continent is dat vele onafhankelijke landen kent en dat bewoond wordt door mensen met verschillende culturen, talen, dialecten, religies en achtergronden (Michira, 2002, p.2).

2.1 – Beeldvorming

Met de beeldvorming die hieronder wordt besproken, wordt toeristische beeldvorming bedoeld. Eerst wordt ingegaan op het begrip 'beeldvorming', welke definities er voor gebruikt worden en hoe het begrip is ontstaan. Daarna wordt ingegaan op 'othering', een proces waarbij het anders-zijn belicht wordt. Tot slot wordt een tweetal begrippen besproken die betrokken kunnen worden bij de selectiviteit die bij beeldvorming komt kijken.

2.1.1 – Wat is beeldvorming?

Beeldvorming is wetenschappelijk bekeken een jong verschijnsel. Beeldvorming vanaf de jaren zestig van de vorige eeuw is in de behaviorale geografie besproken. Er werd gekeken naar de beelden die mensen hebben van regio's en gebieden, hoe deze beelden ontstonden en de invloed op ruimtelijk gedrag. Vanaf die tijd zijn er verschillende stromingen ontstaan die theorieën ontwikkelden over de betekenis die mensen aan hun omgeving toekennen (De Pater e.a., 2002, pp. 128-129).

'Representation' is de verwoording die in de Engelse literatuur gebruikt wordt voor beeldvorming. "Representation is a set of practices by which meanings are constituted and communicated. Such representational practices produce and circulate meanings among members of social groups and these meanings can be defined as culture. Such shared meanings are based on representations of the World" (Johnston, 2000). Het komt er dus op neer dat beeldvorming het vormen van betekenissen is. Die betekenissen kunnen gevolgd worden binnen een zekere sociale groep.

Het is lastig om het begrip 'beeldvorming' te definiëren. Het begrip wordt in de wetenschappelijke literatuur namelijk veelvuldig gebruikt zonder duidelijke omschrijving. Daarnaast gebruiken verschillende auteurs en wetenschappers verschillende definities

(Beerli, 2004, p. 658). Het Van Dale woordenboek gebruikt de volgende definitie van beeldvorming:

beeld·vor·ming *de*; *v* 1 de geleidelijk ontstaande opvatting over of van iemand of iets; 2 de staande opvatting over of van iemand of iets.

Naast deze definitie van de Van Dale gebruikt Michael Forrester in zijn boek 'Psychology of the image (2000) de onderstaande definities van beeldvorming:

men·tal i·ma·ge·ry 1 a mental representation of something (e.g. a visible object), not by direct perception but by memory or imagination; a mental picture or impression; and 2 a concept or representation created in the mind of the public of a particular person, institution or product – public-image.

Forrester benadrukt in zijn eerste definitie dat beeldvorming te maken heeft met mentale representatie van dingen die vooral gevormd worden door een herinnering of fantasie. Daarom kan er gesproken worden over indirecte waarneming en is het geen directe representatie van de werkelijkheid. Tevens benadrukt Forrester dat beeldvorming een proces is. Dit proces kan volgens Van der Vaart (1998) ingedeeld worden in mentale en materiële beeldvormingsprocessen. Bij mentale beeldvorming wordt er gekeken naar de gedachtegang van mensen en legt de nadruk op het vormen van voorstellingen, meningen en ideeën bij verschijnselen. De materiële beeldvorming benadrukt het creëren van voorstellingen in bronnen, bijvoorbeeld in reisgidsen of social media. Ook materiële beeldvorming is, net zoals mentale beeldvorming, een reductie van de werkelijkheid. Mensen selecteren bepaalde informatie uit diverse bronnen waardoor uiteindelijk een mentaal beeld wordt gevormd (Van der Vaart, 1998, pp.193-194).

Andere veelgebruikte definities van beeldvorming in de wetenschappelijke literatuur zijn als volgt: 'A compilation of beliefs and impressions based on information processing from a variety of sources over time.' (Choi, 2007, p.119). Veel recente studies omschrijven beeldvorming ook als een concept dat wordt gevormd door de rationele en emotionele interpretatie van een object. Deze interpretatie komt tot stand als gevolg van twee componenten die sterk met elkaar verbonden zijn, namelijk perceptieve evaluaties en affectieve beoordelingen. Perceptieve evaluaties zijn gebaseerd op de eigen kennis van een individu en zijn of haar meningen over het object. Affectieve beoordelingen zijn gerelateerd aan de gevoelens van een individu tegenover het object. Verder kan het begrip 'beeldvorming' omschreven worden als het totaal van meningen, ideeën en impressies dat mensen van een plaats hebben. Het beeld weerspiegelt een vereenvoudiging van een groot aantal associaties en informatiebronnen die mensen hebben over een bestemming. Beeldvorming behelst dus een hele set van meningen die een persoon over een bestemming heeft (Kotler, 1993, p. 141).

Het is belangrijk om te realiseren dat beeldvorming niet hetzelfde is als stereotype. Een stereotype is een beeld dat een grote groep mensen heeft over een bestemming. Het is vaak vervormd en simplistisch en het draagt een positieve of negatieve houding tegenover de bestemming met zich mee. Daar tegenover staat het beeld, dat een persoonlijke perceptie

van een bestemming is en dat van persoon tot persoon kan verschillen. Dit betekent dat verschillende personen heel verschillende beelden van een bestemming kunnen hebben (Kotler, 1993, p. 141).

2.1.2 – Wat is ‘Othering’?

‘Othering’ of ‘De Ander’ is een belangrijk begrip bij beeldvorming van een bestemming. ‘Othering’ kan gezien worden als een selectie van beelden. Vaak wordt gekeken welke verschillen er zijn tussen verschillende groepen mensen of tussen individuen. Dit proces wordt ‘othering’ genoemd en is gebaseerd op het feit dat een groep of een individu een eigen positie inneemt door te definiëren wat deze niet is (Van Rijn, 2010, pp.12-13). In dit gedeelte wordt ingegaan op het proces van ‘othering’ in het algemeen met behulp van een voorbeeld van het oriëntalisme. Oriëntalisme is een bekende vorm van ‘othering’ en is opgeschreven door Said (1978). Hij beschrijft het beeld dat het Westen heeft over het geëxotiseerde Oosten. Het Oosten wordt daarbij gezien als de Ander en het Westen plaatst zich boven het Oosten. Volgens Said is oriëntalisme “a style of thought based upon an ontological and epistemological distinction made between ‘the Orient’ and most of the time ‘the Occident’” (Said, 1978). The “Occident,” or the West, is placed in opposition to and as superior to the Orient. As a result, Orientalism can be viewed as “a Western style for dominating, restructuring, and having authority over the Orient” (Said, 1978). Oriëntalisme heeft dus alles te maken met het hebben van een bepaalde visie op het Oosten die deze regio tot de inferieure ander maakt met het doel van dominantie. Om een volk te overheersen moet je een bepaalde visie op diens cultuur hebben. Het beeld dat het Westen had op het Oosten was vooral dat het een ‘barbaars, achterlijk en onderontwikkeld’ gebied is. Said laat zien dat door dit denken een ‘wij’-‘zij’ denken ontstond waarbij het Westerse “wij” zichzelf onvermijdelijk als superieur afbeeldde (Vries, 2008).

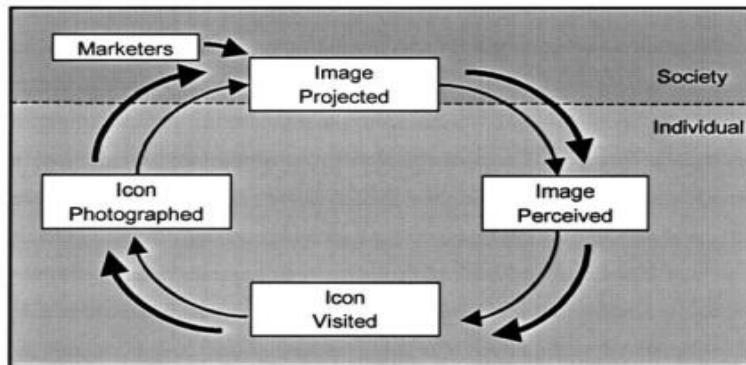
2.1.3 Hoe werkt beeldvorming: selectiviteit

Beeldvorming heeft veel te maken met selectiviteit. De werkelijkheid wordt nooit volledig overgenomen, mensen die een weblog als waarbenjij.nu bijhouden schrijven nooit alles op, toeristen maken slechts van bepaalde dingen een foto en ze bezoeken slechts bepaalde plekken. Er is een aantal begrippen in de wetenschappelijke literatuur die gekoppeld kan worden aan deze selectiviteit van beeldvorming. Deze worden hieronder besproken: de Circle of Representation van Jenkins (2003) en de Tourist Gaze van Urry (1990).

Circle of Representation

“Een foto zegt meer dan duizend woorden”, een gezegde dat meer dan waar is als het om de promotie van toeristische bestemmingen gaat. Visuele beelden zijn een belangrijk aspect voor de marketing van toeristische bestemmingen; foto’s van landschappen, landmarks en bekende plekken worden veelvuldig gepubliceerd in bijvoorbeeld reisfolders en advertenties. Een voorbeeld van de invloed die de visuele beelden op toeristen hebben wordt gegeven door Carpenter (1972): “Older people still experience the need to translate images into observed reality. When they travel they want to see the Eiffel Tower or the Grand Canyon exactly as they saw them first on posters. An American tourist . . . does more than see the Eiffel Tower. He photographs it exactly as he knows it from posters. Better still, he has someone photograph him in front of it. Back home, that photograph reaffirms his

identity with that (Jenkins, 2003, p.306). Carpenter (1972) spreekt weliswaar over 'older people', dit voorbeeld gaat echter op voor vele toeristen. Dit voorbeeld, waar de 'macht' en invloed van visuele beelden duidelijk wordt heeft te maken met de 'Circle of Representation' (Figuur 1). Onderstaande figuur wordt besproken om de Circle of Representation duidelijk te maken.



Figuur 1: Circle of Representation bij marketing van toeristische bestemmingen, Jenkins, 2003, p.308.

Vanaf de bovenkant van figuur 1 bekeken, construeren de massamedia beelden over een bepaalde toeristische bestemming. Met 'bestemming' wordt een land als geheel, een stad, gebied of een bezienswaardigheid bedoeld. Deze beelden komen terecht bij de mensen die zich aan het oriënteren zijn op een bepaalde bestemming en bij toeristen. Eenmaal op de bestemming zelf zal de toerist vooral de plekken en bezienswaardigheden bezoeken die hij of zij gezien en/of gelezen heeft via de geconstrueerde beelden van de massamedia. Dit zal vast worden gelegd met behulp van een fotocamera, om zo te bewijzen dat hij of zij de plek of bezienswaardigheid ook daadwerkelijk bezocht heeft. Deze foto's zullen vervolgens naar het thuisfront worden gestuurd. Op die manier beïnvloeden de gemaakte beelden (foto's) vervolgens weer andere mensen. Ook het beeld over de bepaalde plek of bezienswaardigheid wordt op deze manier gevormd en kan de Circle of Representation weer van voren af aan beginnen (Jenkins, 2003, p.308). Kort samengevat: "What people see are ideal representations of the view in question that they internalise from (for example) postcards and guidebooks (and increasingly from TV programmes). And even when they cannot in fact 'see' the natural wonders in question they can still sense it, see it in their mind. And even when the object fails to live up to its representation it is the latter which will stay in people's minds, as what they have really 'seen'" (Jenkins, 2003, p.311).

Een bekend voorbeeld van massamedia die grote invloed hebben op de toerist zijn de reisgidsen of de reisfolders waarin afbeeldingen te zien zijn van bestemmingen of bezienswaardigheden. Maar ook ansichtkaarten, films en televisieprogramma's vallen onder de media. Reisgidsen worden tegenwoordig nog veelvuldig gebruikt door toeristen. De Lonely Planet reisgidsen zijn een van de meest populaire. Er zijn verschillende theorieën over hoe reisgidsen invloed hebben op reizigers en toeristen. MacCannell (1976) gelooft dat reisgidsen de rol van 'markers' hebben. Ze markeren als het ware de meest belangrijke plekken, die voor toeristen interessant zouden kunnen zijn. Indien een plek genoemd wordt in een reisgids, zou het automatisch een toeristische plek kunnen worden. Boorstin (1963) beschouwt reisgidsen echter als een 'script'. Er staat precies in wat de toeristen kunnen

verwachten van de 'locals', wat er te doen is en wat er te zien is. Dann (1996) ziet reisgidsen als een manier om sociale controle te creëren. Toeristen zien alleen de plekken en dingen die genoemd staan in de reisgids. Op die manier wordt de toerist gestuurd, worden plekken 'detached from culture' en 'museumised' (Iaquinto, 2011, p.706).

Tourist Gaze

De 'Tourist Gaze' is de manier waarop toeristen de bestemming zien (Jenkins, 2003, p.310). Datgene wat de mensen zien is het beeld dat ze al hadden, het beeld dat door media is geconstrueerd (reisfolders, foto's, reisgidsen, weblogs etc.). De nieuwe, vaak onbekende bestemming spreekt tot hen op een manier die waardering en begrip oproept, althans daar wordt op geanticipeerd. Doordat de toerist de omgeving met een vooropgezet idee, een bepaalde interesse en nieuwsgierigheid benadert, zal degene alleen de aspecten zien waarmee zijn of haar beeld bevestigd wordt. Met andere woorden, toeristen staren naar wat ze tegenkomen. Deze blik is sociaal georganiseerd en gesystematiseerd. Ze gaan op zoek naar wat volgens hen de meest authentieke souvenirs of foto's zijn, die als een soort bewijs van hun authentieke ervaring zouden kunnen gelden. Het schrijven van reisdagboeken, bijhouden van weblogs, het nemen van foto's, het zijn manieren om de reis te kunnen herinneren en later deze herinneringen op te halen en aan andere mensen te tonen. Zowel foto's, dagboeken als souvenirs moeten het beeld dat de mensen hadden van Afrika uitstralen, 'as a proof of the traveller's newly acquired cultural competence' (Van Beek, 2003; Seyssens, 2006, p.23).

Urry stelt dat de verbeelding een selectief proces is, men gaat op zoek naar beelden die men wil zien (Urry, 1990). Aspecten die niet aan het beeld voldoen worden hierbij (on)bewust genegeerd of niet opgeschreven. Doordat mensen deze dingen bewust dan wel onbewust zien en/of opschrijven ontstaan er beelden over de Ander ('Othering, zie paragraaf 2.1.2) of over een bepaalde bestemming. Deze beelden zijn een subjectieve weergave van het visuele. Niet alle beelden zijn echter zichtbaar. Mensen kunnen bijvoorbeeld alleen de positieve beelden opschrijven en de negatieve beelden wegstoppen. In de literatuur wordt hierbij ook wel onderscheid gemaakt tussen 'verborgen beelden' en 'zichtbare beelden' (Van Rijn, 2010, p.12). De aanwezigheid van deze 'verborgen' en 'zichtbare' beelden wordt in de literatuur op verschillende manieren uitgelegd. Scott (1990) spreekt van 'hidden transcripts'. Hij gaat er vanuit dat de 'verborgen beelden' (beelden die dus niet worden gezien of opgeschreven) een vorm van verzet zijn en dat daarom bewust niet alle informatie wordt opgeschreven en gedeeld. Gevolg hiervan is dat er een eenzijdig beeld naar voren komt, een beeld dat overwegend positief is of juist negatief. Dit proces is dus strategisch van aard. Goffman (1958) (aangehaald door Van Rijn, 2010) beweert echter dat de 'verborgen beelden' niet een vorm van verzet zijn; hij ziet het juist als een onderdeel van een zogenaamde 'performance'. Dit is vooral van sociale aard. Mensen vormen namelijk een beeld van de Ander, om zo in te schatten hoe ze zich moeten gedragen tegenover de Ander. Er wordt gekeken wat algemeen geaccepteerd wordt (Van Rijn, 2010, p.12).

Verskillende 'gazes'

Er zijn in de literatuur verschillende 'gazes' te noemen, die inhoudelijk van elkaar verschillen. Urry Maakt duidelijk in zijn boek 'The Tourist Gaze' dat er niet slechts één tourist gaze bestaat. Het verschilt per sociale klasse, maatschappij en tijdsperiode (Urry, 2002, p.7). Zo

spreekt Urry over twee verschillende typen gazes: de romantic gaze en de collective gaze. Bij de romantic gaze wil de toerist alleen zijn op de bestemming om op die manier de schoonheid ervan te kunnen ervaren (Urry, 2002, p.29). In het boek van Urry komt het volgende voorbeeld van deze romantic view voor: "Stourhead's garden is the perfect romantic landscape, with narrow paths winding among the trees and rhododendrons, grottoes, temples, a gothic cottage, all this around a much indented lake ... The garden is designed to be walked around in wonderment at Nature and the presence of other people immediately begins to impair this" (Urry, 2002, p.43). De collective gaze is het tegenovergestelde. Deze gaat over de aanwezigheid van grote groepen mensen op een bestemming. Die grote groepen mensen, de interactie daartussen en de bijbehorende drukte zorgt voor een bepaalde sfeer op de bestemming. Deze bestemmingen zijn ervoor gemaakt om zoveel mogelijk mensen te verwelkomen (Urry, 2002, p.43).

De 'gaze' kan ook verschillen als gekeken wordt naar de type toerist die je bent. Het is nog niet onderzocht welke gazes precies 'behoren' bij de verschillende toeristen. Wel is hier in het algemeen wat over te zeggen. De 'Gaze' van iemand die slechts een dagje weg is, is vaak heel beperkt. Slechts enkele dingen worden waargenomen. De 'Gaze' van toeristen is al breder, maar nog steeds is de 'Gaze' snel, niet diepgaand en smal. De 'Gaze' voor een echte reiziger (bijvoorbeeld een backpacker) is vaak heel breed, ontspannen, serieus, educatief en beschouwend (Jenkins, 2003, pp.310-311). Tot die laatste categorie kan de vrijwilligerstoerist worden gerekend en heeft dus een 'brede gaze', die meerdere aspecten en dingen meeneemt in de waarneming. De vrijwilligerstoerist, de onderzoekspopulatie van dit onderzoek is iemand "who for various reasons volunteer in an organised way to undertake holidays that might involve aiding or alleviating the material poverty of some groups in society, the restoration of certain environments or research into aspects of society or environment commitment to work duties and the lure of hedonistic pursuits" (Tomazos, 2012, p.177). Een andere definitie van vrijwilligerstoerisme wordt gegeven door Singh en Singh (2001). Vrijwilligerstoerisme wordt gezien "as being more of a conscientious practice of righteous tourism-one that comes closest to utopia. At best, it may be regarded as an altruistic form of tourism, which has the capacity to uphold the highest ideals, intrinsically interwoven in the tourism phenomenon" (Tomazos, 2012, p.177). De belangrijkste aspecten bij vrijwilligerstoerisme is dat mensen het doen zonder betaald te worden, dat ze het doen uit idealistische overwegingen (Tomazos, 2012, p.177) en dat ze het vrijwilligerswerk vaak combineren met een vakantie (Van Rijn, 2010, p.10).

Vrijwilligerstoerisme bestaat al vele jaren. Het ontstond in de tijd dat missionarissen naar het ontwikkelingsland afreisden. Later kwamen er diverse organisaties die het vrijwilligerstoerisme opzetten. De trend die tegenwoordig zichtbaar is, is dat vrijwilligersorganisaties steeds minder eisen stellen aan de kennis en kunde van de vrijwilligerstoerist. De toegankelijkheid is dus zeer groot. In het volgende deel worden de motivaties om vrijwilligerswerk te doen op een rij gezet.

Motivatie vrijwilligerstoerisme

Er zijn al vele onderzoeken gedaan naar de motivaties om vrijwilligerstoerisme te gaan doen.

De meest voorkomende motivaties zijn:

- Kennis en vaardigheden opdoen. De vrijwilligerstoerist zoekt naar mogelijkheden om meer kennis en vaardigheden te krijgen door het doen van vrijwilligerswerk. Het

opdoen van deze nieuwe vaardigheden en kennis zou dan vooral voordelig zijn om later gemakkelijker werk te vinden. Het doen van vrijwilligerswerk zou dus goed zijn voor het CV (Tomazos, 2012, p.179).

- Nieuwe mensen ontmoeten. Het doen van vrijwilligerswerk zou vele nieuwe sociale contacten opleveren. Mensen willen nieuwe mensen ontmoeten, vrienden maken en bij een groep horen. Door het doen van vrijwilligerswerk denken ze geaccepteerd en gewaardeerd te worden door de mensen om zich heen (Tomazos, 2012, p.179).
- Welzijn voor andere mensen/altruïsme. Mensen doen vrijwilligerswerk om iets bij te dragen aan de wereld, de natuur en de sociale gemeenschappen. Ze willen graag mensen helpen die hulp goed kunnen gebruiken. Ze willen iets goed doen voor de medemens (Tomazos, 2012, pp.179-180).
- Contact lokale bevolking. Voor de meeste vrijwilligerstoeristen speelt het contact met de 'locals' een belangrijke rol. Een jonge vrijwilligerstoerist verwoordt: "Like traveling you are just kind of watching it like window shopping in a way. But by volunteering . . . you get to, like I am doing, go to the schools, see the children, see the villages, see the rural life and also meet the people and get involved with the people . . . you actually get to participate in the children's lives . . . You get to know them when they are just being themselves. And that's the real experience, that's the real nice part" (Conran, 2011, p.1460). Geconcludeerd kan worden dat het doen van vrijwilligerswerk voorziet in de behoefte van de toerist die reizen met een bepaald doel preferereert. Hij of zij wil zowel de ervaringen van een toerist hebben, als bijdragen aan het welzijn van anderen/Anderen (Tomazos, 2012, p.178).
- Overige motivaties. Er is ook nog een aantal motivaties die niet in een bepaalde categorie te plaatsen zijn. Zo kunnen mensen vrijwilligerswerk willen doen om op die manier te ontsnappen aan de sleur van het dagelijkse leven thuis. Of omdat ze een goedkope vakantie willen (Tomazos, 2012, p.180).

Conclusie

Beeldvorming of 'representation' is wetenschappelijk bekeken een jong verschijnsel en gaat over het vormen van betekenissen. Mensen selecteren bepaalde informatie uit diverse bronnen waardoor uiteindelijk een mentaal beeld wordt gevormd over bijvoorbeeld een bestemming. Dit beeld kan per persoon verschillen. Het beeld dat ontstaat kan gekoppeld worden aan 'othering'; een proces waarbij de persoon zichzelf of zijn omgeving boven 'De Ander' plaatst met als doel van dominantie. Er ontstaat een 'Wij-zij' denken.

Bij het ontstaan van een beeld over een gebied speelt de Cirde of Representation een rol. Op een bestemming zal de toerist vooral de plekken en bezienswaardigheden bezoeken die hij of zij gezien en/of gelezen heeft via de geconstrueerde beelden van de massamedia. De massamedia zorgen er echter voor dat niet alle beelden zichtbaar zijn: alleen de positieve beelden kunnen opgeschreven worden en de negatieve beelden kunnen weggestopt worden. De 'Gaze' van vrijwilligerstoeristen is breder dan de 'normale' toerist en zij zullen daarom meerdere aspecten meenemen in hun waarnemingen.

In de volgende paragraaf wordt ingegaan op de verschillende 'producenten' van beelden.

2.2 - Producenten van beeldvorming

Harvey (2005) spreekt over 'producenten van geographical knowledge'. Hij noemt in dit verband verschillende producenten van geografische informatie zoals overheden, NGO's, bedrijven, media en de toeristenindustrie die ieder vanuit eigen doelstellingen informatie over een gebied verspreiden. Volgens Gartner kan het proces van het ontstaan van beeldvorming gezien worden als een continuüm van het raadplegen van verschillende informatiebronnen, die samen, maar onafhankelijk van elkaar, voor het individu resulteren in de vorming van een bepaald beeld (Gartner, 1993, p.196-197). Belangrijk hierbij is om te realiseren dat het doel van de producent het beeld, dat zij construeren, verklaart.

In deze paragraaf wordt begonnen met vijf verschillende informatiebronnen op een rij te zetten en de verschillende soorten producenten van beelden die relevant zijn voor dit onderzoek worden besproken. Dit zijn new social media, (nieuws)media, de toeristensector en hulporganisaties (NGO's en goede doelen organisaties). Deze genoemde informatiebronnen beïnvloeden de beeldvorming van mensen over Afrika.

