GEORGIË ALS TOERISTISCHE BESTEMMING

Een onderzoek naar de aanwezigheid van het Oriëntalistisch discours in de manieren waarop WIDM en reisorganisaties Georgië representeren als een toeristische bestemming.



Cindy de Lange
Begeleider: Prof. dr. Maarten De Pourcq

Masterthesis Tourism and Culture
Kunst- en Cultuurwetenschappen
Radboud Universiteit Nijmegen

Master Kunst- en Cultuurwetenschappen
Specialisatie Tourism and Culture

Cindy de Lange
Begeleider: Prof. dr. Maarten De Pourcq
Titel: Georgië als toeristische bestemming. Een onderzoek naar de aanwezigheid van het Oriëntalistisch discours in de manieren waarop WIDM en reisorganisaties Georgië representeren als een toeristische bestemming.

Radboud Universiteit Nijmegen,
15 juni 2019

*Afbeelding titelpagina: © Ilona Margalitadze
https://www.flickr.com/photos/22249039@N05/2146177978/in/photostream/

Radboud Universiteit



ABSTRACT

This thesis researches the case of Georgia, focussing on how WIDM and Dutch travel agencies represent the country. WIDM and travel agencies are the only Dutch mediums that extensively represent Georgia as a tourist destination. However, both mediums pursue a different aim: WIDM wants to entertain its million-viewer audience, and travel agencies aim to persuade tourists to book a holiday. But does this contrast in aims result in a difference in the ways WIDM and travel agencies represent Georgia? And how do they deal with the lack of clarity regarding Georgia's geographical and cultural position, which is closely related with Othering? Based on a discourse analysis and a content analysis, I will try to answer the following research question: how does Orientalism recur in the ways in which the eighteenth season of WIDM (2018) and contemporary Dutch travel agencies represent Georgia as a tourist destination? The discourse analysis will focus on analysing the eighteenth season of WIDM, which took place in Georgia. The content analysis will investigate five websites of Dutch travel agencies that offer a multi-day tour through Georgia. The analyses show that WIDM and travel agencies *both* form a similar narrative about Georgia, focussing on the contrast between modern urbanity and traditional rural areas. This narrative is constructed through a visual and a textual way of storytelling, which can be connected to the tourist gaze since these stories include ways to look at Georgia as a tourist destination. This thesis concludes that the representations of Georgia in WIDM and by travel agencies cannot be seen as depicting the Other since Georgia represents itself in a similar way as WIDM and travel agencies do. However, a statement by the Head of Tourism Agency in Georgia suggests that the touristic image of Georgia is based on the expectation from (western) tourists that Georgia is visibly influenced by different cultures. In this case the idea of Othering *is* present, which would make that WIDM and travel agencies *do* represent Georgia as the Other.

Key words: representation, Georgia (country), Wie is de Mol?, television programme, travel agencies, Orientalism, Othering, stereotyping, media, tourism, tourist gaze, panorama, flaneur, circle of representation, screen tourism, product placement, destination.

DANKWOORD

Voor u ligt de masterthesis “Georgië als toeristische bestemming. Een onderzoek naar de aanwezigheid van het Oriëntalistisch discours in de manieren waarop WIDM en reisorganisaties Georgië representeren als een toeristische bestemming,” geschreven in het kader van het voltooien van de masteropleiding Tourism and Culture aan de Radboud Universiteit Nijmegen. Deze thesis is het resultaat van maanden intensief hard werken en graag zou ik een aantal mensen willen bedanken, want zonder hen zou deze thesis niet zijn geworden zoals het nu is.

Allereerst wil ik mijn begeleider Maarten De Pourcq bedanken voor alle gesprekken, waarin ik feedback, tips en suggesties heb gekregen om mijn thesis naar een hoger niveau te tillen. Zonder zijn kennis, enthousiasme en supervisie zou dit onderzoek niet mogelijk zijn geweest.

Daarnaast wil ik mijn familie, vrienden en studiegenoten bedanken voor de morele steun tijdens het schrijfproces. Hun wijze raad, enthousiasme en motiverende woorden hebben mij geholpen deze masterthesis te voltooien.

Ik wens u veel leesplezier toe.

Cindy de Lange

Nijmegen, 15 juni 2019

INHOUDSOPGAVE

ABSTRACT **4**

DANKWOORD **5**

INTRODUCTIE **7**

Academische relevantie *7*
Wie is de Mol? *8*
De casus *10*
Het onderzoek *12*

HOOFDSTUK 1 THEORETISCH KADER EN METHODE **14**

Een greep uit de literatuur *14*
Theoretisch kader *20*
Methode *30*

HOOFDSTUK 2 GEORGIË IN *WIE IS DE MOL?* **35**

Aandachtspunten *35*
Stad versus platteland *40*
De tourist gaze *54*
Conclusie *62*

HOOFDSTUK 3 GEORGIË VOLGENS REISORGANISATIES **64**

Manier van aanpak *64*
Stad versus platteland *67*
De tourist gaze *71*
Conclusie *86*

CONCLUSIE **88**

Beantwoording van de centrale vraag *88*
Tekortkomingen en verder onderzoek *92*

BIBLIOGRAFIE **94**

BIJLAGE 1 DISCOURSANALYSE **104**

BIJLAGE 2 UITWERKING OFFICIËLE WIDM-PODCASTS **163**

BIJLAGE 3 INHOUDSANALYSE **176**

INTRODUCTIE

Het is de eerste zaterdag van januari, klokslag half negen. Een paar miljoen Nederlanders zitten aan de buis gekluisterd, hopend dat zij er de komende twee en een halve maand in slagen de mol te ontmaskeren. Waarschijnlijk weet iedere Nederlander over welk programma dit gaat, ongeacht of zij het programma wel of niet kijken. Het is *Wie is de Mol?* (WIDM). Dit televisieprogramma is in Nederland de afgelopen jaren in populariteit gestegen en de kijkcijfers lijken elk jaar opnieuw te groeien. Het negentiende seizoen (2019) van WIDM is zelfs het best bekeken seizoen ooit, met een record van 3,5 miljoen kijkers tijdens de finale op zaterdag 9 maart 2019.[1] De populariteit van het programma is echter niet alleen terug te zien aan het aantal kijkers, maar ook aan het aantal mensen dat online zoekt naar de bestemming waar WIDM dat jaar plaatsvindt. Opmerkelijk is dat het aantal Nederlandse toeristen ook daadwerkelijk *toeneemt* naar de bestemming die dat desbetreffende jaar dient als achtergrond in WIDM. Het seizoen van 2016 is hier een voorbeeld van: tijdens en na afloop van het seizoen namen de zoekresultaten naar de Dominicaanse Republiek, die dat jaar fungeerde als setting, toe met 154%.[2] In 2017 was Portland, Oregon de bestemming en was het aantal boekingen verdrievoudigd ten opzichte van dezelfde periode in het voorgaande jaar.[3] De resultaten zijn vergelijkbaar voor 2018, toen Georgië het land van bestemming was voor WIDM. Het aantal boekingen naar het Euraziatische land nam toe met 160% ten opzichte van dezelfde periode in 2017.[4] Dit fenomeen wordt ook wel het 'WIDM-effect' genoemd.[5]

Academische relevantie

Het WIDM-effect kan worden gezien als een voorbeeld van *screen tourism*, een fenomeen dat in de afgelopen jaren populairder is geworden onder wetenschappers. De aandacht van recente studies gaan voornamelijk uit naar de impact van screen

[1] WIDM.nl, "