2.2.1 - New social media

'New social media' is een verzamelbegrip voor online platformen waar de gebruikers de inhoud verzorgen. Lister e.a. (2009, p. 2) gebruikt de volgende definitie: 'those methods and social practices of communication, representation, and expression that have developed using the digital, multimedia, networked computer and the ways that this machine is held to have transformed work in other media: from books to movies, from telephones to television' (laquinto, 2011, p.716). Voorbeelden zijn weblogs zoals waarbenjij.nu, maar ook fora, sociale netwerken als Hyves, Facebook, LinkedIn, diensten als Twitter en videosites als Youtube. Social media zijn de nieuwe media die tegenwoordig volop gebruikt worden door toeristen. Ze bieden toeristen de kans om zich in te lezen in het land, ervaringen en reisroutes te delen met andere toeristen en ideeën op te doen (Rodríguez, 2009). New social media zorgen ervoor dat toeristen informatie, foto's en ervaringen kunnen delen, hun onafhankelijkheid kunnen verkleinen, andere toeristen op de hoogte brengen over reisinformatie en accommodaties kunnen beoordelen. Mensen hebben toegang tot vele meningen over diverse onderwerpen. Dit wordt de 'collective intelligence' genoemd. Op plekken waar nauwelijks internet is, zijn reisgidsen nog steeds essentieel (laquinto, 2011, p.717).

De verschillende soorten social media spelen een belangrijke rol in het proces van het plannen van een reis. Echter, het is niet de enige bron die gebruik wordt en bovendien wordt er in iedere fase van het planningsproces andere media gebruikt (Treer, 2010, p.51). Social media worden vooral gebruikt door toeristen voor aanvang van een reis: het zoeken naar informatie over een bestemming, ideeën opdoen en advies vragen (Rodríguez, 2009; Treer, 2010, p.51). Social media worden niet zozeer gebruikt tijdens het reizen zelf of als de toerist al op de bestemming is (Treer, 2010, p.51). Carrera et al (2008) beweert dat social media websites ook gebruikt worden om in contact te komen en te blijven met medereizigers of vrienden en bekenden. New social media hebben weinig last van het probleem van informatie veroudering. Hierdoor wordt new social media steeds populairder en genieten ze voorkeur boven reisgidsen. Het probleem van reisgidsen is dat de informatie die erin staat al snel achterhaald kan zijn. Data veranderen, openingstijden veranderen, hotels kunnen

sluiten etc. Deze veranderingen kunnen niet zo snel worden aangepast, in het geval van reisgidsen is dit een proces van maanden. Bovendien heeft de steeds beter wordende internetverbindingen ook invloed op de daling van het gebruik van reisgidsen. Nieuwe sociale media worden populairder. In alle gevallen worden social media nooit als enige informatiebron gebruikt. Ook reisgidsen blijven nog in trek (Treer, 2010, p.51-52). De grootste uitdaging van social media blijft om de betrouwbaarheid van de informatie die gegeven wordt te waarborgen. Juist doordat vaak meerdere mensen hun meningen kunnen geven, informatie kunnen geven en het toegankelijk is voor iedereen, kan dit als gevolg hebben dat de betrouwbaarheid van de informatie daalt (Treer, 2010, p.52).

Weblogs zijn een vorm van 'new social media'. Omdat in dit onderzoek waarbenjij.nu weblogs worden geanalyseerd wordt nu ingegaan op de betekenis van weblogs. In het artikel van Banyai (2009) worden verschillende definities van weblogs genoemd. Young definieert een weblog als een "online diary or journal...a place for you to put your experiences out for the world to see, a place for feedback from others, or even a place to vent". Keren schrijft dat weblogs "online diaries" zijn "with links to other Internet sites of interest" (Banyai, 2009, p.24). De genoemde redenen om een weblog bij te houden zijn entertainment, informatievoorziening, sociale interactie, professionele redenen en self-expression. Weblogs kennen zowel voor- als nadelen. De voordelen zijn dat weblogs geheel vrij gecreëerd kunnen worden en dat iedereen ze kan lezen. Ze zijn gemakkelijk te gebruiken, interessant, een goede manier om te netwerken en overal ter wereld te gebruiken indien er Internet aanwezig is. Het genoemde voordeel dat alles erop kan worden gezet kan ook een nadeel zijn. Er kunnen negatieve, kwetsende dingen op worden gezet. Bovendien kan het bijhouden van een weblog zeer tijdrovend zijn en de informatie op de weblog kan subjectief zijn. Mensen die naar informatie zoeken moeten zich daarom van bewust zijn dat weblogs veel eigen ervaringen en meningen bevatten (Banyai, 2009, p.25).

2.2.2 - Media

"The concept of representation has come to occupy a new and important place in the study of culture... it is an essential part of the process by which meaning is produced and exchanged by members of a culture. It does involve the use of language. Of signs and images which stand for or represent things" (Hall, 1997, p.15). Een van de meest omvangrijke en belangrijke zenders waardoor deze 'meanings' en 'representations' gezonden worden is de media. De media berichten mensen over gebeurtenissen in de wereld. Op die manier kunnen mensen oordelen over de ontwikkelingen en gebeurtenissen in die wereld. Het volgen van nieuws is hierbij anders dan het meemaken van een ontwikkeling of gebeurtenis. Het nieuws dat door de media wordt geproduceerd wordt vaak op een bepaalde autoritaire wijze gepresenteerd. Ze maken aanspraak op 'objectieve', 'neutrale' of 'normale' verslaggeving en het lijkt erop dat ze van alles op de hoogte zijn. Dit zorgt ervoor dat media macht met zich mee dragen (Meijers, 2006, p.9). Tegelijkertijd verwacht het publiek dat de media neutraal zijn, waardoor het beeld ontstaat dat de media het onpartijdige doorgeefluik van de samenleving is. Van Ginneken (1998) stelt echter: "Scientists, teachers, journalists often claim that they produce facts and reproduce a world of pure "facts". They forget that the word "fact" stems from the Latin word *facere* or making. In this sense, all observed and reported facts are artifacts: they are (wo)man-made. There are no facts which speak for themselves." (Van Ginneken, 1998, p.15). Feitelijk gezien geven de media slechts een versie

van de wereld, waarbij deze representatie incompleet kan zijn (Meijers, 2006, p.9). Toegevoegd kan worden het feit dat journalisten een bepaalde neiging naar 'slechts nieuws' hebben en zich daar op focussen. Het 'slechte nieuws' neemt namelijk vaak een kortere en hevigere tijdsperiode in beslag dan 'goed nieuws'. Dit wordt het 'negativiteitsprincipe' genoemd (Galtung & Ruge, 1965, pp.67-70). Dit komt vaak voor bij berichtgeving over gebieden die (cultureel gezien) op verre afstand liggen, waardoor het 'Westen' deze gebieden zien als 'eternal problems areas', die niet zonder de voortdurende hulp van het 'Westen' kunnen functioneren (Van Ginneken, 1998, p.31).

"The concept of representation embodies the theme that the media construct meanings about the world - they *represent* it, and in doing so, help audiences to make sense of it" (O'Sullivan et al, 1998, p.71). Branson and Stafford (1999, p.15) leggen uit hoe de media te werk gaat: "The media give us ways of imagining particular identities and groups which can have material effects on how people experience the world, and how they get understood, or legislated for or perhaps beaten up in the street by others...this is partly because the mass media have the power to re-present, over and over, some identities, some imaginings, and to exclude others, and thereby make them seem unfamiliar or even threatening". Sommige media hebben meer invloed dan andere. Dit komt vooral omdat sommigen op een meer internationale schaal werken dan anderen. De persbureaus en medianetwerken die het grootst zijn hebben de meeste invloed: zij hebben de meeste financiële middelen en organisatorische capaciteiten om (als eerste) nieuws te verzamelen en te maken (Van Ginneken, 1998, pp.113-114). Opvallend is dat de 'Westerse' media en persbureaus centraal een centrale plek innemen in de wereld. De drie grootste persbureaus (Reuters (Groot-Brittannië), Associated Press (Verenigde Staten) en Agence France-Presse (Frankrijk) liggen namelijk allemaal in de 'Westerse wereld' (Van Ginneken, 1998, p.45). Bovendien is het hebben van een buitenlandcorrespondent in het buitenland duur. Gevolg is dat de grootste persbureaus niet alleen het nieuws in eigen land bepalen, maar ook het nieuws in de wereld. De Derde Wereld en ontwikkelingslanden krijgen weinig aandacht. (Van Ginneken, 1998, p.142). "No other areas of the world (...) have such a density of "world news-makers" as the American North-East and the European North-West" (Van Ginneken, 1998, p.129). Het gevolg is dat het 'Westen' dominant is in de nieuwsproductie, dat er sterke selectie plaatsvindt in het nieuws en dat er een centrum-periferie scheiding gevormd wordt (Van Ginneken, 1998, p.42).

2.2.3 - Toeristensector

Er zijn diverse media te noemen die verantwoordelijk zijn voor de representatie van reisbestemmingen. Voorbeelden zijn reisverhalen, reisbrochures en reisgidsen. Het probleem van deze media is dat de informatie die erin staat al snel achterhaald kan zijn. Data veranderen, openingstijden veranderen, hotels kunnen sluiten etc. Deze veranderingen kunnen niet zo snel worden aangepast, in het geval van reisgidsen en reisbrochures is dit een proces van maanden. Internationale reizigers en toeristen arriveren vaak op een bestemming zonder veel af te weten van de plek of het land. Reisgidsen en reisbrochures zijn dan cruciaal. Ze laten zien wat er te doen is, wat er te zien en te ervaren is. Op die manier sturen de reisgids en de reisbrochure de toerist, waardoor er een representatie van de toeristische bestemming en bezienswaardigheden ontstaat (Carter, 1998, p.351). Hierbij

spelen mythe en fantasie een grote rol. Door Uzzel (1984) wordt gesteld dat 'the information about places, nature and culture overlay the opaque messages on the pages of holiday brochure and contribute to the creation of a mythology' (Seyssens, 2006, p.20). Toeristen hebben dus bepaalde verwachtingen over een bestemming door de reisgidsen en reisbrochures. Aan de andere kant zijn toeristen zich ook bewust van deze mythevorming van de bestemming. Ze geven ook vaak een eigen en nieuwe betekenis aan de toeristische bestemming (Seyssens, 2006, p.21). Een tweetal redenen is aan te wijzen voor mythevorming. Ten eerste bevindt de bestemming zich vaak op fysieke afstand van de thuislocatie. Ten tweede wil de toeristische sector dat de bestemming een vertrouwelijk en een zo positief mogelijke representatie krijgt. Seyssens (2006) stelt: "De verbeelding van toeristische plaatsen en culturen houdt dus altijd een zekere mate van fantasie en dromen in. Het beeld- en tekstmateriaal van reisbrochures draagt bij aan bepaalde verwachtingen van toeristen tijdens de voorbereidingsfase van reizen" (Seyssens, 2006, p.19). Toeristen komen dus met een bepaalde droom en met een bepaalde verwachting naar Afrika. Van Beek (2004) 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', they do not say anything about the other culture but do tell a lot about the Western culture" (Seyssens, 2006, p.22).

De toeristensector doet er dus alles aan om de bestemming zo positief mogelijk neer te zetten en zoveel mogelijk toeristen te trekken. Dit wordt 'destination marketing' genoemd, waarbij het doel van het verkopen van de bestemming centraal staat. Er wordt een beeld gecreëerd voor de desbetreffende bestemming. Het beeld van producten heeft namelijk een grote invloed op het gedrag van consumenten (Tasci, 2007, p. 194). Toeristen zullen eerder voor een bepaalde bestemming kiezen als het beeld dat zij van deze bestemming hebben positief is (Kotler, 1993, p. 142). Desondanks is er weinig onderzoek gedaan naar de vraag welke factoren het beeld dat een individu van een bestemming heeft beïnvloeden en naar de manier waarop deze factoren het vormen en de structuur van een beeld beïnvloeden (Beerli, 2004, p. 660).

2.2.4 – Hulporganisaties

De beelden die NGO's en goede doelen organisaties over Afrika geven staan in verband met de beelden die de media geven. Dit komt doordat de beelden die NGO's en goede doelen organisaties willen neerzetten vaak via de media gaan (via journalisten bijvoorbeeld). NGO's en goede doelen organisaties hebben de media nodig om publiciteit te krijgen (Dogra, 2007, p.163). Aan de andere kant kunnen journalisten beïnvloed worden door de NGO's en goede doelen organisaties en ze richten zich vervolgens alleen nog maar op dat ene beeld van het hulpeloze en afhankelijke Afrika (Kussendrager, 1999, p.8; Brinkman, 2010, p.18).

NGO's en goede doelen organisaties spelen een belangrijke rol in de beeldvorming over Afrika. Zij hebben baat bij zoveel mogelijk geld te ontvangen via donaties, om vervolgens dit geld te besteden aan de ontwikkeling van Afrika. Fondswerving staat centraal als doel bij het construeren van het beeld van Afrika.

Conclusie

De verschillende soorten producenten die van invloed kunnen zijn op de beeldvorming van Kenia zijn besproken.

- 1) Social media, waaronder weblogs, zijn de nieuwe media die tegenwoordig volop gebruikt worden door toeristen. Mensen hebben toegang tot vele meningen over diverse onderwerpen; de 'collective intelligence'. De grootste uitdaging van social media blijft om de betrouwbaarheid te waarborgen, doordat ze vrij gecreëerd kunnen worden.
- 2) Het 'Westen' is dominant in de nieuwsproductie. Ze maken aanspraak op objectieve verslaggeving. Feitelijk gezien geven de media slechts een versie van de wereld, waarbij deze representatie incompleet kan zijn. Bovendien benadrukken de westerse nieuwsmedia het negatieve nieuws en ze geven gebeurtenissen in de Derde Wereld minder aandacht.
- 3) De toeristensector heeft als doel een bestemming zo positief mogelijk neer te zetten, waarbij het verkopen van de bestemming centraal staat.
- 4) NGO's en goede doelenorganisaties hebben fondsenwerving als doel bij het construeren van het beeld van Afrika.

In de volgende paragraaf wordt ingegaan op de inhoudelijke beelden van Afrika die geconstrueerd worden door deze besproken producenten.

2.3 – Beeldvorming van Afrika

"Misinformation about Africa has become a growth industry in the West." – Ama Biney –

Afrika is het twee na grootste continent in de wereld als gekeken wordt naar landoppervlakte en bevolking. Echter, het is ook het armste continent dat het minst ontwikkeld is. Het Westen heeft in het algemeen weinig kennis over Afrika. Westerlingen zijn er nog nooit geweest en velen zullen dit ook nooit gaan doen. Toch hebben de meeste mensen in het Westen een beeld bij Afrika. Ze denken dat dit beeld 'echt' is of 'waar' is. Zoals de quote bovenaan dit stuk laat zien bestaat er al lange tijd een selectief beeld van Afrika door het Westen. Stereotypen en generalisaties over Afrika zijn van toepassing. Nog steeds wordt Afrika gezien als de Ander, het tegenovergestelde van het Westen. In het volgende deel worden de beelden die over Afrika bestaan besproken. Er wordt onderscheid gemaakt tussen de verschillende zenders: media, toeristensector en NGO's en goede doelenorganisaties. Belangrijk is om te realiseren dat alle drie de zenders niet losstaan van elkaar en dat er niet per sé van één beeld gesproken kan worden. Begonnen wordt met het bespreken van het 'Donkere Continent' (Dark Continent). Dit is het eerste beeld dat over Afrika bekend werd. Dat beeld komt ook nog steeds terug in de beelden van nu over Afrika.

2.3.1 - Het Donkere Continent

Rond de zestiende eeuw veranderde het positieve en neutrale beeld dat in die tijd over Afrika bestond in een negatief beeld. Het was de tijd dat de eerste kapers arriveerden op de Afrikaanse kusten en de eerste slaven werden geëxporteerd. Vanaf toen veranderde de relatie tussen Afrika en het Westen. Westerlingen zagen de Afrikanen als 'primitievelingen' en als 'wilden'. Westerlingen geloofden in hun eigen culturele en morele superioriteit en ze waren in alle opzichten beter dan de Afrikanen, de Ander (Nederveen Pieterse, 1994, p.25).

Als kolonisator vonden ze dat zij de Afrikanen konden ontwikkelen en beschaving konden bijbrengen (Nederveen Pieterse, 1994, p.25).

De beelden die westerlingen naar buiten brachten over de Afrikanen (primitief volk, geen geschiedenis, geen beschaving, 'wilden') diende als rechtvaardiging voor de kolonisatie. De beelden lieten een beeld zien waarin Afrika het Donkere Continent (Dark Continent) wordt genoemd. Dit begrip en tevens metafoor kan als koepelbegrip worden gezien voor alle negatieve beelden die bij Afrika geassocieerd worden. Door het continent donker te noemen wordt gewezen naar de nacht, wat bij veel mensen angst en wildheid oproept. Bovendien suggereert dit begrip dat Afrika bestaat uit wilde natuur. Ook hier staat het Westen weer tegenover Afrika. Het Westen ziet zichzelf als het Verlichte continent en Afrika wordt gezien als het Donkere continent. Op deze manier ontstaat er een denken in dichotomie. Een gebied behoort of bij de een of bij de ander en het is niet mogelijk dat een gebied geplaatst kan worden bij beide kanten. De dichotomieën die ontstaan zijn door de beeldvorming zijn: licht/donker, gevonden/verloren, leven/dood, beschaafd/wild, bekende/onbekende en tam/wild (Jarosz, 1992, p.106). Het beeld van Afrika als het Donkere Continent kan kort worden samengevat. Afrika wordt gezien als "a primeval, bestial, reptilian, or female entity to be tamed enlightened, guided, opened, and pierced by white European males through Western science, Christianity, civilization, commerce and colonization" (Jarosz, 1992, p. 108). Bonsue-Amoake (2008) zegt dat Afrika als 'Dark Continent' gezien wordt als een regio zonder historie en waar ouderwetse tradities en bijgeloof de hoofdrol spelen (Bonsu-Amoako, 2008, pp.11-12).

Bij het begrip Dark Continent wordt Afrika vergeleken met Europa, het Westen. Afrika is in alles het tegenovergestelde van Europa, waarbij Afrika de Ander is. Afrikanen werden vergeleken met de Europeaan (Nederveen Pieterse, 1994, p.22). Dit kon met van alles zijn; Afrikanen zouden geen wetten, koning, geld en geen schrift hebben. Europeanen konden zeggen dat ze dit wel allemaal hadden. Ook zouden de Afrikanen geen beschaafde normen en waarden kennen. Ook het positieve, de mooie natuur van Afrika, werd afgebeeld als iets negatiefs. De natuur werd gezien als iets wilds, woest en ondoordringbaars. Het enige positieve dat de Europeanen in de natuur zagen was dat ze er goud en diamanten vandaan konden halen (Nederveen Pieterse, 1994, pp. 27-31).

2.3.2 – Beeldvorming geconstrueerd door de media

De westerse media nemen een positie in, waarin ze de macht hebben om Afrika neer te zetten als ondergeschikte (Echner, 2003, p.668). De media bepalen wat er wel en wat er niet in het informatieproces opgenomen wordt. Niet alles wordt gecommuniceerd. Er ontstaat een zogenaamd 'us' en 'them' scheiding, waarbij 'us' het Westen is en 'them' Afrika is. Hierbij worden bepaalde beelden over Afrika steeds weer herhaald en benadrukt (Mahadeo, 2007, p.1). Tegenstellingen ontstaan, waarbij de westerse wereld boven de Derde Wereld wordt getypeerd: kolonisator/gekoloniseerd, Eerste Wereld/Derde Wereld, ontwikkeld/ontwikkeld, beschaafd/primitief, wetenschappelijke kennis/bijgelovig, industrie/geen industrie, actief/passief, normaal/exotisch etc. (Echner, 2003, p.668). Al deze negatieve beelden komen terug in media (Echner, 2003, p.668).

De meest dominante beelden ("representations") van Afrika die te vinden zijn in de verschillende literatuur over nieuwsmedia zijn de volgende:

- Afrikaanse politieke instabiliteit en financiële corruptie
- Armoede en honger
- Geweld, conflicten en (burger)oorlogen
- Afrika als de Wilde Jungle
- Afrika en AIDS

Afrikaanse politieke instabiliteit en financiële corruptie

Afrika komt vaak in het nieuws omdat het onrustig is in bepaalde landen, dictators aan de macht zijn, er geen sprake zou zijn van democratie en er oneerlijke verkiezingen worden gehouden. De vraag wordt dan gesteld wat het Westen kan doen om te helpen of om voor democratie te zorgen. Politieke instabiliteit is een direct gevolg van oorlogen en conflicten in Afrika (Mahadeao, 2007, p.2). Michira (2002) beweert dat wanneer de Westerse media deze conflicten en instabiliteit benadrukken, ze hierdoor ook gelijk overbrengen dat Afrikanen niet in staat zijn om hun land te besturen en "that "Africans cannot embrace democratic principles of governance" (Michira, 2002, p.5). Wat zelden bericht wordt is dat de mislukte machtsstructuren gedeeltelijk de schuld zijn van het Westen en dat de oorzaak van geldnood terug te voeren is op het Westerse bankensysteem (Mahadeao, 2007, p.2).

Armoede en honger

De media laten zien in hun berichten dat Afrika veel armoede kent. Dit gebeurt door het tonen van en berichten over sloppenwijken, uitgehongerde kinderen, oudere mensen, droge rode aarde, dorre landschappen, zielig kijkende kinderen en kinderen die onder de vliegen zitten. Het feit dat Afrika ook rijk is aan grondstoffen wordt niet genoemd (Mahadeao, 2007, p.2). Dat er door media vaak over armoedebestrijding gesproken wordt, impliceert dat armoede niet langer meer door ontwikkeling kan worden opgelost. Armoede wordt door de media gezien als een 'natuurlijke' toestand, die weliswaar moet verdwijnen. Echter, er wordt gedacht dat armoede nou eenmaal hoort bij Afrika (Nederveen Pieterse, 1990, pp. 234-235). Uit een Engels onderzoek blijkt dat de westerse wereld een verstoord beeld heeft van de Derde Wereld. Zo denken Engelse kinderen op de basisschool dat 50 tot 75 procent van de kinderen uit de wereld ondervoed zijn. In het echt ligt dit cijfer veel lager: slechts twee procent. Bovendien denken ze dat tien tot twintig procent van de zes tot tien jarige kinderen naar school gaan. In het echt is dit percentage negentig procent (Alam, 1994, p.1)

Geweld, conflicten en (burger)oorlogen

De indruk wordt gewekt door de westerse media dat er vele oorlogen zijn in Afrika. Echter, er wordt niet gekeken wat nou werkelijk het geval is. Het beeld bestaat dat er in heel Afrika oorlogen woeden, doordat Afrika als één geheel wordt gezien. Afrika wordt gezien als land, in plaats van continent. Dit terwijl ieder land een andere cultuur en situatie kent en lang niet in ieder land is er oorlog (Mahadeao, 2007, p.2).

Kussendrager (1999) kijkt naar het beeld dat hierdoor van Afrikanen zelf ontstaat. Hij beweert dat Afrikanen gezien worden als barbaars, beestachtig, krijgers, naakte en woeste mensen, die zich niet laten leiden door discipline en ideologie (Kussendrager, 1999, p. 7; Michira, 2002, p.5).

Afrika als de Wilde Jungle

Dit beeld impliceert dat westerse media meer aandacht besteden aan het wildleven dan aan het leven van mensen in Afrika. Wanneer er aandacht aan het wildleven wordt besteed door de media zou dit komen doordat de dieren die daar leven bedreigd worden en niet doordat de mensen in Afrika lijden of bedreigd worden door rampen. Dit verschijnsel wordt ook wel 'Animalization' genoemd (Michira, 2002, p.3; Bonsu-Amoako, 2008, pp.11-12).

Afrika en AIDS

Michira (2002) gelooft dat de beelden van zieke en stervende mensen in Afrika gepresenteerd worden door de westerse media, om te laten geloven dat het hun eigen schuld is. Het zou in ieder geval niet de schuld van het westen zijn. Afrikanen zouden immers geweigerd hebben hun 'sexual practices' te veranderen, inclusief hun "backward cultural and religious traditions that make talking about sexuality and AIDS a taboo" (Michira, 2002, p.5).

Ook Jarosz (1992) spreekt over het beeld van Afrika in combinatie met Aids. Afrika wordt vaak direct geassocieerd met AIDS. Het is echter nog nooit vastgesteld dat AIDS daadwerkelijk uit Afrika komt. Deze aanname leidt tot racisme en uitsluiting. Bovendien worden Afrikanen getypeerd als seksuele abnormale en gevaarlijke mensen (Jarosz, 1992, p. 111).

2.3.3 – Beeldvorming geconstrueerd door NGO's en goede doelen organisaties

NGO's en goede doelen organisaties construeren vaak het beeld van Afrika dat het hulpeloos en volledig afhankelijk van het westen is. Dit beeld is eenzijdig. Kussendrager (1999) is van mening dat NGO's en goede doelen organisaties zorgen voor een negatief beeld over Afrika. Ze dragen een beeld uit waarin Afrika als afhankelijk van het westen en van ontwikkelingshulp wordt neergezet. Dit impliceert dat Afrika zichzelf niet kan redden en geen initiatieven toont. Lamers (2005) gaat hier verder op in. Hij beweert dat deze negatieve beelden niet onjuist hoeven te zijn, maar doordat ze te vaak op een zelfde manier worden gebruikt, wordt dit beeld een werkelijkheid op zichzelf (Lamers, 2005, p.39). Bovendien is het beeld te eenzijdig. Bij hongersnood worden alleen de gevolgen getoond, in dit geval sterfte en niet zo zeer de context en de gevolgen.

Strategieën

Er is een tweetal communicatiestrategieën aan te wijzen dat gebruikt wordt door NGO's en goede doelen organisaties om aandacht te trekken en geld in te zamelen. Deze twee strategieën hangen nauw samen met het beeld dat NGO's en goede doelen organisaties over Afrika willen neerzetten. De twee strategieën zijn de 'Pornography of poverty' en de 'Development as sexy' (Brinkman, 2010).

Pornography of poverty

Deze strategie maakt zowel gebruik van positieve als negatieve beeldvorming. Tot aan de jaren tachtig van de vorige eeuw werden alleen maar negatieve beelden gebruikt door NGO's en goede doelen organisaties in de berichtgeving over Afrika. Dit is nu veranderd en er wordt nu ook gebruik gemaakt van positieve beelden. Hierin worden Afrikanen afgebeeld vol met zelfvertrouwen, gelukkig en actief. Echter, deze 'positieve' beelden laten nog altijd

een beeld zien waarin Afrika het 'negatieve' is van het Westen. Afrika (de Ander) is alsnog ondergeschikt aan het dominante westen. Deze verandering van communicatie leidde niet tot een verandering in de manier van kijken naar Afrika. De positievere beelden hadden alleen maar als gevolg dat er meer geld van donaties binnen kwam.

Beelden van hongerige kinderen, zielige baby's en fragiele mensen behoren tot de negatieve beelden. Afrika wordt neergezet als afhankelijk en hulpeloos. Juist door het gebruik van kinderen in de beelden associëren mensen dit met een zwak en kwetsbaar Afrika, dat afhankelijk is van de ontwikkelde westerse landen die immers veel sterker en rijker zouden zijn (Cameron, 2008, p.1477). 'Othering' is hierop van toepassing, aangezien het westen het Afrika als 'anders' portretteert. Lamers (2005) heeft de volgende tabel (volgende pagina) hierover, waarbij 'de ander' Afrika is en 'de zelf' het westen is (Lamers, 2005, p.54):

'De Ander'	'De zelf'
Kind	Volwassen
Onwetend	Wijs, intelligent
Passief	Actief
Hulpeloos	Behulpzaam

Tabel 1: Afrika versus het westen. Lamers, 2010, p.54

NGO's en goede doelen organisaties maken vaak gebruik van afbeeldingen in hun communicatie. Op deze foto's zijn vaak terugkerende aspecten te zien. Zo worden vaak kinderen afgebeeld met veel vliegen rond het gezicht, kinderen met dikke buikjes die honger hebben, foto's zijn vaak van bovenaf genomen waardoor er op de Afrikanen wordt neergekeken en mensen kijken vaak met grote ogen in de camera. Op deze manier hopen de goede doelen organisaties en NGO's emotionele gevoelens en schuldgevoelens los te wekken bij de mensen (Lamers, 2005, pp.39-40).

Development as sexy

De tweede communicatiestrategie wordt de 'Development as sexy' strategie genoemd. Bij deze strategie worden door de NGO's en goede doelen organisaties verschillende beroemdheden ingezet om ervoor te zorgen dat beelden authenticiteit uitstralen. Beroemdheden spreken namelijk uit ervaring, zijn op plekken in Afrika geweest en hebben mensen in Afrika ontmoet. Ze kunnen spreken in de eerste persoon. Het voordeel voor NGO's en goede doelen organisaties om beroemdheden te vragen in hun communicatie is dat beroemdheden snel het vertrouwen hebben gewonnen van mensen en ze ervoor kunnen zorgen dat bepaalde deuren worden geopend, die anders gesloten zouden blijven. Mensen identificeren zich veel sneller met beroemdheden dan met de 'gewone' Afrikanen. NGO's en goede doelen organisaties spelen dus in op emoties, met als doel zoveel mogelijk geld in te zamelen. Dat beroemdheden de aandacht weten te trekken en van belang zijn in de communicatiestrategieën blijkt wel uit het volgende citaat: *"While viewers are kept up to the minute on Bono's doings in Africa, major events on the continent have gone almost entirely unreported"* (Hollar, 2007).

Bij 'Development as sexy' wordt geprobeerd NGO's en goede doelen organisaties het zogenaamde 'sex appeal' te geven. Ontwikkelingshulp moet sexy zijn en ontwikkelingssamenwerking moet sexy lijken.

2.3.4 – Beeldvorming geconstrueerd door de toeristensector

Drie beelden

De toeristische sector speelt een grote rol in de beeldvorming van Afrika. Het doel is om zoveel mogelijk toeristen naar Afrika te laten gaan. Om dit doel te bereiken wordt over het algemeen een positief beeld over Afrika neergezet. Vooral multinationale westerse touroperators, reisorganisaties en reisbureaus hebben baat bij een goede beeldvorming, aangezien Westerse toeristen het meest naar Afrika afreizen. Op die manier wordt er veel geld aan hen verdiend (Echner, 2003, p.661).

Echner (2003) onderscheidt drie beelden over Afrika die te maken hebben met toeristische beeldvorming over Afrika. Afrika wordt gezien als 'unchanged', 'unrestrained' en 'uncivilized'. Bij al deze beelden wordt er vanuit gegaan dat de Westerse wereld zichzelf vergelijkt met de Derde Wereld, waarbij de Derde Wereld gezien wordt als statisch, tijdloos en onveranderd (Echner, 2003, p.661). De toerist is op zoek naar het ultieme andere continent (Seyskens, 2006, p.22). Bij het 'unchanged' beeld wordt er vanuit gegaan dat Afrika een plek is om nog ontdekt te worden ('journey of discovery'). Toeristen willen het land ontdekken, geheimen ontrafelen en exotische mensen ontmoeten. Deze beeldvorming hangt nauw samen met het beeld dat men had van Afrika in de koloniale tijd, waarin 'exploration, trade and Conquest' van toepassing waren. De toerist van deze tijd wil de koloniale tijd van vroeger herontdekken en zelf meemaken. Om die reden wordt de Derde Wereld neergezet als 'unchanged'. Verder wordt bij het beeld van 'unchanged' ook het verleden benadrukt. De nadruk ligt op het rijke verleden met mooi gebouwen en monumenten als overblijfselen (Echner, 2003, p.669).

Bij het 'unrestrained' beeld wordt Afrika neergezet als een paradijs. Er is mooie natuur, de zon schijnt volop en de mensen zijn altijd vriendelijk. Dit beeld is geromantiseerd (Echner, 2003, p.672).

Tot slot het 'uncivilized' beeld. Bij dit beeld van Afrika heeft de toerist te maken met primitieve omstandigheden, ongerepte natuur, vreemde vegetatie en gevaarlijke dieren. De avontuurlijke toerist zal dit trekken (Echner, 2003, p.675).

Het toeristische beeld van Afrika wordt kort samengevat door Kussendrager (1999). Afrika wordt door hem beschreven aan de hand van de vier S'en: strand, safari, seks en stammen (Kussendrager, 1999, p. 6). In deze beelden wordt Afrika vaak als prachtig afgebeeld, met mooie landschappen.

Alle reisgidsen hebben altijd wel een hoofdstuk over gezondheid en gevaren. Hierin staat onder andere welke ziektes er voorkomen in het gebied. Uit onderzoek blijkt dat mensen Afrika als een gevaarlijke toeristische bestemming zien (Carter, 1998, pp.351). Dit varieert van het oplopen van HIV/AIDS tot vervuild drinkwater. Niet zozeer de aanwezigheid van ziektes maakt het dat toeristen Afrika als een gevaarlijke bestemming zien, maar juist de afwezigheid van goede gezondheidsfaciliteiten, kennis, sociale stabiliteit en sociale condities zorgt ervoor dat Afrika als gevaarlijk wordt gezien. De volgende quote van een vrouwelijke

en westerse toerist maakt dit duidelijk: "West Africa is bad for AIDS, so I hear. The standards of health care in Africa are really horrible... I mean., it's so volatile over there, isn't it?" (Carter, 1998, pp.351-355). Toeristen zouden in Afrika een verhoogde kans hebben om te maken te krijgen met politieke en sociale instabiliteit, slechte governance, oorlog, terrorisme, criminaliteit, onvriendelijke mensen, taalbarrières, primitieve omstandigheden en een onstabiele munt (Lepp, 2011, p.675). Omdat Afrika vaak te maken heeft met deze negatieve beelden (door de media bijvoorbeeld) en omdat het omschreven wordt als 'a single undifferentiated territory that is dangerous' (Lepp, 2011, p.675), zorgt dit ervoor dat veel toeristen niet kiezen voor Afrika als bestemming of ze kiezen voor veilige massatoerisme.

Conclusie: Samenhang tussen de beelden

In deze paragraaf is ingegaan op de inhoudelijke beelden van Afrika die geconstrueerd worden door drie verschillende zenders.

De westerse nieuwsmedia nemen een positie in, waarin ze de macht hebben om Afrika neer te zetten als ondergeschikte. De meest voorkomende beelden zijn: Afrikaanse politieke instabiliteit en financiële corruptie, Armoede en honger, Geweld en oorlogen, Afrika als de Wilde Jungle en tot slot Aids.

De NGO's en goede doelenorganisaties zetten Afrika tegenwoordig vaak neer als hulpeloos en afhankelijk van het rijke westen. Door bij hun beeldvorming gelukkige en vrolijke Afrikanen te laten zien, proberen de NGO's en goede doelenorganisaties duidelijk te maken dat dit komt door de hulp die ze krijgen van het westen.

De toeristensector zet Afrika vooral neer als het onontdekte en onveranderde continent, met safari en strand.

Aan het begin van deze literatuurverkenning werd gezegd dat de beelden van de media, NGO's en goede doelen organisaties en de toeristensector niet los van elkaar moeten worden gezien. Alle drie de beelden overlappen elkaar en in alle drie de beelden komt een negatief beeld van Afrika terug. Echter, dit negatieve beeld wordt in elk beeld anders gepresenteerd. Het mediabeeld is overwegend negatief. De NGO's en de goede doelen organisaties laten ook het negatieve beeld zien van Afrika, waar veel honger, oorlog en armoede is. Echter, zij zetten deze beelden neer op een manier dat ze zoveel mogelijk geld kunnen binnenhalen. Ook laten ze de positieve kant van Afrika zien, om mensen ervan te overtuigen dat het helpt om geld te geven aan Afrika. De toeristensector is overwegend positief, maar ook zij hebben te maken met negatieve beelden. Deze negatieve beelden gaan vooral in op het feit dat Afrika onveilig is, criminaliteit kent en politiek instabiel is. Ze willen de toerist dus waarschuwen, maar ze benadrukken vooral de mooie kant van Afrika. Het begrip 'Dark Continent' is van toepassing op alle drie de beelden. Dit begrip stelt het Westen namelijk superieur boven Afrika. De media doet dat door negatieve beelden uit te zenden. De NGO's en goede doelen organisaties doen dat door het afhankelijk Afrika te laten zien. De toeristensector doet dat door in te gaan op de onveiligheid en de gevaren van Afrika.

Hoofdstuk 3 – Methodologie

Met het vorige hoofdstuk als bagage, wordt in dit hoofdstuk begonnen met het onderzoek. De methodologie van het onderzoek wordt beschreven en uitgelegd. Alle keuzes worden zoveel mogelijk toegelicht. Ook worden de probleemstelling en deelvragen nogmaals genoemd.

3.1 – Inhoudsanalyse

3.1.1 – Wat wordt onderzocht?

De onderzoeksvraag van dit onderzoek luidt:

“Welke bijdrage leveren vrijwilligerstoeristen in Kenia op de waarbenjij.nu weblogs aan de beeldvorming van Afrika?”

Hierbij worden deelvragen gesteld. De deelvragen zijn:

Deelvraag 1: Wie zijn de zenders?

Deelvraag 2: Hoe gebruiken de vrijwilligerstoeristen het medium ‘weblog’?

Deelvraag 3: Welke beelden over Afrika ontstaan via de geschreven informatie op hun weblogs?

Deelvraag 4: Hoe wordt het ontstaan van deze beelden verklaard?

Om de onderzoeksvraag te beantwoorden worden teksten van waarbenjij.nu weblogs geanalyseerd. Bij deelvraag 1 wordt gekeken wie de zenders van de teksten van de weblogs zijn. Wie hebben de teksten geschreven en wat kan er gezegd worden over deze personen? Bij deelvraag 2 wordt gekeken hoe deze mensen (de vrijwilligerstoeristen) hun weblog gebruiken. Kan achterhaald worden waarom ze een weblog gebruiken? En hangt dit doel samen met het gebruik van het medium ‘weblog’? Uit de literatuur blijkt namelijk dat weblogs vrij gecreëerd kunnen worden en dat iedereen ze kan lezen (toegankelijkheid). Gekeken wordt of de schrijver van de weblogs hiermee rekening houdt. Wordt bijvoorbeeld bepaalde informatie weggelaten, doordat de schrijver bewust is van het feit dat de weblogs door iedereen gelezen kan worden? Bij deelvraag 3 wordt gekeken welke beelden er over Afrika ontstaan via de teksten van de weblogs. Komt het mediabeeld, het toeristenbeeld en/of het goede doelenbeeld terug? Of ontstaat er juist een geheel nieuw beeld? Er wordt gekeken wat de lading is van deze inhoud, is hetgene wat geschreven wordt vooral positief, negatief of neutraal? Bij deelvraag 4 wordt gezocht naar een verklaring voor het ontstane beeld.

Er wordt gebruik gemaakt van zowel de kwantitatieve inhoudsanalyse en de kwalitatieve inhoudsanalyse. Hieronder wordt eerst uitgelegd wat het verschil is tussen beide methoden en waarom ze een goede aanvulling zijn van elkaar.

3.1.2 – Verschil kwantitatieve inhoudsanalyse en kwalitatieve inhoudsanalyse

Er zijn twee typen inhoudsanalyse: kwantitatieve inhoudsanalyse en kwalitatieve inhoudsanalyse. Gekozen is om gebruik te maken van zowel de kwantitatieve als de kwalitatieve inhoudsanalyse. Bij de kwantitatieve inhoudsanalyse wordt de nadruk gelegd op

aantallen en omvang van bepaalde thema's of onderwerpen in teksten. Bij de kwalitatieve inhoudsanalyse wordt de inhoud niet gekwantificeerd, maar is de focus, het perspectief van de inhoud van belang (Bryman, 2004). De kwalitatieve inhoudsanalyse wordt gebruikt om in te zoomen op geselecteerde specifieke aspecten. Door het opsporen van deze elementen worden de onderzoeksvragen beantwoord. Het is een methode waarbij interpretatie van belang is. Doordat bij kwantitatieve inhoudsanalyse bepaalde delen van de teksten geïsoleerd en gecodeerd worden, gaat de bredere context vaak verloren. Onderzoek naar beeldvorming en stereotypering vereist een diepgaande kwalitatieve studie, omdat er veel aandacht is voor de interpretatie van de teksten. Het betekent dat betekenissen niet automatisch uit de inhoud van de geschreven teksten voortvloeien, maar gebaseerd zijn op de interpretatie van de onderzoeker. Beide soorten van de inhoudsanalyse vullen elkaar dus goed aan en ook in dit onderzoek is dat van toepassing.

3.1.3 – Dataverzameling

De keuze voor waarbenjij.nu als weblog is gebaseerd op de bekendheid ervan. Het is het bekendste type reisweblog in Nederland en er zijn er vele van te vinden op internet. De selectie van deze weblogs is gebaseerd op het land waarover geschreven wordt en het doel waarvoor de persoon naar het land kwam. Het land in dit onderzoek is Kenia. Dit West-Afrikaanse land wordt volgens de World Bank tot een Derde Wereld land gerekend (Echner, 2003, p.662). Het land is gekozen voor dit onderzoek, omdat er veel waarbenjij.nu weblogs te vinden zijn van vrijwilligerstoeristen in Kenia. Ook is het een land dat veel diversiteit heeft: er kan safari gedaan worden, er is natuur, steden, er zijn recent conflicten geweest, het land verdient veel geld aan toerisme en er is ook armoede.

Er is gekozen om weblogs van vrijwilligerstoeristen te analyseren. Dit is een duidelijk te herkennen groep, die zowel vrijwilligerswerk doet, als het reizen in het land zelf meemaakt. In totaal worden negentien weblogs geanalyseerd. Aanvankelijk waren er twintig geselecteerd, maar tijdens de analyse is één weblog afgefallen. Dit kwam omdat deze weblog uiteindelijk toch de reis weer hervatte en daardoor niet weer terug was in Nederland (dit was een van de selectiecriteria, zie hieronder). In bijlage 1 is de lijst van alle geanalyseerde weblogs te vinden. Deze worden benoemd door middel van nummering, in plaats van de auteursnaam te noemen. Dit in verband met de privacy van de auteurs. Aangezien er in totaal meer dan 22.000 waarbenjij.nu weblogs over Kenia op het internet zijn te vinden, is een selectie gemaakt van de weblogs die gebruikt worden voor de analyse. Er is een selectie te maken door te kijken naar:

- Het land – De weblog moet over Kenia gaan.
- Type reiziger – De auteur moet vrijwilligerstoerist zijn.
- De vrijwilligerstoerist moet weer thuis in Nederland zijn en dus is het laatste bericht geschreven.
- Zo recent mogelijk – De meest recente weblogs, die voldeden aan bovenstaande criteria, zijn gekozen om geanalyseerd te worden.

Na deze selectie bleven er zeker meer dan twintig over. Gekozen is om twintig weblogs (zo recent mogelijk) te gebruiken voor de analyse. De gevonden resultaten zullen door de hoeveelheid weblogs en daarmee de hoeveelheid teksten niet op toeval berusten.

Niet alle teksten van de geselecteerde weblog worden geanalyseerd. Dit omdat er grote verschillen ontstaan tussen de lengte van de teksten op de weblogs, de frequentie van het

schrijven op de weblogs en de periode waarin geschreven wordt. Er is gekozen om steeds het eerste, het middelste en het laatste bericht te analyseren. Het eerste bericht is niet per se het eerste bericht op de weblog. Het eerste bericht dat geschreven is vanuit Kenia zelf wordt gerekend tot het eerste bericht. Dat het geschreven is vanuit Kenia is te zien doordat er dan een Keniaans vlaggetje voor de tekst staat, in plaats van een Nederlands vlaggetje. Ook zal niet per woord worden geteld, maar per onderwerp. Een onderwerp wordt pas als onderwerp gezien, als er meer dan één zin aan besteed is. Eén keer noemen is dus niet genoeg om te tellen als onderwerp. Het gevolg hiervan is dat niet alle woorden geanalyseerd worden in een weblog. Losse zinnen worden tot geen enkel onderwerp gerekend. Het totaal aantal woorden per weblog is dus hoger dan het totaal aantal geanalyseerde woorden per weblog. Verder speelt hierbij mee dat algemene zinnen (vaak te vinden in de inleiding en het slot) niet tot een bepaald onderwerp gerekend worden. Voorbeeld van zo een zin is bijvoorbeeld: "Hello friends, family and other people who are interested in my adventures! I decided to write my blog in English so the internationals can read it too. I hope I don't get an email with corrections from my auntie Hanneke every time after I post something" (Weblog 12).

Er wordt gekeken hoe vaak over een onderwerp in de teksten van de waarbenjij.nu weblogs wordt geschreven. Dit wordt gedaan door per onderwerp te tellen om hoeveel woorden het gaat (kwantitatieve inhoudsanalyse). Beoordeeld wordt welke zinnen behoren bij het onderwerp en daarvan worden de woorden geteld. Het analyseschema is in bijlage 2 terug te vinden. Dit analyseschema bestaat onder meer uit de onderwerpen die in de literatuurverkenning (Hoofdstuk 2) naar voren zijn gekomen. Deze onderwerpen zijn in een schema gezet en gecategoriseerd. Bovendien zijn er onderwerpen aan toegevoegd naar eigen inzicht.

Ook wordt de inhoud geïnterpreteerd (kwalitatieve inhoudsanalyse). Om dit alles te verduidelijken is hieronder een voorbeeld te zien van een stuk tekst dat gecategoriseerd is bij 'Bevolking'. Uit onderstaande tekst (Weblog 8) blijkt namelijk dat de bevolking als traag en passief wordt beschouwd door de vrijwilligerstoerist. Er zit een duidelijk begin en een eind aan de tekst. Al deze woorden worden geteld en tot het onderwerp 'Bevolking' gerekend.

"Na het eten gingen we dvd's halen, je kunt hier heel leuk voor 50 eurocent (50ksh) "legale" dvd's kopen. Ennn natuurlijk, moesten we hier ook weer heel lang wachten.. Het zou telkens over 3 minuten klaar zijn.. Maar uiteindelijk was het weer dik een uur later en hadden we onze dvd's" (Weblog 8).

Het analyseschema is niet allesomvattend, tijdens het analyseren kunnen er altijd onderwerpen of begrippen bij worden gevoegd. Bij de kwalitatieve inhoudsanalyse wordt gebruik gemaakt van structureren. Tijdens het analyseren wordt er structuur aangebracht in de teksten. De teksten worden vergeleken en opgedeeld in stukjes. Deze stukjes tekst die samen horen worden gebundeld onder één noemer. Op de manier kan er gekeken worden hoe vaak een onderwerp terugkomt, om vervolgens te kijken wát er precies over dit onderwerp geschreven wordt.

Het kan zo zijn dat eenzelfde stuk tekst tot meerdere onderwerpen gerekend kan worden. In dat geval wordt dit onderwerp gerekend tot 'Mix'. Ook dit is terug te zien in het analyseschema's en de resultaten.

Er zijn geen foto's of afbeeldingen te vinden tussen de teksten van de weblogs door. Hierdoor krijgt de lezer alleen maar een beeld van Kenia door het lezen van de teksten. Wel is er een apart fotoalbum te vinden op weblog. Hier moet apart op geklikt worden om te openen. Foto's en afbeeldingen zijn niet meegenomen in de analyse van de weblogs.

In het volgende gedeelte worden de deelvragen nader bekeken en wordt er gekeken welke vragen er gesteld kunnen worden om de weblogs te analyseren. Dit is de operationalisering.

3.2 – Operationalisering

Deelvraag 1: Wie zijn de zenders?

- Wat voor soort vrijwilligerswerk doen ze?
- Waar verblijven ze en hoelang blijven ze?
- Wat is de leeftijd en het geslacht van de vrijwilligerstoeristen die schrijven?

Deelvraag 2: Hoe gebruiken de vrijwilligerstoeristen het medium 'weblog'?

- Hoe vaak schrijven de vrijwilligerstoeristen op hun weblog (frequentie)?
- Met welk doel is de informatie op de weblogs geschreven? (Waarom, boodschap en voor wie)
- Wat kan gezegd worden over de toon (formeel/informeel) van de inhoud van de weblogs?

Deelvraag 3: Welke beelden over Afrika ontstaan via de geschreven informatie op de weblogs?

- Welke onderwerpen komen terug in de weblogs?
- Wat benadrukken de vrijwilligerstoeristen in hun weblogs?
- Hoe hangen deze onderwerpen met elkaar samen?
- Wat kan gezegd worden over de lading (positief/negatief/waardeoordelen) van de inhoud van de weblogs?

Deelvraag 4: Hoe wordt het ontstaan van deze beelden verklaard?

- De analyse en resultaten worden gekoppeld aan de literatuur. Gekeken wordt of er samenhang te vinden is tussen deze drie dingen.
- Er wordt gekeken naar de zender en het medium om een verklaring te vinden.

Deelvraag 1: De antwoorden op de gestelde vragen bij deelvraag 1 kunnen gehaald worden uit de teksten van de weblogs en uit het profiel dat op de waarbenjij.nu weblog te vinden is. Hier staat leeftijd, geslacht, in welke plaats de vrijwilligerstoerist is en over hoeveel dagen de vrijwilligerstoerist weer thuis is.

Deelvraag 2: De antwoorden op de gestelde vragen bij deelvraag 2 kunnen gevonden worden door middel van het lezen van de weblogs.

Frequentie: Tellen van het aantal geschreven teksten. Dit is terug te vinden links op de weblog.

Doel: Gekeken wordt of duidelijk te achterhalen valt waarom de vrijwilligerstoeristen de weblog schrijven en voor wie ze dit schrijven. Feitelijk, Achtergrondinformatie, Vermaak, Geruststellend naar het thuisfront, Verschillen Afrika – Westen laten zien, Self Expression, Professionele redenen. Gekeken wordt of de tekst vooral feitelijk van aard is (beschrijving van wat de vrijwilligerstoerist allemaal meemaakt/opvalt) of achtergrondinformatie verschaft. Met achtergrondinformatie wordt alle informatie bedoeld die poogt verklaring of duiding te geven: feiten historie, economie, politiek, bevolking, land zelf.

Verband doel – medium: Weglaten informatie, Woordkeuze, Geromantiseerd. Uit de literatuurverkenning blijkt dat weblogs vrij gecreëerd kunnen worden en dat iedereen ze kan lezen (toegankelijkheid). Gekeken wordt of de schrijver van de weblogs hiermee rekening houdt. Wordt bepaalde informatie weggelaten, doordat de schrijver bewust is van het feit dat de weblogs door iedereen gelezen kan worden? Worden er bepaalde woorden gebruikt, waaruit blijkt dat de schrijver wel of geen rekening houdt met het feit dat weblogs door iedereen gelezen kunnen worden?

Toon: Informeel/Formeel. Eigen interpretatie. Informeel: taalfouten, lange zinnen, grapjes tussendoor, afkortingen gebruiken, losse informatie tussendoor.

Deelvraag 3: De antwoorden op de vragen die gesteld zijn bij deelvraag 3 worden achterhaald door het analyseren van de teksten door middel van een analyseschema. In dit analyseschema wordt geteld hoe vaak een onderwerp terugkomt. Per woord wordt geteld. Zie paragraaf 3.1.3 voor een voorbeeld hoe het tellen van woorden in dit onderzoek wordt gedaan. In bijlage 2 is het analyseschema met alle onderwerpen en sub-onderwerpen te vinden.

Benadrukken: Nadat alle teksten zijn geanalyseerd worden alle zelfde onderwerpen uit de teksten bij elkaar gevoegd. Deze worden bekeken en er zal geprobeerd worden om te achterhalen waar de vrijwilligerstoerist de nadruk op legt binnen deze onderwerpen. Waar schrijven de vrijwilligerstoeristen over? Ook hier is het analyse schema voor gebruikt, maar vooral als houvast. Gekeken is welke sub-onderwerpen die ook in het analyseschema staan genoemd terug komen.

Lading: Positief, negatief of neutraal. Uit de literatuur blijkt dat het mediabeeld overwegend negatief is, dat het toeristenbeeld overwegend positief is en dat het beeld van de NGO's en goede doelen organisaties sterk kan verschillen. Dit kan positief of negatief zijn. Tot aan de jaren '80 gebruikte NGO's vooral negatieve beelden. Tegenwoordig worden vooral positieve beelden gebruikt. Geprobeerd wordt om onderscheid te maken tussen positieve, negatieve en neutrale berichten op de weblogs.

3.3 - Een kwalitatieve visie op betrouwbaarheid en validiteit

Bij kwalitatieve analyse is het, net zoals bij kwantitatieve analyse, belangrijk om te kijken of de onderzoeksresultaten beantwoorden aan bepaalde kwaliteitsvoorwaarden. Er moet dus gekeken worden naar validiteit en betrouwbaarheid. Bij het kwalitatieve onderzoek wordt

dit volgens Gaskell & Bauer (2000) relevantie (relevance) en vertrouwen (confidence) genoemd (Gaskell & Bauer, p.343). Hieronder volgen vier criteria van Gaskell & Bauer:

1. Reflexiviteit (vertrouwen)

Geprobeerd is om tijdens dit onderzoek zo objectief mogelijk te zijn. Geprobeerd is om mijn eigen, westerse positie en ervaringen tijdens de analyse te verlaten en reflexiviteit voor de dag te leggen. De bedoeling is om onbevooroordeeld de teksten van de weblogs te lezen. Doordat ik de schrijvers van de weblogs niet ken, was dit gemakkelijker.

2. Transparantie en duidelijkheid in de onderzoeksprocedure (vertrouwen)

Belangrijk is om de werkwijze van het onderzoek zo goed en duidelijk mogelijk te omschrijven. Dit zorgt voor transparantie en duidelijkheid.

3. Overvloedige beschrijving (vertrouwen, relevantie)

Het is belangrijk dat de beweringen en conclusies onderbouwd worden met concrete voorbeelden. Hierdoor worden de beweringen en conclusies geloofwaardiger voor de lezers en worden de betekenissen duidelijk. Citaten en voorbeelden uit de weblogs helpen hierbij.

4. Onverwachte bevindingen (relevantie)

In het achterhoofd moet worden gehouden dat onverwachte bevindingen of resultaten die de bestaande theorieën tegenspreken zijn niet fout of negatief. Elk onderzoek kunnen bevestigingen bevatten, maar ook verwachtingen die weerlegd worden. Als dat het geval is blijkt dat er zo objectief mogelijk geanalyseerd is.

Hoofdstuk 4 – Resultaten

In dit hoofdstuk zullen de onderzoeksresultaten worden besproken. In 4.1 zal allereerst worden ingegaan op de zenders van de weblogs; de vrijwilligerstoeristen. In een tabel zullen de verschillende kenmerken van de vrijwilligerstoeristen worden opgeschreven. In paragraaf 4.2 zullen de resultaten met betrekking tot het gebruik van de weblog worden behandeld en in paragraaf 4.3 zullen dan uiteindelijk de resultaten met betrekking tot de inhoud van de weblogs aan bod komen.

4.1 – Onderzoeksresultaten met betrekking tot de zenders

Voordat de resultaten van de inhoudsanalyse zullen worden besproken wordt eerst weergegeven wie de zenders van de geanalyseerde weblogs zijn. Verschillende kenmerken worden op een rijtje gezet.

4.1.1 – Zenders – De vrijwilligerstoeristen

Uit de literatuur blijkt dat vrijwilligerstoeristen mensen zijn die vrijwilligerswerk doen, dit doen zonder betaald te worden en dat ze het doen uit idealistische overwegingen. Vaak wordt er geholpen bij sociale projecten en milieu en natuurprojecten. Het vrijwilligerswerk wordt vaak gecombineerd met vakantie of reizen tussendoor of erna. Uit weblog 6 blijkt dat deze omschrijving ook door de vrijwilligerstoerist zelf zo wordt ervaren. Er wordt in weblog 6 geschreven: *“Ik kan het iedereen aanraden om ooit vrijwilligerswerk te doen in een ontwikkelingsland, het kost wat geld en moeite maar je krijgt ook erg veel voor terug. Je leert (naast het vervangen van lekke autobanden en wat je moet doen als je vast komt te zitten met de auto) het land op een andere manier kennen dan wanneer je het land als toerist bezoekt, ook kom je op plekken waar de toeristen niet komen. Ook leer je jezelf goed kennen omdat je in een nieuwe omgeving bent met nieuwe mensen, nieuwe ervaringen en andere levensstandaarden” (Weblog 6).*

In het overzicht in de volgende sub-paragraaf is te zien dat de zenders van de weblogs vele verschillende soorten vrijwilligerswerk hebben gedaan, maar dat het bijna allemaal ingedeeld kan worden bij sociale projecten of natuurprojecten.

4.1.2 – Kenmerken zenders

In onderstaand overzicht is te zien wat voor soort vrijwilligerswerk de vrijwilligerstoerist heeft gedaan, waar ze verbleven, hoelang ze in Kenia verbleven en de leeftijd en geslacht van de vrijwilligerstoerist. De leeftijd van de vrijwilligerstoerist werd niet altijd weergegeven op de weblog, waardoor soms een schatting moest worden gedaan.

Uit tabel 1 blijkt dat de meeste vrijwilligerstoeristen werkten bij sociale projecten: scholen of weeshuizen. Daar hielpen ze mee met het verzorgen en vermaken van de kinderen, lesgeven en klusjes. Ook vrijwilligerswerk in de natuur kwam voor. De meeste vrijwilligerstoeristen bleven tussen de één en drie maanden in Kenia. Opvallend is dat de meeste zenders vrouw zijn en dat de leeftijd vooral tussen de twintig en dertig jaar ligt.

Tabel 1: Kenmerken van de auteurs van de weblogs

Weblog	Soort vrijwilligerswerk	Waar verblijven	Hoelang	Leeftijd en geslacht
1.	Vrijwilligerswerk in een weeshuis met jonge kinderen. Meelopen met Moeder&Kind en Health projecten.	Thika, verblijf in het weeshuis	1 maand	Leeftijd onbekend, op de foto lijkt het een wat oudere vrouw.
2	Vrijwilligerswerk voor stichting MYSA. Een stichting die ervoor zorgt dat kinderen sporten, van drugs en alcohol afblijven en veilige seks hebben.	Nairobi	1,5 maand	17 jaar, vrouw
3	Met sponsorgeld een weeshuis helpen	Thika, verblijf in het weeshuis	3 weken	27 jaar, vrouw
4	Project Kasigau. Op scholen meehelpen met lesgeven, kinderen opvangen, kleine klusjes.	Voi	1 maand	Leeftijd onbekend, vrouw.
5	Meehelpen op scholen, verschillende projecten	Voi	6 weken	21 jaar, vrouw.
6	Vrijwilligerswerk Masai Mara, duurzame projecten in natuurreservaten	Naboisho	3 maanden	22 jaar, vrouw.
7	Meehelpen in een centrum waar lichamelijk en geestelijk gehandicapte kinderen, spelen met de kinderen, verzorgen en de medewerkers ondersteunen.	Nyabondo	2 maanden	57 jaar, vrouw.
8	Lesgeven op een school	Butere	3 maanden	19 jaar, man
9	Engels, wiskunde en 'science' geven op een school.	Nairobi	2 maanden	22 jaar, vrouw
10	Vrijwilliger voor Colobus Trust, een organisatie die zich inzet voor de conservatie van de Angolese Colobus aap	Diani Beach	6 weken	Leeftijd onbekend, maar de persoon is een student, man.
11	Werken in een weeshuis	Watamu	3 maanden	23 jaar, man.
12	Werken in een weeshuis	Nakuru, verblijf bij een gastgezin	1 maand	19 jaar, vrouw
13	Meewerken aan	Kitale, verblijf	2 maanden	27 jaar, vrouw

	bodemonderzoek	in een guesthouse		
14	Werken in een kindertehuis	Watamu	3 weken	54 jaar, vrouw
15	-	-	-	-
16	Meehelpen met onderzoek doen voor een bedrijf (windmolens) van vrienden	Nairobi	3 maanden	21 jaar, man.
17	Vrijwilligerswerk in een ziekenhuis	Migori	4,5 maanden	24 jaar, vrouw.
18	Vrijwilligerswerk voor Macheo's children Center. Een organisatie die een hoop voor kinderen doet (weeshuis en onderwijsprogramma).	Thika	1 maand	26 jaar, vrouw.
19	Vrijwilligerswerk in een centrum voor gehandicapte kinderen	Mombassa	4 maanden	22 jaar, vrouw
20	Scholen langsgaan, medische voorlichting geven.	Kisumu	3 maanden	21 jaar, vrouw

4.2 – Onderzoekresultaten met betrekking tot het gebruik van de weblog

In dit onderdeel van de resultaten zal besproken worden hoe de weblogs gebruikt worden. Er wordt gekeken hoe vaak er geschreven wordt, wat het doel is, hoe dit in verband staat met het medium 'weblog' en tot slot zal besproken worden wat de toon van de weblogs is.

4.2.1 – Frequentie van het schrijven

Door te tellen is vastgesteld hoe vaak de vrijwilligerstoeristen tijdens hun verblijf in Kenia hebben geschreven op hun weblog. Hieronder is een overzicht te zien van de frequentie van het schrijven. Te zien is dat het aantal geschreven blogs zeer uiteenloopt. Het varieert van 4 geschreven blogs tot 31 geschreven weblogs. Een van de factoren die meespeelt in de frequentie van het schrijven is natuurlijk hoelang het verblijf in Kenia is. Echter, te zien in de vorige paragraaf is dat de verblijfsduur minder uiteenloopt dan de frequentie van het schrijven. Persoonlijke factoren (zin hebben om te schrijven, tijd hebben om te schrijven) spelen dus ook mee.

Weblog 1: 25 blogs (Gemiddeld per week: 6,25)

Weblog 2: 11 blogs (Gemiddeld per week: 1,83)

Weblog 3: 7 blogs (Gemiddeld per week: 2,33)

Weblog 4: 5 blogs (Gemiddeld per week: 1,25)

Weblog 5: 3 blogs (Gemiddeld per week: 0,5)

Weblog 6: 10 blogs (Gemiddeld per week: 0,83)

Weblog 7: 22 blogs (Gemiddeld per week: 2,75)

Weblog 8: 31 blogs (Gemiddeld per week: 2,58)

Weblog 9: 6 blogs (Gemiddeld per week: 0,75)
Weblog 10: 11 blogs (Gemiddeld per week: 1,83)
Weblog 11: 14 blogs (Gemiddeld per week: 1,17)
Weblog 12: 11 blogs (Gemiddeld per week: 2,74)
Weblog 13: 6 blogs (Gemiddeld per week: 0,75)
Weblog 14: 8 blogs (Gemiddeld per week: 2,67)
Weblog 15: -
Weblog 16: 7 blogs (Gemiddeld per week: 0,58)
Weblog 17: 9 blogs (Gemiddeld per week: 0,64)
Weblog 18: 4 blogs (Gemiddeld per week: 1,0)
Weblog 19: 9 blogs (Gemiddeld per week: 0,56)
Weblog 20: 12 blogs (Gemiddeld per week: 1,0)

4.2.2 – Doel

Het doel van alle geanalyseerde weblogs was hoofdzakelijk hetzelfde, namelijk het thuisfront laten weten hoe het ging en wat er allemaal meegemaakt werd in Kenia tijdens het verblijf. Dit valt dus in de categorie ‘informereren van het thuisfront’. Er werd geschreven voor vrienden, familie en overige bekenden. Dit is af te leiden aan verschillende dingen. De aanhef van de blogs was om te beginnen vaak ‘Lieve....,’ de afsluiting was vaak in de trant van ‘Liefs, groetjes en kusjes aan iedereen’ (Weblog 2) en de verhalen zelf waren persoonlijk. De teksten zijn vooral feitelijk van aard. Er wordt geschreven wat de vrijwilligerstoerist allemaal doet op een dag, in een week, leuke dingen die beleefd zijn en wat de dagelijkse bezigheden zijn. Achtergrondinformatie daarbij over bijvoorbeeld Kenia zelf werd bijna niet gebruikt.

Eén vrijwilligerstoerist gebruikte de weblog ervoor om onder donaties binnen te krijgen van de lezers:

“Ik zou echt heel graag iets voor deze kinderen willen betekenen voordat ik hier weer weg ga over 2 of 3 weken, door middel van het kopen en schenken van verscheidene artikelen voor hun. Met de mensen die daar werken zou ik kunnen overleggen waar het meeste behoefte aan is momenteel. Aangezien het voor ons zo makkelijk is om een paar euro te missen en dit voor hun heel veel kan betekenen, zou ik jullie dus willen vragen om mij te willen steunen hierin door geld te storten wat ik kan gebruiken om spullen van te kopen. Elk bedrag is welkom natuurlijk, al is het maar klein! Ik ben van plan om over een week, volgende week maandag 30 april, hiervoor op pad te gaan, dus ik hoop voor die tijd zo veel mogelijk bij elkaar te hebben gekregen” (Weblog 9).

Self-expression was vaak het doel van de allerlaatste blog van de vrijwilligerstoerist aan het eind van zijn of haar verblijf in Kenia. Naast het feit dat in de allerlaatste blog werd verteld wat de afgelopen dagen was gebeurd, blikte de vrijwilligerstoerist ook vaak terug op de afgelopen tijd. Een goed voorbeeld hiervan is te vinden in blog 20, waarin toegeven wordt door de vrijwilligerstoerist dat ze zich voortaan minder druk moet maken:

“Nadat ik een berichtje op facebook heb geplaatst over dat ik bijna thuis kom, worden deze door veel familie, vrienden en kennissen ‘geliked’. Super lief! Al moet ik daarbij wel eerlijk bekennen, dat als er ook een ‘vind ik niet leuk’ knop was, ik daar al een paar keer opgeklikt zou hebben. De laatste dagen zijn nu dan toch echt aangebroken, maar ik wil hier nog

helemaal niet weggaan! Niet dat ik het helemaal niet leuk of verschrikkelijk vind om weer back to 'normal life' te gaan, maar het beangstigd me wel een beetje. Enerzijds zal ik het altijd maar wachten en 'polle polle' niet missen, maar wil ik me ook niet meer om elk wisewasje druk hoeven maken. Nu weet ik zelf ook wel dat ik een druktemaker ben, maar juist hier heb ik ingezien dat ik dat wel eens mag minderen (Jessy, kom je daar NU pas achter!/? Goed voornemen nr. 1). En tot alle andere conclusies en beslissingen waar ik afgelopen 3 maanden toe ben gekomen, is het bijna tijd op deze in de praktijk te gaan brengen. En ja, dat vind ik wel een beetje eng.” (Blog 20)

4.2.3 – Verband doel – medium en toon

Uit de analyses kan worden afgeleid dat de schrijvers zich in zekere mate bewust zijn van het feit dat alle teksten door iedereen gelezen kan worden en dat de waarbenjij.nu weblogs openbaar zijn. Informatie die té persoonlijk zou zijn is niet te vinden op de weblogs. Aan de andere kant beseffen de vrijwilligerstoeristen niet altijd dat alle teksten gelezen kunnen worden door iedereen. Er worden namen van familieleden genoemd, de datum waarop teruggevlogen wordt naar Nederland wordt genoemd en in één weblog werd een rekeningnummer plus bijbehorende naam genoemd (Weblog 9).

Hiervoor was te zien dat de frequentie van het schrijven op de weblog zeer uiteenloopt. Wel is vastgesteld dat de meeste vrijwilligerstoeristen geschreven hebben tot aan het einde van het verblijf in Kenia. Dit is te zien doordat de laatste blog onder andere over het afscheid nemen ging of over de laatste dagen/avonden. Het kwam slechts een enkele keer voor dat te zien was dat halverwege het verblijf al de laatste blog was getypt, terwijl het nog niet het einde van het verblijf was. Dit laat zien dat het medium 'weblog' serieus wordt genomen en dat er waarde aan wordt gehecht.

Uit de analyses is gebleken dat de schrijfstijl van de weblogs luchtig is. Er worden afkortingen gebruikt, grapjes gemaakt (*“Er werd me al verteld dat ik het beste stevige schoenen aan kon doen, dus daar gingen we dan.. ik me in mijn mooie afritsbroek en bergschoenen a la ome Mark gehesen” (Weblog 20)*), er wordt spreektaal gebruikt (*“en daama een kudde olifanten en zebra's en antilopes Super vet!!” (Weblog 5)*) en in elke weblog zijn er taalfouten te vinden. Alle teksten zijn informeel te noemen.

4.3 – Onderzoeksresultaten met betrekking tot de inhoud van de weblogs

In dit onderdeel van de resultaten zal de inhoud van de weblogs besproken worden. Er wordt gekeken hoe vaak bepaalde onderwerpen terugkomen in de weblogs (kwantitatief) en wat er over deze onderwerpen precies geschreven wordt (kwalitatief). Daarnaast wordt bij ieder onderwerp gezegd of er positief, negatief of neutraal over geschreven wordt. Tot slot wordt besproken of er verwijzingen te vinden zijn naar reisgidsen, social media en overige informatiebronnen die de vrijwilligerstoeristen hadden kunnen gebruiken.

4.3.1 – Onderwerpen

Om de inhoud te kunnen analyseren is eerst gekeken uit hoeveel woorden de weblog bestaat. In onderstaande tabel is te zien uit hoeveel woorden een weblog bestaat en hoeveel woorden daarvan zijn geanalyseerd om te kijken welke onderwerpen terugkomen in de weblogs. Per weblog is gekeken welke onderwerpen te vinden zijn. Bijlage 3 kan bekeken worden voor de resultaten per weblog.

Tabel 2: Aantal woorden

	Totaal aantal woorden per weblog	Totaal geanalyseerde woorden per weblog
Weblog 1	1532	970
Weblog 2	2477	1867
Weblog 3	1620	1529
Weblog 4	539	479
Weblog 5	1165	975
Weblog 6	2615	2232
Weblog 7	2318	2067
Weblog 8	3015	2857
Weblog 9	5226	4283
Weblog 10	2257	2113
Weblog 11	2187	1516
Weblog 12	1088	751
Weblog 13	3950	3586
Weblog 14	1941	1777
Weblog 16	3018	2571
Weblog 17	5002	3961
Weblog 18	2472	2063
Weblog 19	1143	877
Weblog 20	4927	4059
TOTAAL	48502	40533

Gezegd kan worden dat bepaalde onderwerpen bijna in iedere weblog terug te vinden waren. ‘Dagelijks leven’ komt in 18 van de 19 weblogs voor, ‘Toeristische activiteiten en ontspanning’ komt in 16 van de 19 weblogs en ook voor ‘Bevolking’ geldt dit. Het onderwerp ‘Armoede’ komt in 14 van de 19 weblogs voor.

Er waren ook onderwerpen die zelden voorkomen. Dit geldt voor de onderwerpen ‘Politiek’, ‘Geweld’ en ‘Geschiedenis’. ‘Politiek’ komt in twee van de 19 weblogs voor, ‘Geweld’ komt ook in slechts twee weblogs voor en ‘Geschiedenis’ komt in geen een weblog voor.

Als alle weblogs bij elkaar genomen worden kunnen de onderwerpen gerangschikt worden van meest voorkomend tot minst voorkomend. Deze rangschikking is te zien in onderstaande lijst:

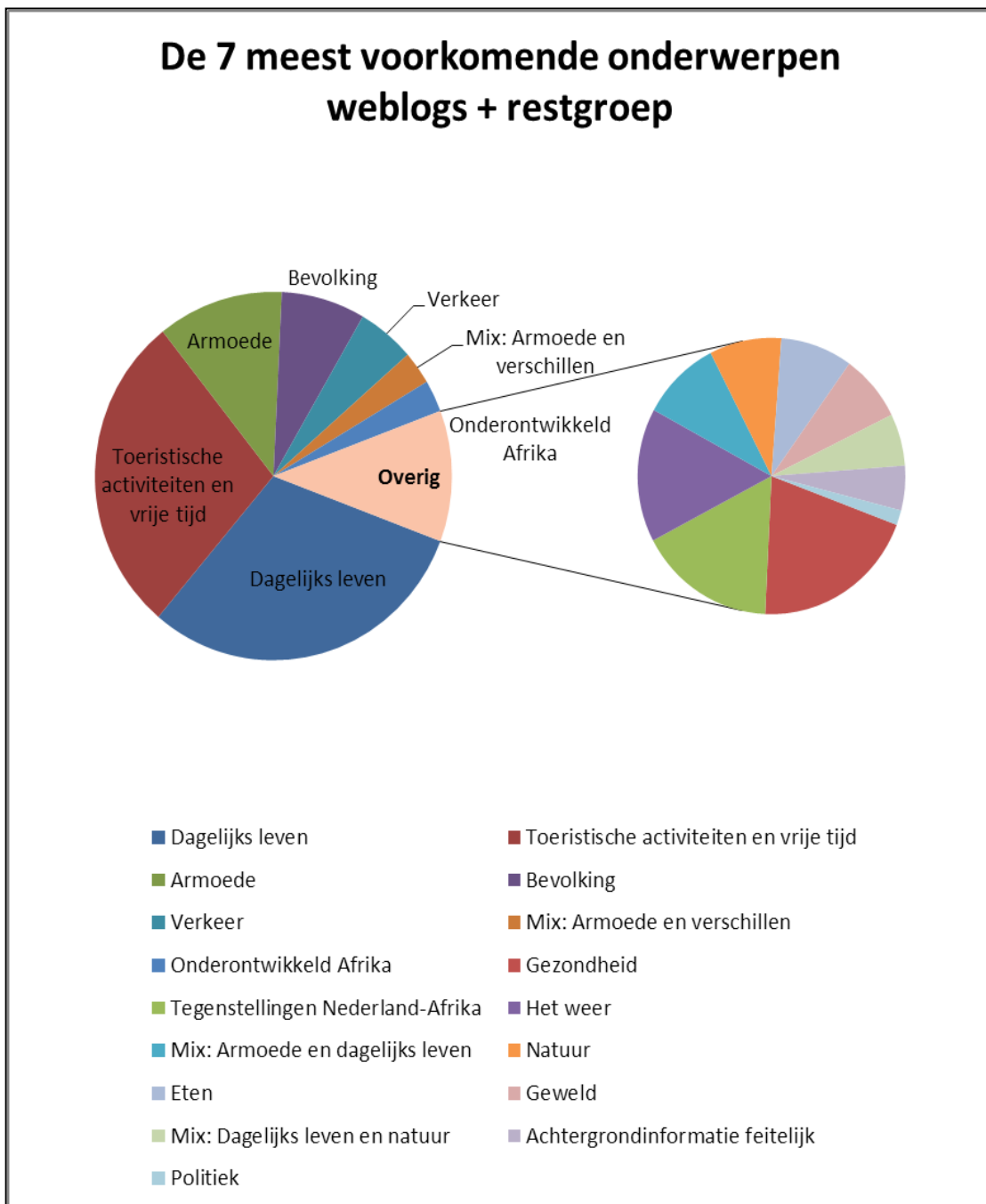
-
1. Dagelijks leven
 2. Toeristische activiteiten en vrije tijd
 3. Armoede
 4. Bevolking
 5. Verkeer
 6. Mix: Armoede en verschillen
 7. Onderontwikkeld Afrika
 8. Gezondheid
 9. Tegenstellingen Nederland-Afrika
 10. Het weer
 11. Mix: Armoede en dagelijks leven
 12. Natuur
 12. Eten
 13. Geweld
 14. Mix: Dagelijks leven en natuur
 15. Achtergrondinformatie feitelijk
 16. Politiek

In tabel 3 (volgende pagina) zijn de percentages van deze genoemde onderwerpen te zien. Hierop volgt een cirkeldiagram (Figuur 2) met dezelfde percentages.

Tabel 3: Onderwerpen van alle weblogs samen percentueel

Thema	Aantal woorden	Percentage van totaal
Dagelijks leven	12298	30,4
Toeristische activiteiten en vrije tijd	11400	28,2
Armoede	4605	11,4
Bevolking	3073	7,6
Verkeer	2107	5,2
Mix: Armoede en verschillen	1176	2,9
Onderontwikkeld Afrika	1118	2,8
Gezondheid	920	2,3
Tegenstellingen Nederland-Afrika	767	1,9
Het weer	737	1,8
Mix: Armoede en dagelijks leven	442	1,1
Natuur	416	1,0
Eten	391	1,0
Geweld	372	0,9
Mix: Dagelijks leven en Natuur	292	0,7
Achtergrondinformatie feitelijk	221	0,6
Politiek	97	0,2

Figuur 2: Onderwerpen van alle weblogs samen in een cirkeldiagram



4.3.2 – Wat wordt benadrukt?

Door te tellen is bekend geworden over welke onderwerpen geschreven wordt in de weblogs. In dit deel van de resultaten wordt bekeken wat er precies over de onderwerpen wordt verteld. Waar wordt op ingegaan en wat wordt dus benadrukt? De zeven meest voorkomende onderwerpen worden nader uitgewerkt hieronder. Dit wordt gedaan door onder andere enkele stukken tekst *letterlijk* over te nemen van de weblogs als voorbeelden om de beschrijvingen van de onderwerpen te verduidelijken. Pas in paragraaf 4.4 komt de beschrijving van het totale beeld over Kenia aan bod.

Dagelijks leven

De meeste stukken tekst van de weblogs gaan over het ‘Dagelijks leven’ van de vrijwilligerstoerist. Hier wordt positief over geschreven. Er wordt opgeschreven wat er gedaan wordt en wat er meegemaakt wordt op het gebied van het vrijwilligerswerk. Dit houdt in dat de vrijwilligerstoerist beschrijft wat hij of zij doet op een dag en hoe een dag eruit ziet. Er wordt gespeeld met kinderen, lesgegeven, boodschappen doen, reizen naar het project en de gang van zaken in het weeshuis wordt beschreven. In veel berichten hierover komt de helpende hand terug die nodig is in Kenia. De vrijwilligerstoerist beschrijft het project waar hij of zij zich mee bezig houdt. Het beschrijven van het dagelijkse leven wordt soms per dag beschreven, maar het komt ook voor dat er per week verslag wordt gedaan of alleen de hoogtepunten worden opgeschreven, ongeacht de dag van de week. Het is veelal geschreven in een vorm van een dagboek en vaak worden alle gedeeltes van de dag meegenomen. Van het ontbijt, tot het lopen naar het vrijwilligersproject, tot het avondeten. De stukken tekst over het dagelijks leven van de vrijwilligerstoerist worden afgewisseld met stukken tekst met andere onderwerpen. In slechts enkele gevallen gaat de tekst van de weblog in zijn geheel over het dagelijks leven van de vrijwilligerstoerist.

Het dagelijks leven van de Keniaan wordt niet expliciet beschreven. Echter, wel kun je een goed beeld krijgen van het leven van de Keniaan, doordat je leest wat de vrijwilligerstoerist meemaakt en doet. Hij of zij begeeft zich in het dagelijks leven van de Keniaan.

“Vrijdag zijn we op bezoek geweest bij de leerkrachten van het schooltje in de sloppenwijk. Vol trots hebben ze ons hun huisjes laten zien. Een huisje van zo'n 10 tot 15 vierkante meter. Leuk om te zien dat ze zo trots zijn op wat ze bereikt hebben en hoe creatief ze zijn met het inrichten.

Zaterdag zijn we heel de dag in het weeshuis geweest. Wat gespeeld met de kinderen en wat geholpen met de taken. Verder hebben we de kleding uitgedeeld die we gekregen hadden en gekocht hadden van het sponsorgeld. Ze waren er erg blij mee. De kinderen mochten mee verzinnen wie wat kreeg zodat het eerlijk verdeeld werd en dat iedereen kreeg wat hij nodig had. Mooi om te zien dat ze zo begaan zijn met elkaar.” (Weblog 3)

“De tweede week zit er alweer bijna op. Inmiddels hebben we vandaag hout en verf etc. gekocht voor de primary school in Kiteghe. Maandag gaat het echte werk dus beginnen. Verder hebben we de afgelopen dagen 4 klaslokalen geverfd.” (Weblog 4)

“Ik heb een wat beter idee hoe dingen zoal in hun werk gaan hier. Het programma is grofweg als volgt:

- 8:00 de ochtend meeting. Er word besproken wat men zoal gaat doen die dag.
- 8:00 tot 13:00: varieert een beetje. Omdat ik hier net ben krijg ik wat trainingen en tours ter oriëntatie. Deze ochtend ben ik bezig geweest met het schoonmaken van de apenhokken. Rond 11:00 waren we daar echter wel klaar mee, dus de rest van de tijd was in principe vrij.
- 13:00 tot 14:00: lunch. We hebben een kok hier die de tafel dekt, een warme lunch kookt en vervolgens afwast.
- [...]
Dit is in principe het programma van maandag t/m vrijdag. Zaterdag is een vrije dag voor alle vrijwilligers. Zondag in principe ook, maar vrijwilligers kunnen wel gepland worden om de dieren te verzorgen. Ik ben één van die mensen voor aanstaande zondag, samen met een andere vrijwilliger.” (Weblog 10)

Toeristische activiteiten en vrije tijd

Over toeristische activiteiten en vrije tijd wordt zeer positief geschreven. Aan bod komen de dingen die 's avonds, op een vrije dag, in het weekend of tijdens een reis worden ondernomen. Ook safari komt aan bod. Het reizen op zich heeft geen aandacht gekregen in de teksten. De vrijetijdsbestedingen gaan voornamelijk over tripjes naar natuurparken, hiking trips en dieren spotten. Culturele tripjes worden nauwelijks genoemd en tripjes naar een stad ook niet. Vaak gaan de vrijwilligerstoeristen naar de stad om een markt te bezoeken of omdat ze bepaalde inkopen willen doen.

Vrije dag/weekend

“Zondag zijn we 's ochtends naar de kerk geweest. Was een hele bijzondere ervaring. De dienst was al bezig toen we kwamen. Er was een man aan het preken die erg monotoon door een microfoon sprak. Hierna kwamen een man en een vrouw die rustig begonnen met praten, maar naarmate ze verder gingen begonnen ze te zingen. [...] Een hele bijzondere gebeurtenis.” (Weblog 3)

“Vandaag heb ik een lekker rustig dagje, beetje liggen lezen en heb ook even met skype aan hier over het terrein gelopen. Zodat ze thuis ook even konden zien hoe alles hier er eigenlijk uit ziet! Nu onweert en regent het hier al weer..” (Weblog 8)

“In the weekend we went out again on Saturday night. This time we went to a club called Treehouse, quite nice The clubs/bars really surprise me here, most of them are really modern, more than our bars in Groningen for example Another interesting fact was that this club was really multicultural, but especially LOTS of Indians! Looked like little India or something.. Turned out the owner and most of the DJ's are Indians, so then it makes sense..” (Weblog 9)

“Vandaag om 05.30 opgestaan met Rens en Ellen om te gaan diep zee vissen. Dit kostte echter 10x meer dan we dachten. Een flinke blooper dus! We zijn uiteindelijk een half dagdeel weggeweest van +- 08.00 t/m 13.00u. Ook deze trip hebben we met Hamza gedaan.” (Weblog 11)

“Dit weekend gaan we naar Nairobi met 8 vrijwilligers. De reis is helemaal georganiseerd dus we hoeven niet zelf alles te regelen. We gaan daar naar een olifanten weeshuis, naar een

centrum voor giraffen, naar een park waar we apen kunnen voeren en naar een markt. Dus het wordt voor ons weer een druk maar leuk weekend!” (Weblog 12)

Safari

“Afgelopen week zijn we in Tsavo east park geweest en ik heb daar olifanten, giraffen, buffels, zebra’s, antilopen en bavianen gezien. Uiteraard even mooie foto’s geschoten.” (Weblog 4)

“Vorige week zijn we uitgenodigd door Chris om in zijn park in Rift valley te logeren! We sliepen in een canvas lodge, super mooi! En leuk om een andere omgeving te zien, het is hier zo groen! (www.malewa.co.ke) En we kregen na drie weken Kasigau eten (Ugali, Chapati, Rijst en bonen) weer lekker eten!!” (Weblog 5)

Armoede

In de literatuurverkenning komt naar voren dat Afrika vaak gelinkt wordt aan armoede. Er zijn vele sub-onderwerpen die met armoede te maken hebben (zie bijlage 2 analyseschema). In veel teksten die gecategoriseerd werden tot het onderwerp ‘armoede’ gaat het over het ‘Besef van de Nederlandse welvaart’. Tegenstellingen tussen het rijke westen en het arme Kenia worden opgemerkt en vrijwilligerstoeristen schrijven dikwijls dat dit besef hen raakt. Ook gaat het vaak over het sub-onderwerp ‘Zielige kinderen’. De vrijwilligerstoeristen schrijven dat ze de kinderen zielig vinden. Tegelijkertijd komt in dit onderwerp van ‘armoede’ dus ook het goede doelen beeld terug. Ze zien kinderen lopen op blote voeten, kinderen die door de grote gezinnen geen aandacht krijgen, kinderen die geen gelijke kansen krijgen doordat ze geen toegang hebben tot onderwijs en kinderen die op jonge leeftijd al voor broertjes en zusjes moeten zorgen. Verder wordt ook het sub-onderwerp ‘Hulpeloosheid/afhankelijkheid’ benadrukt. Hierbij wordt ingegaan op het feit dat Kenia afhankelijk is van het rijke westen, dat er weinig geld is om dingen te veranderen en dat de Kenianen ‘blank’ associëren met ‘rijk’.

Eén vrijwilligerstoerist merkt expliciet op dat de kwaliteit van de huizen zo slecht is en een andere vrijwilligerstoerist spreekt over de sloppenwijken. Alles wat over ‘Armoede’ wordt geschreven wordt negatief belicht. Er is één uitzondering. In blog 20 is te lezen hoe de vrijwilligerstoerist de ‘armoedige beelden’ van de televisie herkent en dit prachtig vindt. Dit is het Afrika van de televisie en dat wordt gewaardeerd.

Besef welvaart Nederland

“Aangekomen in Mombasa WAUWWW!! Wat mooi! En wat een ontzettend contrast tussen rijkdom en arm. Heel raar om al die mensen gewoon op straat te zien liggen slapen en bedelen.” (Weblog 19)

“Ze waren hier echt heel dankbaar voor en hebben zelfs gezongen, echt ontroerend om te zien. Op zulke momenten vraag ik me echt af waar we ons in Nederland eigenlijk allemaal zo druk om maken.. Honger kennen we in ieder geval niet en qua zorg worden we meestal goed geholpen. Wat nou crisis!? Ach, je kan het eigenlijk ook niet vergelijken, alles is zo anders hier. De politiek, de maatschappij, de mentaliteit, de invloeden van de vroegere kolonisten en

de rijke westerse wereld van nu. Soms begrijp ik wel dat veel mensen hier van dag tot dag leven.” (Weblog 20)

Zielige kinderen

“En wat zie ik weer veel kinderen. Veelal sjofel en armoedig gekleed op blote voeten. Vaak dragen de kids een broertje of zusje op de rug mee. Ze moeten hier al heel jong meehelpen. Maar men is vooral vriendelijk en aardig.” (Weblog 7)

“Nog een kort Nederlands berichtje er achter aan... Zoals jullie allemaal hebben kunnen lezen is de Children’s Garden (waar ik les geef) erg armoedig, vies, het stinkt en soms lijkt het alsof bepaalde dingen elk moment uit elkaar kunnen vallen. De kleding die de kinderen dragen zijn een bij elkaar geraapt zootje, vaak kapot en veel hebben ze natuurlijk ook niet. Vaak lopen ze op blote voeten en als ze schoenen dragen zijn ze meestal kapot, te groot of te klein. De gebitjes zijn vaak erg vies, ze hebben soms wel een eigen tandenborstel maar het probleem is natuurlijk de tandpasta die opnieuw gekocht moet worden elke keer.. Ze spelen met simpele dingen zoals, wat wij vroeger ook deden met elastiek (tip tap top, erin eruit erop), maar dan met een elkaar geknoopte touwen.”(Weblog 9)

“Brian is een enorm lief en vriendelijk jochie die ondanks dat hij de hele dag lacht iets enorm triests over zich heeft. En triest is het eigenlijk ook. Hij kan niet naar school, niet met zijn vriendjes spelen en is niet in zijn eigen vertrouwde omgeving bij zijn familie.” (Weblog 17)

Hulpeloosheid/afhankelijkheid

“People are really nice, but I also have to find out how to handle with man at the street who talk to me or children who ask for money. That’s very difficult to ignore. They often call us mzungu or something which means white person.” (Weblog 9)

Hieronder volgt een voorbeeld waarbij de hulpeloosheid en de afhankelijkheid resulteert in de verhouding waarbij de westerling boven de Keniaan wordt gezien:

“De kindjes die mij een hand hadden gegeven roken aan hun handen! Ineens stonden in alle deurposten van de klaslokalen kinderen om te kijken en ik wist zelf niet eens waar ik kijken moest! En zo ging het op elke school die ik tot nu toe bezocht, de kinderen kijken je aan alsof je de koningin bent.. Nou was mijn droom als klein meisje wel om prinses te worden ^^ Maar nee, ergens voel ik me toch wel heel schuldig als ik daar rondloop en alle ogen zijn op mij gericht en de volwassen stellen zich heel netjes voor en zeggen bij alles ‘thank you’. Als we in de klassen gaan kijken, gaan alle kinderen staan en spreken in koor: ‘Hello visitor, how are you, i am fine, thank you’. Het is echt overweldigend, wat een totaal andere wereld”. (Weblog 20)

“Vanmorgen ben ik naar een ander project gegaan, Het Juba/centrum voor zwangere tieners. [...] We zijn meegegaan naar een medisch centrum voor een prik voor een van de babies. Hup met de tuktuk erheen. Wat een verschil met ons rijke landje” (Weblog 14).

Huizen

“Toen zijn we met de bus richting mama Grace gereden (zij heeft in Nairobi ook een appartement). Hier hebben we een uurtje gezeten en daarna zijn we terug naar het huis gereden, overal liepen weer mensen en stonden mensen van alles te verkopen.. Ook staan er overal langs de weg huisjes waar mensen wonen.. Dit ziet er echt shocking uit!” (Weblog 8)

Sloppenwijken

“We walked the opposite direction than when we went to the luxury shopping mall, and during the way I saw how I think most Kenyan people live. I can’t even explain... So underdeveloped.. It was quite a shock. It was not only that I feel sorrow for them, it was also just weird to walk there. It really touched me.” (Weblog 9)

Positief, televisiebeelden

“Ik heb wel erg veel plezier gehad en ik vind het tot nu toe allemaal super leuk om te doen! En als je rondkijkt, wat is het mooi! De omgeving, de mensen, het leven, het lijkt allemaal op de beelden die je zo vaak op tv voorbij ziet komen. De geur, het stof, de rode droge aarde, I love it!” (Weblog 20)

Bevolking

In de geanalyseerde weblogs wordt zowel positief als negatief over de bevolking geschreven. Het merendeel van de teksten is positief. Er wordt geschreven dat de bevolking vriendelijk, gelukkig en lief is. Naast het feit dat de mensen heel vriendelijk worden gevonden, zijn ze ook erg blij. De mensen zijn blij met wat ze hebben, lachen veel en de kinderen worden lief gevonden.

Er wordt ook af en toe negatief over de Keniaanse bevolking geschreven. Er wordt ingegaan op het feit dat ze passief zijn, lui zijn en zich niet druk maken en té relaxed zijn (wat tot ergernis leidt bij de vrijwilligerstoerist). Alles duurt lang of mensen komen niet opdagen bij afspraken.

Tot slot wordt er geschreven dat de bevolking vaak de blanke vrijwilligerstoerist nastaat. Dit wordt niet altijd als prettig ervaren door de vrijwilligerstoerist.

Vriendelijk en gelukkig

“Ze moeten hier al heel jong meehelpen. Maar men is vooral vriendelijk en aardig.” (Weblog 7)

“Kisumu is een stad aan het Victoriameer. Het is niet heel groot en relatief rustig, vergeleken met steden als Mombasa en Nairobi. Ik heb er zo'n 6 dagen gependend en na afloop kan ik zeggen dat Kisumu de prettigste Keniaanse stad is waar ik ben geweest. De mensen zijn vrij vriendelijk, je wordt niet constant achtema gezeten door verkopers die met alle geweld je een nutteloos prul willen verkopen.” (Weblog 10)

“Ondanks de armoede waren de mensen wel heel vriendelijk. Iedereen zegt 'Jambo' wat hallo betekent en overal zijn we van harte welkom. Tuurlijk worden we wel een beetje aangegapen omdat we wit zijn.” (Weblog 13)

Blij en lief

“Zo schattig ook al die kleine kindertjes. Mijn moeder zou haar hart ophalen en nooit meer wegwillen. Als je ze eenmaal voor je gewonnen hebt gaan ze niet meer bij je vandaan.”(Weblog 1)

“Nel is meegegaan naar GOF om een kijkje te nemen en een dagje mee te lopen. We hebben onze gekochte boeken aan de leraren overhandigt en ze reageerden super enthousiast. Het waren net kinderen op pakjesavond zo blij haha. Heel erg leuk.” (Weblog 11)

Passief en relaxed

“Gisteren hebben we een vergadering bijgewoond, wat is dit frustrerend. In Kenia kent men geen tijd, dus als je zegt half 10 dan kunnen er nog steeds mensen aan komen wandelen twee uur later. Zo hadden we ook twee uur lang gewacht tot iedereen er was van de community.” (Weblog 5)

“Zondag naar Nairobi gevlogen waar we een half uur eerder aankwamen dan gepland, die voorsprong werd alleen in een achterstand omgezet dankzij de rij voor een visum. Anderhalf uur wachten voor een stempeltje en het afnemen van vingerafdrukken! Maar op deze manier kon ik mooi wennen aan de manier waarop alles hier gaat, op zijn dooie gemakje “African Time”.” (Weblog 6)

“Nadat we ongeveer een uur bij de Orange in de rij hebben gestaan was alles geregeld (jaaa, het is heeel veel wachten hierr!) en zijn we richting een soort van Mac (de echte Mac bestaat hier niet) gegaan.” (Weblog 8).

“Een lokale Keniaan met wie we samenwerken had afgesproken om een lasser langs te brengen voor het maken van de toren. Dit zou gebeuren op zondagochtend. Tot een half uur later, toen we te horen kregen dat het zondagmiddag zou zijn. Heel de zondag niets gezien en toen bleek dat hij op maandag langs zou komen. Maandagochtend bleek dat opeens niet te kunnen, dus het is dinsdag geworden... En uiteindelijk, omdat toen de stroom niet werkte, is de toren op donderdag pas gelast!”
(Weblog 16)

Staren

“’s Middags naar het strand. Als vrouw alleen hier is het lastig, er lopen allerlei mannen direkt met je mee. Gelukkig waren we met 3 vrouwen.” (Weblog 14).

Verkeer

Vaak in de eerste weblog van de vrijwilligerstoerist worden de eerste indrukken opgenoemd. Opvallend vaak gaan deze over het verkeer in Kenia. Er wordt veel over geschreven. De vrijwilligerstoerist vindt het leuk om te zien hoe alles mogelijk is in het verkeer en ze zijn daarover verbaasd. Wat vooral over het verkeer geschreven wordt is het feit dat het zo druk is, dat er heel veel mensen in één auto/busje zitten, dat er roekeloos gereden wordt, dat alles door elkaar rijdt en dat er veel bijzondere vervoersmiddelen worden gezien. Er kan gezegd worden dat er negatief over het onderwerp ‘verkeer’ wordt geschreven. Echter,

doordat de chaos van het verkeer nieuw is voor de vrijwilligerstoerist wordt dit als een positieve ervaring gezien en wordt er vaak om gelachen.

“Vandaag hebben we natuurlijk ook ontzettend gelachen, zo rijden ze hier bijvoorbeeld met het stuur aan de rechterkant. Waardoor wij in het begin toch echt dachten: ‘Huh?! Hoe kan Francis nou omgedraaid zittend, met zijn handen gebarend met ons praten en tegelijkertijd auto rijden?’ Maar ook het geweldige busje waarin we de hele week vervoerd worden is om te lachen. Een hele gammele bak, waarvan een kant van de deuren al niet meer open gaat. Wegen waar gaten in zitten waar je u te zegt en dan nog kunnen blijven rijden zonder dat de banden het begeven. Na een geweldige rit vol heuvels, kuilen en beelden van het dagelijkse leven, waren we gewend aan het stuur aan de verkeerde kant en het lange rijden. Iets waar je normaal 10minuten over kunt rijden, daar doe je nu 40minuten over vanwege de zogenaamde ‘traffic jam’.” (Weblog 2)

“Nog geen 50 meter van het project kwamen we al weer vast te zitten. Toen we in het dorp aankwamen en op de bus stonden te wachten kwamen er twee voorbij die zo vol waren dat er zelfs mensen op het dak zaten. De derde bus kwam niet eens opdagen dus toen stonden we daar met zijn allen. Tot er een auto voorbijkwam die stopte en een houten bordje met taxi op zijn dak zette. Er waren 20 mensen die naar Narok moesten en er was 1 taxi, op een of andere manier hebben ze 8 mensen in die taxi weten te proppen”. (Weblog 6)

“The traffic is crazy.. The government tries to control it in some ways, but the people just ignores it. For example: traffic lights. There are not so much and if they are there people ignore them. You also can't trust on zebra crossings, they are ignored too.. on my way to the new school, I have to pass this sort of highway. Imagine twice 3 ways where cars drive real hard that I have to cross every morning, it's suicide!” (Weblog 9)

“Ik heb vandaag een citytoer gehad. Ik weet nog niet hoe ik het alleen moet redden met matatu's (busjes) hier. 3x kloppen op het dak is stoppen maar dan moet je natuurlijk wel weten waar je moet stoppen! Gelukkig is er nog een vrijwilligster in mijn gastgezin die me wel een beetje de weg wijst” (Weblog 19)

Mix: Armoede en verschillen

Het kwam voor dat er in de weblogs geschreven wordt over de verschillen tussen Kenia en Nederland. Vaak worden er meerdere verschillen genoemd, maar het komt ook voor dat alleen het onderwerp ‘armoede’ wordt benadrukt. Er wordt ingegaan op de verschillen hiervan tussen Kenia en Nederland. De conclusie is dat in Kenia veel meer armoede is dan in Nederland. Er worden bijvoorbeeld vergelijkingen gemaakt met de hoogtes van de lonen. Deze verschillen worden als negatief ervaren en er wordt dus negatief over geschreven.

“When I talked with a student about this, I told him that the minimum wage in the Netherlands is around 1000 a month. Depends on the age and taxes of course and thing like that, but something like that. SUCH a difference.. He immediately wanted to move here haha. But I explained that living expenses are much higher too. Everybody lives in a normal

house, no slums or whatever. And no apartments for 50 euro's a month hahaha. But weird to realize that my day-salary is more than what they get in a month..” (Weblog 9)

Onderontwikkeld Afrika

Het onderwerp ‘Onderontwikkeld Afrika’ houdt nauw samen met het onderwerp ‘Armoede’. In het analyseschema is te zien welke sub-onderwerpen bij ‘Onderontwikkeld Afrika horen’. In de weblogs komt af en toe het beeld naar voren van het onderontwikkelde Afrika. Voornamelijk het feit dat Afrika oude technologieën kent en dat de bevolking primitief leeft komt naar voren in de teksten van het ‘Onderontwikkelde Afrika’. Zo wordt aan aantal keren beschreven dat er geen stroom is, de elektriciteit is uitgevallen, dat de WC slechts uit een gat in de grond bestaat en dat het Internet niet werkt. Vooral dit laatste aspect is logisch dat de vrijwilligerstoerist dit noemt, aangezien er internet nodig is om de weblogs te publiceren. Er wordt niet geschreven over de ontbrekende efficiëntie en slechts in één weblog komt het onderwerp ‘Bijgeloof’ voor. Er wordt negatief geschreven over het onderwerp ‘Onderontwikkeld Afrika’, wat betekent dat de vrijwilligerstoerist vindt dat Afrika nog ver onderontwikkeld is.

Primitief en oude technologie

“De wekker ging. Het is 04.45, om half zes worden we opgehaald om naar het vliegveld te gaan. Op weg naar huis. Ik wilde nog even lekker een douche nemen maar helaas kwam er geen water uit de kraan. Dan maar lekker thuis.” (Weblog 2)

“Gisteren zouden we eigenlijk de 7^e school bezoeken, maar halverwege had onze auto het begeven, omdat de fuel op was. Het heeft een tijdje geduurd voordat er iemand met benzine kwam en daarbij hebben we de auto ook nog moeten duwen, omdat ook de accu leeg was en de auto het sowieso bijna begeeft”. (Weblog 4)

“Wanneer wij willen 'douchen' in Kiteghe moeten wij ook een emmertje water halen haha. De douche zit ergens midden in de natuur en het is een hokje met gaas (waar je gewoon lekker door heen kunt kijken) en verder niks. In het hokje gooi je een plens water over je heen en dat is de douche De WC is ook leuk, een gat in de grond maar daar op een uitgeholde boom stam zodat je kan zitten!” (Weblog 5)

“It was immediately so different, especially after Istanbul which turned out to be a very nice and big airport. Nairobi it definitely less developed. Immediately I noticed weird things, to start with passport control.” (Weblog 9)

Algemeen

In het algemeen kan nog iets gezegd worden over kleine tussenzinnetjes in stukken tekst. Vaak zijn in de weblogs kleine tussenzinnetjes te vinden met een heel ander onderwerp dan het onderwerp waar op dat moment over geschreven wordt. Deze zinnetjes zijn niet meegeteld voor de analyse, omdat er meer dan één zin over een onderwerp geschreven moest zijn om als onderwerp te tellen. Toch zeggen ook deze tussenzinnetjes veel over het beeld dat ontstaat over Afrika. Deze kleine tussenzinnetjes vallen op, omdat ze blijkbaar indruk hebben gemaakt bij de vrijwilligerstoerist en dus worden ze nog genoemd. Een

voorbeeld is te vinden in weblog 16. In onderstaande tekst wordt geschreven over het onderwerp 'Dagelijks leven', maar op het einde wordt toch nog even kort en krachtig neergezet dat er prachtige natuur te vinden is in Kenia.

“Na een goed nachtje slapen meteen weer verder met werken (natuurlijk eerst ontbijten met smaakloos pap en fruit). Zittend naast het zwembad kun je blijkbaar prima onderzoek doen naar windmolens en het continue gelach van vrolijke basisschoolkinderen doet veel voor je humeur! Na de lunch onszelf netjes in pak gehesen voor een gesprek met een lokale importeur van een 'charge controller', een component dat nodig is voor de windmolen. Na wat zoeken (lees: 2 uur) konden we onze plannen uitleggen aan een sales manager van het bedrijf. Het gesprek verliep uiterst positief en vol goede moed probeerde we meteen met de taxi een volgend bedrijf te bezoeken. Helaas bleek dat bedrijf niet precies te zijn waar wij dachten dat het was, maar met een privételefoonnummer dat we hadden gekregen van een winkelbediende kregen we toch nog de informatie die we wilde. En de rit door de stad gaf wel een mooi beeld van Nairobi, met z'n smerige wijken en groene (echt prachtige) natuur” (Weblog 16).

4.3.4 – Verwijzingen reisgidsen, social media en overige informatiebronnen

Bij de teksten met als onderwerp 'Toeristische activiteiten en vrije tijd' is gekeken of er verwijzingen te vinden zijn naar reisgidsen, social media en overige informatiebronnen. Met overige informatiebronnen worden bijvoorbeeld mede-vrijwilligerstoeristen bedoeld of de lokale bevolking.

Het viel tegen hoe vaak dit gevonden is in de teksten van de weblogs. De vrijwilligerstoeristen schrijven vooral op wát ze hebben gedaan en meegemaakt en niet hoe ze op het idee komen. Vaak kon dit echter afgeleid worden aan de hand van de teksten. Vooral de manier van 'via-via' komt vaak voor. De vrijwilligerstoeristen leren mensen kennen en gaan er op uit met een groep. Ook de lokale bevolking valt hieronder.

Reisgids

“Zaterdag voelde ik mij gelukkig stukken beter en gingen we ons tweede uitstapje maken! Bo, de tandarts uit Zweden, had het een en ander opgezocht in zijn Lonely Planet. En het plan was om naar Rusinga Island te gaan aan Lake Victoria! Het eiland op zich was best wel bagger, maar Lake Victoria daarentegen is prachtig!” (Weblog 17)

Georganiseerde reis

“Dit weekend gaan we naar Nairobi met 8 vrijwilligers. De reis is helemaal georganiseerd dus we hoeven niet zelf alles te regelen.” (Weblog 12)

“De hele tijd op de Colobus Trust blijven is natuurlijk wel gezellig, maar wat van de omgeving zien is heel wat leuker. Dus, afgelopen zaterdag, zijn we met zijn allen (op één persoon na) naar Wasini Island gegaan: een eiland ten zuiden van Mombasa, ongeveer 45 minuten rijden vanaf de Trust. Het was een excursie geboekt via één van de safari en tour operators hier in de buurt en het was geslaagd!” (Weblog 10)

Via via

“Dit weekend gaan we waarschijnlijk een dag op safari en vanavond gaan we kamperen op een rots met Chris en wat vrienden van hem. Chris heeft nog wat leuke uitjes voor ons in de planning de komende paar weken”. (Weblog 4)

“Na het giraffen centrum gingen we met Bernard naar de Masai lodge. Zijn vader is hier de eigenaar van. Onderweg kwamen we nog langs een kunstgalerie waar ze voornamelijk bronzen beeldjes hadden.” (Weblog 8)

The next day was the last day of Forough, unfortunately. In the afternoon me and some people from AIESEC brought her to the airport. After that I was invited by one of those girls to come over at her place, so that was nice. (Weblog 9)

“’s Avonds was het tijd om met 2 Kenianen die we hadden leren kennen in het hotel de stad in te gaan voor een biertje. Alles natuurlijk veilig, dus netjes met de taxi heen en terug! We gingen naar een kroeg met openlucht-terras, een live bandje en veel dansende mensen. Kortom, een top-avond!” (Weblog 16)

4.4 – Interpretatie en verklaring

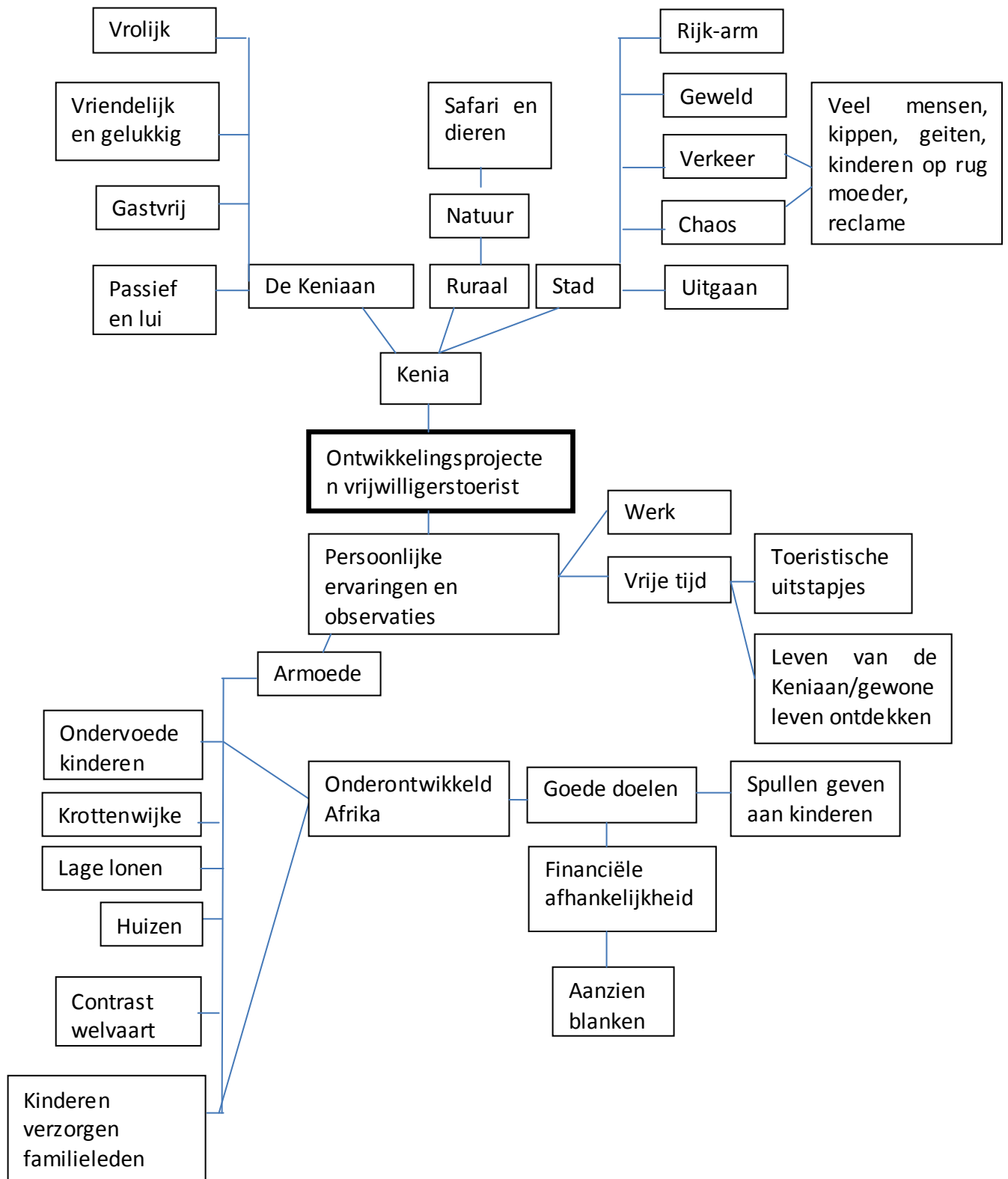
In de vorige paragraaf is getoond welke onderwerpen voorkomen en wat er over ieder onderwerp is geschreven op de weblogs. In deze paragraaf wordt ingegaan welk beeld over Kenia er in zijn geheel is geconstrueerd op de weblogs.

4.4.1 – Interpretatie van het beeld

Uit de resultaten hierboven blijkt dat er vele onderwerpen aan bod komen in de weblogs, waardoor het lijkt alsof er geen eenduidig beeld over Kenia geconstrueerd wordt. Toch kan er, nu we weten hoe vaak een onderwerp aan bod komt en alle onderwerpen nader bekeken zijn, een beeld beschreven worden dat voortkomt uit de weblogs van de vrijwilligerstoeristen.

Om het beeld neer te zetten van Kenia via de weblogs is na de analyse een resultatenmodel (Figuur 3) gemaakt met alle onderwerpen die naar voren komen op de weblogs. In dit model worden de onderwerpen die op de weblogs worden benadrukt getoond en met elkaar in verband gebracht. Op de volgende pagina is het model te zien. Het model wordt gevolgd door de beschrijving van het ontstane beeld van Kenia, via de onderwerpen in het model.

Figuur 3: Resultatenmodel met de onderwerpen om het beeld van Kenia te beschrijven



Door het lezen van de weblogs belandt de lezer in de wereld van de vrijwilligerstoerist. Hij of zij houdt zich bezig met het doen van een vrijwilligersproject in Kenia. Tijdens het doen van dit werk observeert de vrijwilligerstoerist wat er om zich heen gebeurt. Dit schrijft hij op zijn weblog. Ook schrijft hij op wat voor soort werk hij doet, met welke projecten hij zich bezig houdt en hoe het vrijwilligerswerk eruit ziet. Het onderwerp dat hierbij het meeste naar voren komt is het dagelijks leven van de vrijwilligerstoerist, waarbij de vrijwilligerstoeristen hun werkzaamheden beschrijven. Er zijn veel ondervoede kinderen, sloppenwijken, de scholen zijn klein en ook de ziekenhuizen zijn heel anders dan de ziekenhuizen in Nederland. Tussen deze feitelijke beschrijvingen door keert ook steeds het onderwerp 'Armoede' terug. Het beeld van de armoede in Kenia bestaat uit ondervoede kinderen, mensen die in krottenwijken leven, mensen die werken voor zeer lage lonen, huizen die kleurrijk en verpauperd zijn, kinderen die voor hun eigen familie moeten zorgen wegens geldgebrek en tot slot het grote welvaartsverschil met Nederland. Veel vrijwilligerstoeristen verbazen zich over de armoede en vinden dit erg om te zien. Ze beseffen hoe goed ze het in Nederland hebben, dat daar de lonen hoog zijn, de voorzieningen zeer goed en de leefomstandigheden prima. Tegelijkertijd, doordat de armoede aan bod komt, wordt ook het beeld van het onderontwikkelde Kenia benadrukt. De vrijwilligerstoeristen schrijven over oude technologieën en de primitieve leefomstandigheden van de Keniaan. De vrijwilligerstoeristen beschrijven hierbij de afwezigheid van stroom, het uitvallen van elektriciteit en het toilet dat slechts uit een gat in de grond bestaat. Ook de slechte werking van internet wordt beschreven, veelal doordat de vrijwilligerstoerist internet nodig heeft om te de tekst van de weblog online te zetten.

Doordat de vrijwilligerstoeristen te maken hebben met armoede en het onderontwikkelde Kenia (tijdens hun werk, maar ook tijdens hun vrije tijd) beschrijven ze ook vaak de hulp die ze bieden. Zo wordt er vaak door de vrijwilligerstoeristen op de weblog beschreven dat ze kinderen boeken, pennen en schriften geven, dat ze speelgoed hebben meegenomen uit Nederland en dat ze zelfs naar de stad gaan om spullen te kopen voor de kinderen van bijvoorbeeld het weeshuis waar de vrijwilligerstoerist werkt. Hiermee wordt het belang van de 'goede doelen' benadrukt en onbewust het beeld van het hulpbehoevende Afrika neergezet.

De vrije tijd van de vrijwilligerstoerist is ook een onderwerp dat veelvuldig aan bod komt in de teksten van de weblog. De lezer leert Kenia hier kennen als een land met mooie toeristische uitstapjes, waar safari prachtig is en waar veel natuur met wilde beesten is. Kenia is niet bepaald een cultureel land volgens de beschrijvingen op de weblogs. De vrije tijd van de vrijwilligerstoerist wordt vaak goed benut met allerlei tripjes, reisjes, weekendje erop uit en hiking trips. De vrije tijd die in de stad wordt besteed wordt gekenmerkt door uitgaan, het bezoeken van clubs en barretjes. Die zijn er dus ook in Kenia.

Het beeld over de Keniaanse bevolking wordt zeker ook gevormd. De vrijwilligerstoeristen krijgen tijdens hun vrijwilligerswerk, maar ook in hun vrije tijd, te maken met locals. Dit is soms negatief, maar ook zeker positief. Zo ontstaat het beeld dat Kenianen passief en lui zijn. Ze zijn té relaxed bij alles wat ze moeten doen, wat tot ergernissen leidt bij de vrijwilligerstoerist. Ze zijn ook niet zo betrouwbaar, doordat alles langer duurt dan afgesproken en ze niet altijd op komen dagen bij afspraken. Gelukkig overheerst het positieve beeld. De bevolking is vrolijk, blij en gelukkig. De mensen zijn aardig, lachen vooral

erg veel en ze zijn erg gastvrij wanneer de vrijwilligerstoerist wordt uitgenodigd voor een etentje.

Er ontstaat ook een beeld over de omgeving in Kenia. Allereerst moet er onderscheid gemaakt worden tussen rurale omgeving en urbane omgeving. Het beeld van de rurale omgeving is dat het bestaat uit mooie landschappen, met veel wilde dieren. Tijdens bijvoorbeeld safaritochten maakt de vrijwilligerstoerist hier kennis mee. De urbane omgeving is het tegenovergestelde. De urbane omgeving wordt overheerst door drukte en chaos. Het verkeer rijdt roekeloos rond door ontzettend drukke straten, de meest bijzondere vervoersmiddelen zitten volgepakt met mensen, kippen en geiten lopen langs de kant van de weg, vrouwen met boodschappen op het hoofd hebben kinderen achterop de rug en er zijn grote reclameborden op gebouwen bepalen het straatbeeld. In de stad zijn ook de verschillen tussen arm en rijk zichtbaar. Mensen slapen op straat, maar tegelijkertijd rijden er luxe auto's rond. De vrijwilligerstoeristen merken dit op en vaak voelen ze zich schuldig dat zij zelf ook tot de rijken worden behoren.

Doordat er armoede is, de Keniaan niet zo veel te besteden heeft, de welvaartsverschillen tussen Nederland en Kenia groot zijn en de voorzieningen minder goed zijn in Kenia, kijken de Kenianen erg op tegen de blanke en westerse vrijwilligerstoerist. Ook dit beeld komt naar voren in de beschrijvingen van de weblogs. De vrijwilligerstoerist heeft geld, kan dingen betalen, heeft veel kennis en kan de Keniaan helpen. Het aanzien is dus groot. De vrijwilligerstoerist wordt vaak genoeg nagestaard of enthousiast begroet bij aankomst op een locatie op bij een project. Dit wordt niet altijd als prettig ervaren door de vrijwilligerstoerist.

Door al deze onderwerpen die worden beschreven op de weblog komt de lezer ook veel te weten over het dagelijks leven van de Keniaan zelf. Dit leven van de Keniaan werd nooit expliciet beschreven, maar toch is dit ook van groot belang bij het totale beeld van Kenia via de weblogs. Het leven van de Keniaan wordt namelijk indirect door alle onderwerpen beschreven. Bij onderontwikkeld Kenia lees je dat de Keniaan leeft onder primitieve omstandigheden, geen WC heeft en het zonder elektriciteit moet doen. Zo ziet het leven voor sommige Kenianen er blijkbaar uit. Bij armoede lees je dat ze hard moeten werken voor lage lonen, dat auto's het snel begeven en dat er honger is bij kinderen. Ook dit speelt dus in het leven van de Keniaan. Bij de onderwerpen van 'Vrije tijd' zie je dat de vrijwilligerstoerist deel gaat uitmaken van het leven van de Keniaan. Dit komt doordat de vrijwilligerstoeristen naar de niet-toeristische bestemmingen gaan, waardoor ze iets meekrijgen van het gewone leven. Ze gaan mee naar de kerk, waardoor het beeld ontstaat dat Kenianen dit belangrijk vinden en graag doen. Bovendien worden ze uitgenodigd voor etentjes die vaak zeer uitgebreid zijn en gaan naar de stad waar ze zien hoe de Keniaan inkopen doet.

Kortom: het beeld bestaat uit tegenstellingen. De vrijwilligerstoeristen beschrijven hun werkzaamheden, die vaak te maken hebben met armoede, ondervoede kinderen en sloppenwijken. Aan de andere kant wordt een heel mooi en positief beeld van Afrika genoemd. Tijdens het reizen en de uitstapjes worden de mooiste dingen gezien, prachtige natuur bewonderd en 'vreemde' dieren gespot. Ook de bevolking wordt vriendelijk gevonden. Door de beschrijvingen van de vrijwilligerstoerist kom je ook veel te weten over de stad, de omgeving en de bevolking. De stad is druk, chaotisch, er is veel verkeer, er zijn

kleurrijke huizen, bijzondere voertuigen op straat en de bevolking wordt over het algemeen als zeer vriendelijk bestempeld.

Ontbrekende aspecten in het beeld van Kenia

Bij een beschrijving van een beeld moet ook gekeken worden naar aspecten die *niet* genoemd worden en dus die ontbreken of weinig voorkomen in het beeld van Kenia dat uit de weblogs ontstaat. De onderwerpen 'gezondheid', 'het weer', 'natuur' en 'eten' komen weinig aan bod. Dit neemt niet weg dat deze aspecten niet belangrijk zijn. Vaak worden deze onderwerpen maar met weinig zinnen besproken, waardoor ze niet bovenaan komen te staan, maar ze voegen wel degelijk iets toe aan het hierboven beschreven beeld van Kenia. Zo komt wat gezondheid betreft naar voren dat Kenia met aids/HIV te maken heeft en dat seksuele voorlichting in Kenia een taboe is. De gezondheidssituatie in Kenia valt volgens de vrijwilligerstoeristen tegen. Over het weer wordt geschreven dat Kenia heet is en dat de zon zeker werd gewaardeerd. Het tropische klimaat komt naar voren, waar ook zo nu en dan een regenbui bij hoort. Wat de natuur in Kenia betreft komt het beeld naar voren dat er veel dieren zijn en dat het een mooi landschap heeft. Dorre landschappen en de ongereptheid van de natuur kwamen niet aan bod. Tot slot het eten in Kenia. Hier wordt zeer positief over geschreven en er ontstaat een positieve associatie. Het eten in Kenia is bijzonder smakelijk. De onderwerpen 'politiek', 'geschiedenis' en 'geweld' zijn niet van toepassing in het beeld dat geconstrueerd wordt via de weblogs. Dit is in tegenstelling tot wat er in de literatuur (hoofdstuk 2) te vinden is. Daaruit blijkt dat vooral media schrijven over Afrikaanse politieke instabiliteit, financiële corruptie, geweld en conflicten. Dit beeld komt zeker niet terug in de weblogs. Ook achtergrondinformatie komt weinig aan bod in de weblogs. Daardoor kan geconcludeerd worden dat de informatie vooral het doel heeft om het thuisfront te laten weten hoe het gaat.

Aspecten mediabeeld, toeristenbeeld en NGO en goede doelenbeeld

In hoofdstuk 2 is een drietal beelden geschetst over Kenia. Dit waren het mediabeeld, toeristenbeeld en NGO en goede doelen beeld. Deze beelden komen niet in het geheel terug in het beeld dat is ontstaan via de weblogs en dat hiervoor is beschreven. Een aantal aspecten van de beelden die geconstrueerd worden door de media, de toeristensector en NGO's en goede doelen organisaties komt terug in de weblogs.

Van het mediabeeld komt vooral de armoede naar voren in de weblogs. Daar wordt veel over geschreven (zie paragraaf 4.3.1). Hierbij gaat het vooral om het besef van de vrijwilligerstoeristen van de grote welvaartsverschillen tussen Kenia en Nederland, de zielige kinderen die gezien worden en weinig hebben en de afhankelijkheid van de Kenianen. Hiermee wordt bedoeld dat de blanke vrijwilligerstoerist gezien wordt als rijk. De politieke instabiliteit, financiële corruptie, honger, geweld, conflicten, AIDS en 'animalization' komen niet of nauwelijks aan bod in de weblogs.

Van het toeristenbeeld komt vooral de safari naar voren in de weblogs. Er wordt in de weblogs veel geschreven over toeristische activiteiten en vrije tijd (28,2 %) en daar vallen de tripjes naar natuurparken en dieren spotten (safari) onder. Geconcludeerd kan worden dat het 'unchanged' beeld niet opgaat voor het beeld over Kenia van de weblogs. Er wordt niet de indruk gewekt in de teksten van de weblogs dat Afrika nog 'ontdekt' moet worden, dat de vrijwilligerstoeristen op zoek zijn naar geheimen, exotische mensen en koloniale

herontdekkingen. De uitstapjes en reisjes die ondernomen worden, worden georganiseerd door organisaties of via vrienden en lokale bevolking ondernomen. Daarbij worden de 'standaard' dingen bezocht, zoals de safari plekken en wildparken. Het 'unrestrained' beeld gaat wel op voor het beeld dat geconstrueerd wordt via de weblogs. De vriendelijke mensen worden benadrukt (onderwerp 'Bevolking'), er is mooie natuur (onderwerp 'Natuur') en de zon schijnt (onderwerp 'Het weer'). Dit beeld wordt in de literatuur geromantiseerd genoemd, maar uit de weblogs blijkt dat de vrijwilligerstoeristen dit beeld bevestigen. Het 'uncivilized' beeld gaat gedeeltelijk op voor het beeld van de weblogs. De vrijwilligerstoerist heeft te maken met primitieve omstandigheden (onderwerp 'Onderontwikkeld Afrika'). Echter, de vrijwilligerstoeristen schrijven niet over de vreemde vegetatie, noch over de gevaarlijke dieren. Het avontuurlijke aspect wordt dus nauwelijks beschreven in de teksten van de weblogs.

Tot slot het NGO en goede doelen beeld, bij deze worden vooral de tegenstellingen tussen Afrika en het Westen benadrukt, waarbij Afrika gezien wordt als de hulpbehoevende en de 'mindere'. Het beeld dat de blanke vrijwilligerstoerist cadeautjes geeft aan de minderbedeelde wordt bevestigd in de weblogs. Vaak geven de vrijwilligerstoeristen meegebrachte spullen uit Nederland aan kinderen op scholen of weeshuizen. Het NGO en goede doelenbeeld wordt nog eens extra benadrukt doordat het onderwerp 'armoede' zo vaak terugkomt in de weblogs. Dit wordt geassocieerd met hulp. Slechts in één weblog wordt gevraagd om donaties van de lezers van de weblogs vanwege de hulp.

Dark continent

Tot slot het beeld van het Dark Continent. Uit het theoretische kader (hoofdstuk 2) blijkt dat het 'Dark Continent' is geconstrueerd door het Westen. De Afrikanen werden gezien als primitievelingen en wilden, waarbij het Westen geloofde dat ze in alle opzichten beter waren dan de Afrikanen. Er zou geen historie zijn, geen geld, geen wetten, geen beschaving en Afrika is in alles het tegenovergestelde van Europa. Uit het beeld dat uit de weblogs naar voren is gekomen wordt niet overduidelijk het Dark Continent geconstrueerd (er zijn slechts aspecten te noemen). Daar zijn er teveel positieve dingen voor opgeschreven door de vrijwilligerstoeristen. Zo wordt er geschreven over de mooie natuur, de leuke kinderen die altijd lachen, de vriendelijke mensen, de leuke uitstapjes die gemaakt worden en de werkzaamheden van de vrijwilligerstoerist. Er worden negatieve dingen over Kenia geschreven, die overeenkomen met het beeld van Dark Continent. Zo wordt er ingegaan door de vrijwilligerstoeristen op de armoede, op de primitieve omstandigheden (uitvallen elektriciteit, het missen van een fatsoenlijk toilet en de verouderde voertuigen) en dat de Keniaan opkijkt tegen de westerse vrijwilligerstoerist. Echter, het grote verschil met het beeld van het Dark Continent is dat de vrijwilligerstoeristen met deze negatieve dingen positief omgaan. Er wordt geen hard waardeoordeel aan gegeven en er wordt niet geschreven dat ze zich beter voelen dan de Keniaan en Kenia. De Keniaanse situatie wordt 'slechts' vergeleken met de Westerse situatie

4.4.2 – Verklaring van de resultaten

In deze subparagraaf wordt geprobeerd verklaringen te vinden voor de resultaten die hierboven besproken zijn. Dit wordt puntsgewijs gedaan door verschillende resultaten te koppelen, alsmede door de literatuur uit hoofdstuk 2 erbij te betrekken.

- Divers beeld. Hierboven blijkt dat zowel armoede als de pracht van het land tijdens bijvoorbeeld uitstapjes wordt benadrukt. Dat deze tegenstellingen terugkomen in het beeld over Kenia op de weblogs is te verklaren doordat vrijwilligerstoeristen met zowel de toeristische kant van Kenia in aanraking komen (tijdens reizen) als met de niet-toeristische kant van het Kenia (door het doen van vrijwilligerswerk). Ze krijgen van beide kanten dingen mee. Het is dus logisch dat er over diverse onderwerpen wordt geschreven op de weblogs.
- Divers beeld. Het diverse beeld dat is ontstaan uit de weblogs kan ook verklaard worden doordat de vrijwilligerstoeristen vrij frequent op hun weblog hebben geschreven. Op die manier kunnen er diverse onderwerpen behandeld worden en hoeft het niet bij slechts één blog te blijven.
- Het is te verklaren dat ‘dagelijks leven’ een groot aandeel heeft in de teksten van de weblogs, aangezien op die manier het doel van de weblog tot recht komt: het thuisfront op de hoogte houden.
- Uit de resultaten blijkt dat er veel over kinderen wordt geschreven (zielige kinderen bij ‘armoede’ en blijde kinderen bij ‘bevolking’). Dit is te verklaren omdat de meerderheid van de vrijwilligerstoeristen op scholen of weeshuizen werkt (zie tabel paragraaf 4.1.2). Als er bijvoorbeeld over armoede wordt gesproken, wordt dit vaak betrokken op de kinderen met wie de vrijwilligerstoeristen te maken krijgen tijdens het doen van het vrijwilligerswerk.
- Over geweld en conflicten wordt niet geschreven. Dit heeft er waarschijnlijk mee te maken dat de vrijwilligerstoeristen (on)bewust de onveilige plekken vermijden. Ze zijn overdag bezig met het doen van vrijwilligerswerk in een relatief veilige omgeving en de reisjes die ondernomen worden zijn georganiseerd of via-via geregeld. Ze komen nauwelijks in een grote stad waar relatief veel geweld is, omdat is gebleken dat de vrijwilligerstoeristen veelal wonen in de weeshuizen of scholen op het platteland. Ze krijgen dus het geweld dat er in Kenia is nauwelijks te zien. Bovendien is de veiligheidssituatie in Kenia tegenwoordig verbeterd. De rellen die rond de verkiezingen eind 2007 waren zijn verminderd (Ministerie van Buitenlandse Zaken, 2012).
- Selectiviteit van de vrijwilligerstoeristen. Niet alles wordt opgeschreven door de vrijwilligerstoerist. Toch wordt geconcludeerd dat het beeld vrij volledig is dat via de weblogs geconstrueerd wordt. Dit is te vooral te verklaren als je het met de situatie waarin de ‘gewone’ toerist verkeert vergelijkt. Een toerist zou vaak het mooie plaatje willen laten zien dat ook door de toeristensector wordt laten zien. Juist de vrijwilligerstoerist laat de mooie, maar ook de minder mooie kanten van een land zien. Dit blijkt uit het feit dat zowel armoede wordt benadrukt, maar ook de mooie natuur en de schoonheid van de uitstapjes. De vrijwilligerstoerist staat dicht bij de bevolking. Ze werken bij weeshuizen en werken samen met locals.
- Leeftijd en geslacht vrijwilligerstoeristen. De resultaten over het geslacht en de leeftijd van de vrijwilligerstoeristen kunnen niet gebruikt worden voor een verklaring. De man-vrouw verhouding van de onderzochte weblogs is nagenoeg gelijk en de leeftijden verschillen ook (met een meerderheid van mensen die in de twintig zijn).

-
- Frequentie van het schrijven. Er wordt veel geschreven op de weblogs. Dit maakt het beeld dat de thuisblijver krijgt geloofwaardiger en realistischer.
 - Verbeelding selectief proces. De Tourist Gaze (zie hoofdstuk 2) is niet volledig van toepassing op het beeld dat naar voren is gekomen via de weblogs. Ziet men wat men wil zien is de vraag? Dit is bij vrijwilligerstoeristen minder het geval, omdat zij open staan (meer dan de 'normale' toerist) voor alle aspecten van een land (positieve én negatieve). Hun beeld wordt beïnvloed door wat ze meemaken en dat is zeer divers. Er wordt geschreven over leuke dingen zoals reizen en toeristische activiteiten, maar ook over armoede en het onderontwikkelde Afrika. Kortom: hun 'Gaze' (zie hoofdstuk 2) is breed en divers.
 - Motivatie vrijwilligerstoerist. Uit hoofdstuk 2 blijkt dat het opdoen van ervaringen en kennis en nieuwe mensen ontmoeten de belangrijkste redenen zijn om vrijwilligerswerk te doen. Om deze doelen te kunnen behalen, moet de vrijwilligerstoerist open staan voor nieuwe dingen en mensen. Logisch is dat hun beeld over Kenia completer is dan die van de 'normale' toerist.

Conclusie

In deze scriptie is onderzocht welke bijdrage vrijwilligerstoeristen leveren op de waarbenjij.nu weblogs aan de beeldvorming van Afrika. De onderzoeksvraag wordt nogmaals genoemd: *“Welke bijdrage leveren vrijwilligerstoeristen in Kenia op de waarbenjij.nu weblogs aan de beeldvorming van Afrika?”*

Beeldvorming gaat over het vormen van betekenissen. Mensen selecteren bepaalde informatie uit diverse bronnen waardoor uiteindelijk een mentaal beeld wordt gevormd over bijvoorbeeld een bestemming. Uit de weblogs van de vrijwilligerstoeristen komt ook een beeld van Kenia naar voren. De vrijwilligerstoeristen die een weblog bij hebben gehouden zaten allemaal voor een langere tijd in Kenia. De periode waarin zij vrijwilligerswerk doen varieerden van 3 weken tot 4,5 maand. Alle weblogs hebben meerdere posts waarin de vrijwilligerstoerist uitgebreid verslag doet van zijn of haar leven in Kenia.

Door deze verslagen ontstaat allereerst een beeld van de vrijwilligerstoerist aan het werk. De meeste vrijwilligerstoeristen werken op scholen of weeshuizen waar ze dagelijks te maken hebben met ondervoede kinderen, kleine scholen, sloppenwijken en ziekenhuizen die verschillen met de ziekenhuizen in Nederland.

Ook de armoede in Kenia wordt benadrukt in het beeld dat ontstaat via de weblogs. Het beeld van de armoede in Kenia bestaat uit ondervoede kinderen, mensen die in krottenwijken leven en mensen die werken voor zeer lage lonen. Maar ook huizen die kleurrijk en verpauperd zijn, kinderen die voor hun eigen familie moeten zorgen wegens geldgebrek en het grote welvaartsverschil met Nederland. Veel vrijwilligerstoeristen verbazen zich over de armoede en vinden dit erg om te zien. Ze beseffen hoe goed ze het in Nederland hebben. Het onderontwikkelde Kenia staat in verband met de armoede die naar voren komt.

De vrijwilligerstoerist staat nauw in verband met de Keniaanse bevolking. De vrijwilligerstoerist komt de Keniaan vooral tegen tijdens het doen van vrijwilligerswerk, maar ook tijdens uitstapjes, het boodschappen doen of andere activiteiten in de vrije tijd. Uit de beschrijvingen die over de Keniaanse bevolking gaan, komt het beeld naar voren dat de meeste Kenianen erg blij, gelukkig en goedlachs zijn. Ze zijn vooral erg gastvrij. De vrijwilligerstoerist is echter niet altijd te spreken over de Keniaanse bevolking. Ze zijn passief, lui, komen vaak te laat op afspraken of komen hun afspraken niet na.

Naast deze karaktereigenschappen ontstaat ook indirect een beeld van het leven van de Keniaan. Doordat onderwerpen als armoede en onderontwikkeling worden beschreven door de vrijwilligerstoerist, kom je ook meer te weten over de dagelijkse beslommingen van de bevolking en hoe het leven er voor een gemiddelde Keniaan uitziet. Niet alle Kenianen leven onder even goede omstandigheden. De vrijwilligerstoeristen beschrijven hierbij de afwezigheid van stroom, het uitvallen van elektriciteit en het toilet dat slechts uit een gat in de grond bestaat. Ook de slechte werking van internet wordt beschreven, veelal doordat de vrijwilligerstoerist internet nodig heeft om te de tekst van de weblog online te zetten. Het komt veelvuldig voor dat Kenianen met vele familieleden in één huis wonen en dat ze wekelijks naar de kerk gaan.

De vrijwilligerstoeristen maken in hun vrije tijd vaak uitstapjes. Deze uitstapjes worden uitvoerig beschreven en kunnen dichtbij huis zijn of juist verder weg. Uit de beschrijvingen van de uitstapjes die dichtbij huis worden gemaakt ontstaat vooral het urbane beeld van Kenia. De urbane omgeving wordt overheerst door drukte en chaos. Het verkeer rijdt roekeloos rond door ontzettend drukke straten, de meest bijzondere vervoersmiddelen zitten volgepakt met mensen, kippen en geiten lopen langs de kant van de weg en vrouwen met boodschappen op het hoofd hebben kinderen achterop de rug. Bovendien bepalen grote redameborden op gebouwen het straatbeeld en zijn huisjes vooral kleurrijk. Uit de beschrijvingen van uitstapjes verder weg van huis ontstaat vooral het beeld van het rurale Kenia. Mooie natuur, safari, prachtige landschappen en zelfs wilde beesten komen naar voren in dit beeld.

Ook onderwerpen die in mindere mate voorkomen op de weblogs spelen een rol in het beeld over Kenia. Zo komt wat gezondheid betreft naar voren dat Kenia met aids/HIV te maken heeft en dat seksuele voorlichting in Kenia een taboe is. Daarnaast vinden de vrijwilligerstoeristen de Keniaanse gezondheidssituatie tegenvallen.

Kortom, in het beeld over Kenia komen tegenstellingen voor. De vrijwilligerstoerist beschrijft de schoonheid van de uitstapjes, de vriendelijkheid van de mensen en het plezier van de vrijwilligerstoerist én van de Keniaan, maar tegelijkertijd worden ook minder positieve kanten zoals armoede en zielige kinderen beschreven. Het nieuwe aspect in het beeld is verkeer. Door het schrijven over verkeer wordt de chaos in Kenia benadrukt.

In deze beelden van Kenia komen aspecten terug van de in de literatuurverkenning genoemde beelden die geconstrueerd worden door de media, toeristensector en goede doelen organisaties. Van het mediabeeld komt vooral de armoede in de weblogs naar voren. Van het toeristenbeeld komt vooral de safari terug, maar ook het 'unrestrained' aspect. De vriendelijke mensen worden benadrukt (onderwerp 'Bevolking'), mooie natuur is aanwezig (onderwerp 'Natuur') en de zon schijnt (onderwerp 'Het weer'). Het 'uncivilized' aspect van het toeristenbeeld gaat gedeeltelijk op; de vrijwilligerstoerist heeft te maken met primitieve omstandigheden en beschrijft dit ook op de weblogs. Ook aspecten van het NGO en het goede doelen beeld komen naar voren. Allereerst doordat armoede door de vrijwilligerstoerist vaak werd beschreven, maar ook doordat de vrijwilligerstoerist vaak speelgoed, kleding of schoolspullen voor Keniaanse kinderen kocht. Hierdoor wordt de indruk gewekt dat de Kenianen afhankelijk zijn van de rijke westerling. Dit wordt versterkt door het feit dat de Kenianen erg blij zijn met alle hulp die ze krijgen. Door de vrijwilligerstoerist wordt echter niet expliciet genoemd dat hulp hard nodig is in Kenia en vaak wordt ingegaan op het feit dat de Kenianen zo gelukkig zijn met alles wat ze hebben.

Ondanks dat vooral onderwerpen die niet altijd even leuk zijn worden benadrukt in het beeld over Kenia, schrijven de vrijwilligerstoeristen vooral zeer positief over Kenia. Dit is dan ook de overheersende toon van de teksten van de weblogs. De negatieve onderwerpen, zoals geweld, conflicten, corruptie en de geschiedenis van het land komen niet terug in het beeld over Kenia. Dit komt doordat de vrijwilligerstoerist in een relatief veilige omgeving werken en reizen en doordat de veiligheidssituatie in Kenia is verbeterd. De vrijwilligerstoeristen zijn enthousiast over het geluk en de blijdschap die de Kenianen

uitstralen, over de mooie natuur, de gastvrijheid van de mensen, de grote verschillen tussen Nederland en Kenia en natuurlijk het vrijwilligerswerk. Door deze positiviteit verandert het beeld van Kenia. Waar in de literatuur blijkt dat veel mensen een negatief beeld hebben van Afrika en dat dit beeld door de machtige westerse nieuwsmedia vaak wordt versterkt, daar zorgen de positieve verhalen van de vrijwilligerstoeristen ervoor dat Afrika 'dichterbij' komt en herkenbaarder wordt voor de meeste mensen.

Het beeld dat van Kenia ontstaat is reëel te noemen. De thuisblijvers zien wat de vrijwilligerstoerist meemaakt en hoe het leven in Kenia is. Doordat er zowel toeristische dingen als niet-toeristische dingen op worden geschreven (kenmerk vrijwilligerstoerisme) en zowel positieve als negatieve dingen, krijgt de thuisblijver een compleet en reëel beeld. Anders dan bij bijvoorbeeld de 'normale' toerist, die vooral over de schoonheid van het land en de toeristische uitstapjes zou schrijven. Dit reële beeld wordt nog eens verhoogd door de hoge frequentie van het schrijven op de weblogs en door de brede 'Gaze' van de vrijwilligerstoeristen waardoor zij meerdere aspecten meenemen in hun waarnemingen.

Een laatste conclusie is dat weblogs een bijzonder medium zijn en dat juist de unieke vorm van de weblog zorgt voor een ander beeld over Kenia. Iedereen is vrij om een weblog aan te maken, informatie te delen en te schrijven wat hij of zij wil. Uit de resultaten blijkt dat de vrijwilligerstoeristen er een informele schrijfstijl op na houden en dat ze zich in zekere mate bewust zijn van het feit dat de waarbenjij.nu weblogs openbaar zijn. Informatie die té persoonlijk zou zijn is niet te vinden op de weblogs. Toch delen de vrijwilligerstoeristen tijdens hun verblijf in Kenia persoonlijke gevoelens met familie, vrienden en bekenden via de weblog. Bovendien geeft hij of zij waardeoordelen aan de dingen die meegemaakt worden. De Nederlandse punctualiteit wordt gemist, iets was 'mooi', kinderen waren 'zielig', tegenslagen of juist de vrolijke momenten worden bijvoorbeeld beschreven. Dit maakt een weblog een uniek medium. Juist het tonen van emoties, persoonlijke gevoelens en waardeoordelen zorgt ervoor dat een ander beeld over Kenia ontstaat in vergelijking met bijvoorbeeld beelden die ontstaan via dagbladen, goede doelen reclames of reisgidsen.

De weblogs zijn echter geen volledige vervanging van de reisgids, want ze bevatten te weinig achtergrondinformatie. Wel kunnen de geanalyseerde weblogs goed gebruikt worden voor vermaak (van het thuisfront) en voor eventuele toekomstige vrijwilligerstoeristen. Het geschetste beeld van een land of stad met veel persoonlijke informatie en ervaringen is voor deze vrijwilligers behoorlijk relevant. Het begrip 'Circle of Representation' is daarom tweeledig van toepassing op dit onderzoek. Aan de ene kant leest de thuisblijver alle belevenissen van de vrijwilligerstoerist en zou daardoor beïnvloed kunnen worden. De thuisblijver zou bij een toekomstig bezoek aan Kenia dezelfde dingen bezoeken en doen als beschreven is op de weblog. Aan de andere kant lijkt het alsof de vrijwilligerstoerist op de bestemming zelf niet of nauwelijks te maken heeft met de Circle of Representation. Uit de resultaten blijkt namelijk dat er nauwelijks verwijzingen te vinden zijn van gebruikte media door de vrijwilligerstoerist om uitstapjes uit te stippelen. Niet de media of reisgidsen, maar de lokale bevolking is de informatiebron die de vrijwilligerstoeristen gebruiken voor ideeën over leuke uitstapjes.

Reflectie

Mijn onderzoek is afgerond en het is nu het tijd om terug te kijken op mijn onderzoek en opmerkingen te maken over de gebruikte methodes, het proces en het eindresultaat. Ook enkele aanbevelingen worden gedaan voor eventueel vervolgonderzoek.

De methodologie die ik voor dit onderzoek heb gebruikt was geheel nieuw voor mij. Ik had er noch in mijn bachelor, noch in mijn master mee gewerkt. Het was voor mij een uitdaging om deze methodologie van inhoudsanalyse onder de knie te krijgen en me erin te verdiepen. Dit is gelukt en na een aantal 'proef-analyses' ben ik begonnen met het 'echte werk' van het analyseren van de geselecteerde weblogs. Deze analyse vond ik leuk om te doen. Wat opviel was dat ik de weblogs met een wetenschappelijke bril aan het lezen was en dat dit dus op een heel andere manier is dan het lezen van een weblog van een vriend of kennis. Dat ik het onderzoek leuk vond om te doen, kwam natuurlijk ook door het onderwerp: Afrika en de beeldvorming daarvan trekt mij en vind ik interessant.

Wat beter had gekund tijdens het onderzoek is het afbakenen van de onderwerpen. Dit had nauwkeuriger gekund. Ik merkte namelijk dat ik tijdens het analyseren het moeilijk vond om te bepalen bij welk onderwerp de tekst ingedeeld moest worden. Vaak had een stuk tekst meerdere onderwerpen en moest ik bepalen wat het hoofdonderwerp was en wat de vrijwilligerstoerist wilde vertellen met het bericht.

De conclusie van dit onderzoek is specifiek van toepassing op dit onderzoek en is niet direct te generaliseren op andere onderzoeken. De waarbenjij.nu onderzoeken zijn ten eerste Nederlandse weblogs en ten tweede waren de auteurs allemaal vrijwilligerstoeristen. Zij kunnen een heel ander beeld construeren dan bijvoorbeeld toeristen die in een vakantieresort verblijven. Toch moet wel in het achterhoofd worden gehouden dat het beeld dat ontstaat over Kenia via de weblogs realistisch is en een aanvulling is op de al bestaande beelden van Kenia.

Voor eventueel vervolgonderzoek is het interessant om ook andere doelgroepen te betrekken in het beeld dat over Kenia wordt geconstrueerd en deze beelden onderling vergelijken. Ook het beeldmateriaal betrekken bij de analyse is een idee voor vervolgonderzoek. Foto's en eventuele filmpjes zijn namelijk niet meegenomen in dit onderzoek. Verder is het interessant om de auteurs van de weblog te interviewen na de analyse en hen voor te leggen wat voor een beeld zij van Kenia hadden voorafgaande aan de reis en wat hun beeld was na afloop.

Het proces van het schrijven van deze scriptie is ietwat langer geweest dan ik had gehoopt. Dit komt omdat ik het schrijven van mijn thesis combineerde met een bestuursjaar. Na de zomer moest ik mijn conceptversie omzetten naar een definitieve versie en ook dit duurde wat langer dan gehoopt, omdat ik fulltime stage liep. Gezegd kan worden dat ik deze definitieve versie van mijn scriptie een goede verbetering vind vergeleken met de conceptversie.

Eefke Meijer

Literatuurlijst

- Alam, S (1994), The Visual representation of Developing Countries by Developmental Agencies and the Western Media, Dhaka, unpublished.
- Aloglu, S., McCleary, K.W. (1999), A model of destination image formation. In: *Annals of Tourism Research*, 26 (4), pp. 868-897.
- Azarya (2004), Globalization and International Tourism in Developing Countries: Marginality as a Commercial Commodity. In: *Current sociology* yr: 2004, Vol 52, Iss: 6, pp. 949-967.
- Battyn, B. (2005), Affiniteit met Afrika. In: *Ethische persectieven* 15(2005)2, p.124
- Bonsu-Amoako, N. (2008), Representations of Africa.
- Brinkman, M. (2010), De beelden van NGO's over Afrika: Een case-study over War Child. Utrecht, Universiteit Utrecht.
- Bruner, E.M. (2001), The Maasai and the Lion King: Authenticity, nationalism, and globalization in African tourism. In: *American Ethnologist*, 28 (4), pp. 881-908.
- Bryman, A. (2004), *Social research methods.*, 2nd edition, Oxford University Press.
- Cameron, J. (2008), Development Made Sexy: how it happened and what it means. *Third World Quarterly*, Vol. 29, No. 8, 2008, pp 1475–1489.
- Carter, S. (1998), Tourists' and travellers' social construction of Africa and Asia as risky locations. In: *Tourism Management*, 19 (4), pp. 349-358.
- Choi, S., Lehto, X.Y., Morrison, A.M. (2007), Destination image representation on the web: Content analysis of Macau travel related websites. In: *Tourism Management*, 28 (1), pp. 118-129.
- Conran, M. (2011), They really love me! Intimacy in Volunteer Tourism. *Annals of Tourism Research*, Vol. 38, No. 4, pp. 1454–1473.
- Dale, van (1995), *Groot Woordenboek der Nederlandse Taal*. Utrecht-Antwerpen: Van Dale Lexicografie.
- De Standaard. Hoe fake is reality? In: *De Standaard*, 11-03-2006-12-03-2006.
- De Standaard. Het ranzige achter reality. In: *De Standaard*, 11-03-2006-12-03-2006.
- Dogra, N. (2007), Reading NGO's visually – Implications of visual images for NGO management. *Journal of International Development* (19), pp. 161–171
- Echtner, C. & Prasad, P. (2003), The context of third world tourism marketing. In: *Annals of Tourism Research*, 30 (3), pp. 660-682.

- Exploring Africa (2012), Module One: Exploring the Diversity of Africa. Teaching about Representations and Stereotypes of Africa. [Online]
<http://exploringafrica.matrix.msu.edu/teachers/curriculum/m1/notes.php>
- Forrester, M. (2000), *Psychologie of the image*. Londen
- Franks S. (2005), *Reporting Africa: Problems and Perspectives* [Electronic Version].
Westminster Papers in Communication and Culture. University of Westminster, London,
Special Issue November 2005: 129-134. Retrieved 6th November 2008 from
http://www.wmin.ac.uk/mad/pdf/zim_art8.pdf
- Galtung, J. & M.H. Ruge (1965), *The Structure of Foreign News*; *Journal of Peace Research*.
Vol. 2, Iss. 1; pp. 64-91.
- Gartner, W. (1993), *Image Formation Process*. *Journal of Travel & Tourism Marketing* vol. 2
o. 3, pp.191-215.
- Gaskell&Bauer (2000), *Qualitative researching with text, image and sound*. Londen, UK:
Sage.
- Van Ginneken, J. (1998), *Understanding Global News: A Critical Introduction*. Londen:
SAGE Publications.
- Hagos, A. 2000, *Hardened Images: The Western Media and the Marginalisation of Africa*.
Africa World Press.
- Harvey, D (2005), *The Sociological and Geographical Imaginations*. *International Journal of
Politics, Culture and Society*, Volume 18, Numbers 3-4, pp. 211- 255.
- Hawk, B.G. 1992, *Africa's media image*. Westport, Conn., Praeger.
- Iaquinto, B. (2011), *Fear of a Lonely Planet: Author anxieties and the mainstreaming of a
guidebook*. *Current Issues in Tourism* 14 (8), pp. 705-723.
- Jarosz, L. (1992), *Constructing the Dark Continent: Metaphor as Geographic Representation
of Africa*. *Geografiska Annaler. Series B, Human Geography* Vol. 74, No. 2 (1992), pp. 105-
115. Published by: Blackwell Publishing [Online]
<http://www.jstor.org/stable/490566>
- Jenkins, O (2003), *Photography and travel brochures: The circle of representation*. *Tourism
Geographies* 5 (3), pp. 305–328
- Johnston, R., D. Smith et al (2000), *The Dictionary of Human Geography*, Oxford.
- Ketter, E. & Avraham, E. (2010), *Online tourism marketing for Sub-Saharan African countries:
Battling stereotypes of high risk, hostility and underdevelopment*. In: *International Journal of
Tourism Policy*, Volume 3, Issue 4, 2010, pp 318-331.
- Kotler, P., D.H. Haider, I. Rein (1993), *Marketing Places: Attracting Investment, Industry and*

Tourism to Cities, States and Nations. New York: Free Press.

- Kotler, P., G. Armstrong, V. Wong & J. Saunders (2008), Principles of Marketing, Pearson Education Limited
- Kussendrager, N. (1999), Beeldvorming over Afrika: kinderen, krijgers en kannibalen. *Geografie* 7, april, p. 4-8.
- Lamers, M. (2005), Representing Poverty, Impoverishing Representation? A Discursive Analysis of a NGOs Fundraising Posters. *Graduate Journal of Social Science – 2005 – Vol. 2, Issue 1*, pp. 37-74.
- Lepp, A., Gibson, H., Lane, C. (2011), Image and perceived risk: A study of Uganda and its official tourism website. In: *Tourism Management* 32 (3) , pp. 675-684.
- Mahadeo, M & McKinney, J. (2007), Media representations of Africa: Still the same old story? in *Policy & Practice: A Development Education Review*, Vol. 4, Spring 2007, pp. 14-20, [Online] <http://www.developmenteducationreview.com/issue4-focus2>.
- Meijers, J. (2006), *Ontwikkeling in de journalistiek: Een exploratief onderzoek naar opvattingen over ontwikkelingsamenwerking op Nederlandse nieuwsredacties*. Nijmegen: Radboud Universiteit Nijmegen.
- Michira, J. (2002), *Images of Africa in the Western Media*. 23 december 2002.
- Ministerie van Buitenlandse Zaken (2012). Reisadvies Kenia. [Online] <http://www.minbuza.nl/reizen-en-landen/reisadviezen/k/kenia.html> Geciteerd op 6 augustus 2012.
- Nederveen Pieterse, J. (2009), *Wit over zwart. Beelden van Afrika en zwarten in de westerse populaire cultuur*. Koninklijk instituut voor de Tropen, Amsterdam.
- Pater, de e.a. (2002), *Denken over regio's*. Coutinho, Bussum, pp. 128-129.
- Pattyn, B. (2005), Affiniteit met Afrika. In: *Etnische perspectieven* 15 (2005)2 pp. 121-124.
- Rias, D. & Rodríguez, M. & Castañeda, J. (2008), Internet vs. travel agencies on pre-visit destination image formation: An information processing view. In: *Tourism management*, 29 (1), pp. 163-179.
- Rijn, M. van (2010), *Who is Gazing Who? Een antropologisch onderzoek naar beelden en narratieven over westerse vrijwilligers onder de lokale bevolking van Swedru (Ghana) en de invloed hiervan op de onderlinge interactie*. Utrecht, masterthesis.
- Rodriguez, I. (2009). *Social Media in tourism behavior*. Bournemouth University en Université de Savoie.
- Salazar, N. (2009). Imaged or imagined?: Cultural representations and the "tourismification" of peoples and places. In: *Cahiers d'Etudes Africaines* 49 (1-2) , pp. 49-71.

-
- Seyssens, R. (2006). Authentieke stammen en ongerepte natuur: Afrikaanse 'reality' in media en toerisme, casestudy: Oeganda.
- Strüver, A. (2007). The Production of Geopolitical and Gendered Images through Global Aid Organisations, *Geopolitics*, 12:4, 680-703
- Tomazos, K. (2012), Volunteer tourists in the field: A question of balance? In: *Tourism Management* 33 (2012) pp. 177-187.
- Treer, E. (2010), Social media: an interesting option for tourism destination promotion? Aalborg University, masterthesis.
- Vaart, R. van de (1998), Steden en Streken, Geografische opstellen voor Gerard Hoekveld. Assen, pp. 193-194.
- Vervaeke, L. (2004). Er waart een spook door Afrika. De perceptie van de Kongolese en Algerijnse onafhankelijkheidsstrijd in De Rode Vaan. Leuven: Universiteit Leuven. [Online] http://www.ethesis.net/afrika/afrika_inhoud.htm

Bijlage 1

Weblogs

1. www.doulajolanda.waarbenjij.nu
2. www.sannebant.waarbenjij.nu
3. www.judithvddoes.waarbenjij.nu
4. www.rowenatencate.waarbenjij.nu
5. www.saskiamuller.waarbenjij.nu
6. www.kimvanpeperstraten.waarbenjij.nu
7. www.inekerop.waarbenjij.nu
8. www.tomvandenbiggelaar.waarbenjij.nu
9. www.nouki ploeg.waarbenjij.nu
10. www.benjaminvansoldt.waarbenjij.nu
11. www.glennheesakkers.waarbenjij.nu
12. www.lisahogervorst.waarbenjij.nu
13. www.marjoleinblokland.waarbenjij.nu
14. www.corarooker.waarbenjij.nu
16. www.marijnwouters.waarbenjij.nu
17. www.philipsensusanne.waarbenjij.nu
18. www.sannegeleijns.waarbenjij.nu
19. www.lottehave.waarbenjij.nu
20. www.jessyrooyakkers.waarbenjij.nu

Bijlage 2

Analyseschema

Onderwerp	Positief	Negatief	Neutraal
Dagelijks leven <ul style="list-style-type: none"> - Van de vrijwilligerstoerist - Van de Afrikaan 			
Armoede <ul style="list-style-type: none"> - Derde wereld - Honger - Sloppenwijken - Dorre landschappen - Veel oude mensen - Zielige kinderen - Fragiele mensen - Huizen - Kleding - Hulpeloosheid/afhankelijkheid - Besef welvaart Nederland 			
Toeristische activiteiten en vrije tijd <ul style="list-style-type: none"> - Weekendje weg/reizen - Het reizen op zich - Bezoeken typisch Afrikaanse plekken - Safari - Strand - Ontspanning 			
Politiek <ul style="list-style-type: none"> - Politieke instabiliteit - Financiële corruptie - Dictators - Ontbreken democratie, - Politieke conflicten - Bestuur 			
Natuur <ul style="list-style-type: none"> - Ongereptheid - Dorre landschappen - Unieke en mooie natuur - Vegetatie - Dieren 			
Het weer <ul style="list-style-type: none"> - Veel zon - Hitte 			
Bevolking <ul style="list-style-type: none"> - Vriendelijkheid - Zelfvertrouwen - Gelukkig 			

<ul style="list-style-type: none"> - Actief - Passief - Lief 			
Geschiedenis <ul style="list-style-type: none"> - Gekoloniseerd Afrika - Oorlog, conflicten en geweld - Oorlogslachtoffers - Monumentale overblijfselen 			
Onderontwikkeld Afrika <ul style="list-style-type: none"> - Geen industrie - Oude technologie - Primitief - Bijgelovig - Geen efficiëntie 			
Achtergrondinformatie (feitelijk) <ul style="list-style-type: none"> - Over het land 			
Geweld (geen oorlog) <ul style="list-style-type: none"> - Stelen - Vechten 			
Gezondheid <ul style="list-style-type: none"> - AIDS - Seksuele voorlichting - Ziektes van de vrijwilligerstoerist - Medisch circuit 			
Tegenstellingen Nederland – Afrika			
Verkeer			
Eten			

Bijlage 3

Onderwerpen percentages op basis van aantal woorden:

Weblog 1

Thema	Aantal woorden	Percentage van totaal
Dagelijks leven	505	53,1
Armoede	208	23,4
Toeristische activiteiten en vrije tijd		
Politiek		
Natuur		
Het weer	21	2,4
Bevolking	32	3,3
Geschiedenis		
Onderontwikkeld Afrika		
Achtergrondinformatie feitelijk		
Geweld	47	5,8
Gezondheid	107	12,0
Tegenstellingen Nedeland-Afrika		
Verkeer		
Eten		
Mix: Armoede en dagelijks leven		
Mix: Armoede en verschillen		
Mix: Armoede en achtergrondinformatie		
Mix: Dagelijks leven en natuur		

Weblog 2

Thema	Aantal woorden	Percentage van totaal
Dagelijks leven	318	18,0
Armoede	397	22,3
Toeristische activiteiten en vrije tijd	201	11,8
Politiek		
Natuur	134	7,1
Het weer	91	4,9
Bevolking	153	
Geschiedenis		
Onderontwikkeld Afrika	43	2,3
Achtergrondinformatie	57	3,3

feitelijk		
Geweld		
Gezondheid	113	6,1
Tegenstellingen Nedeland-Afrika	163	8,7
Verkeer	281	15,5
Eten		
Mix: Armoede en dagelijks leven		
Mix: Armoede en verschillen		
Mix: Dagelijks leven en natuur		

Weblog 3

Thema	Aantal woorden	Percentage van totaal
Dagelijks leven	827	54,0
Armoede	158	10,2
Toeristische activiteiten en vrije tijd	287	18,7
Politiek		
Natuur		
Het weer		
Bevolking		
Geschiedenis		
Onderontwikkeld Afrika		
Achtergrondinformatie feitelijk		
Geweld		
Gezondheid		
Tegenstellingen Nedeland-Afrika		
Verkeer		
Eten		
Mix: Armoede en dagelijks leven	265	17,1
Mix: Armoede en verschillen		
Mix: Dagelijks leven en natuur		

Weblog 4

Thema	Aantal woorden	Percentage van totaal
Dagelijks leven	151	31,5
Armoede		
Toeristische activiteiten en vrije tijd	126	26,3
Politiek		

Natuur		
Het weer		
Bevolking	91	19,0
Geschiedenis		
Onderontwikkeld Afrika	111	23,2
Achtergrondinformatie feitelijk		
Geweld		
Gezondheid		
Tegenstellingen Nedeland-Afrika		
Verkeer		
Eten		
Mix: Armoede en dagelijks leven		
Mix: Armoede en verschillen		
Mix: Dagelijks leven en natuur		

Weblog 5

Thema	Aantal woorden	Percentage van totaal
Dagelijks leven	149	15,4
Armoede		
Toeristische activiteiten en vrije tijd	309	31,7
Politiek		
Natuur	78	8,0
Het weer		
Bevolking	172	17,6
Geschiedenis		
Onderontwikkeld Afrika	210	21,5
Achtergrondinformatie feitelijk	57	5,8
Geweld		
Gezondheid		
Tegenstellingen Nedeland-Afrika		
Verkeer		
Eten		
Mix: Armoede en dagelijks leven		
Mix: Armoede en verschillen		
Mix: Dagelijks leven en natuur		

Weblog 6

Thema	Aantal woorden	Percentage van totaal
Dagelijks leven	875	44,5
Armoede		
Toeristische activiteiten en vrije tijd	547	27,8
Politiek		
Natuur	39	2,0
Het weer	50	2,5
Bevolking	59	3,1
Geschiedenis		
Onderontwikkeld Afrika		
Achtergrondinformatie feitelijk		
Geweld		
Gezondheid		
Tegenstellingen Nedeland-Afrika		
Verkeer	103	5,2
Eten		
Mix: Armoede en dagelijks leven		
Mix: Armoede en verschillen		
Mix: Dagelijks leven en natuur	292	14,9

Weblog 7

Thema	Aantal woorden	Percentage van totaal
Dagelijks leven	767	37,1
Armoede	117	5,7
Toeristische activiteiten en vrije tijd		
Politiek	64	3,1
Natuur		
Het weer		
Bevolking	344	16,6
Geschiedenis		
Onderontwikkeld Afrika	131	6,3
Achtergrondinformatie feitelijk		
Geweld		
Gezondheid		
Tegenstellingen Nedeland-Afrika		
Verkeer	483	23,6
Eten		
Mix: Armoede en		

dagelijks leven		
Mix: Armoede en verschillen	157	7,6
Mix: Dagelijks leven en natuur		

Weblog 8

Thema	Aantal woorden	Percentage van totaal
Dagelijks leven		
Armoede	269	9,4
Toeristische activiteiten en vrije tijd	1015	35,5
Politiek	33	1,2
Natuur		
Het weer		
Bevolking	143	5,0
Geschiedenis		
Onderontwikkeld Afrika	144	5,0
Achtergrondinformatie feitelijk		
Geweld	325	11,4
Gezondheid	453	15,9
Tegenstellingen Nedeland-Afrika	150	5,3
Verkeer	325	11,3
Eten		
Mix: Armoede en dagelijks leven		
Mix: Armoede en verschillen		
Mix: Dagelijks leven en natuur		

Weblog 9

Thema	Aantal woorden	Percentage van totaal
Dagelijks leven	1156	27,0
Armoede	992	23,2
Toeristische activiteiten en vrije tijd	406	9,5
Politiek		
Natuur		
Het weer	107	2,5
Bevolking	308	7,2
Geschiedenis		
Onderontwikkeld Afrika	43	1,0
Achtergrondinformatie feitelijk	51	1,2
Geweld		

Gezondheid		
Tegenstellingen Nedeland-Afrika	64	1,5
Verkeer	160	3,5
Eten		
Mix: Armoede en dagelijks leven		
Mix: Armoede en verschillen	1019	23,4
Mix: Dagelijks leven en natuur		

Weblog 10

Thema	Aantal woorden	Percentage van totaal
Dagelijks leven	517	24,5
Armoede		
Toeristische activiteiten en vrije tijd	1117	52,9
Politiek		
Natuur	118	5,6
Het weer		
Bevolking	100	4,7
Geschiedenis		
Onderontwikkeld Afrika	168	8,0
Achtergrondinformatie feitelijk		
Geweld		
Gezondheid		
Tegenstellingen Nedeland-Afrika		
Verkeer	93	4,3
Eten		
Mix: Armoede en dagelijks leven		
Mix: Armoede en verschillen		
Mix: Dagelijks leven en natuur		

Weblog 11

Thema	Aantal woorden	Percentage van totaal
Dagelijks leven	481	30,3
Armoede		
Toeristische activiteiten en vrije tijd	692	45,2
Politiek		
Natuur	47	3,1
Het weer		

Bevolking	340	21,4
Geschiedenis		
Onderontwikkeld Afrika		
Achtergrondinformatie feitelijk		
Geweld		
Gezondheid		
Tegenstellingen Nedeland-Afrika		
Verkeer		
Eten		
Mix: Armoede en dagelijks leven		
Mix: Armoede en verschillen		
Mix: Dagelijks leven en natuur		

Weblog 12

Thema	Aantal woorden	Percentage van totaal
Dagelijks leven	331	44,1
Armoede	76	10,1
Toeristische activiteiten en vrije tijd	57	7,6
Politiek		
Natuur		
Het weer		
Bevolking	90	12,0
Geschiedenis		
Onderontwikkeld Afrika		
Achtergrondinformatie feitelijk		
Geweld		
Gezondheid		
Tegenstellingen Nedeland-Afrika	106	14,1
Verkeer	91	12,1
Eten		
Mix: Armoede en dagelijks leven		
Mix: Armoede en verschillen		
Mix: Dagelijks leven en natuur		

Weblog 13

Thema	Aantal woorden	Percentage van totaal
Dagelijks leven	1185	33,0

Armoede	66	1,8
Toeristische activiteiten en vrije tijd	1390	38,8
Politiek		
Natuur		
Het weer	170	4,8
Bevolking	380	10,6
Geschiedenis		
Onderontwikkeld Afrika		
Achtergrondinformatie feitelijk	56	1,6
Geweld		
Gezondheid		
Tegenstellingen Nedeland-Afrika		
Verkeer	83	2,3
Eten	256	7,1
Mix: Armoede en dagelijks leven		
Mix: Armoede en verschillen		
Mix: Dagelijks leven en natuur		

Weblog 14

Thema	Aantal woorden	Percentage van totaal
Dagelijks leven	1184	64,7
Armoede	153	7,6
Toeristische activiteiten en vrije tijd	279	14,7
Politiek		
Natuur		
Het weer		
Bevolking	25	1,4
Geschiedenis		
Onderontwikkeld Afrika		
Achtergrondinformatie feitelijk		
Geweld		
Gezondheid	149	8,1
Tegenstellingen Nedeland-Afrika		
Verkeer	62	3,5
Eten		
Mix: Armoede en dagelijks leven		
Mix: Armoede en verschillen		

Mix: Dagelijks leven en natuur		
--------------------------------	--	--

Weblog 16

Thema	Aantal woorden	Percentage van totaal
Dagelijks leven	599	23,3
Armoede		
Toeristische activiteiten en vrije tijd	1078	42,0
Politiek		
Natuur		
Het weer	68	2,6
Bevolking	430	16,7
Geschiedenis		
Onderontwikkeld Afrika	202	7,9
Achtergrondinformatie feitelijk		
Geweld		
Gezondheid		
Tegenstellingen Nedeland-Afrika	150	5,4
Verkeer		
Eten	54	2,1
Mix: Armoede en dagelijks leven		
Mix: Armoede en verschillen		
Mix: Dagelijks leven en natuur		

Weblog 17

Thema	Aantal woorden	Percentage van totaal
Dagelijks leven	1854	46,8
Armoede	478	12,1
Toeristische activiteiten en vrije tijd	1187	30,0
Politiek		
Natuur		
Het weer	230	5,8
Bevolking		
Geschiedenis		
Onderontwikkeld Afrika	66	2,5
Achtergrondinformatie feitelijk		
Geweld		
Gezondheid		
Tegenstellingen Nedeland-Afrika		

Verkeer	111	2,8
Eten		
Mix: Armoede en dagelijks leven		
Mix: Armoede en verschillen		
Mix: Dagelijks leven en natuur		

Weblog 18

Thema	Aantal woorden	Percentage van totaal
Dagelijks leven	624	30,2
Armoede	905	43,9
Toeristische activiteiten en vrije tijd		
Politiek		
Natuur		
Het weer		
Bevolking	176	8,5
Geschiedenis		
Onderontwikkeld Afrika		
Achtergrondinformatie feitelijk		
Geweld		
Gezondheid	98	4,8
Tegenstellingen Nedeland-Afrika		
Verkeer	260	12,6
Eten		
Mix: Armoede en dagelijks leven		
Mix: Armoede en verschillen		
Mix: Dagelijks leven en natuur		

Weblog 19

Thema	Aantal woorden	Percentage van totaal
Dagelijks leven	331	37,7
Armoede	30	3,4
Toeristische activiteiten en vrije tijd	383	43,4
Politiek		
Natuur		
Het weer		
Bevolking		
Geschiedenis		
Onderontwikkeld Afrika		

Achtergrondinformatie feitelijk		
Geweld		
Gezondheid		
Tegenstellingen Nedeland-Afrika		
Verkeer	55	6,3
Eten	81	9,2
Mix: Armoede en dagelijks leven		
Mix: Armoede en verschillen		
Mix: Dagelijks leven en natuur		

Weblog 20

Thema	Aantal woorden	Percentage van totaal
Dagelijks leven	444	10,9
Armoede	756	18,6
Toeristische activiteiten en vrije tijd	2326	57,3
Politiek		
Natuur		
Het weer		
Bevolking	230	5,7
Geschiedenis		
Onderontwikkeld Afrika		
Achtergrondinformatie feitelijk		
Geweld		
Gezondheid		
Tegenstellingen Nedeland-Afrika	134	3,2
Verkeer		
Eten		
Mix: Armoede en dagelijks leven	177	4,3
Mix: Armoede en verschillen		
Mix: Dagelijks leven en natuur		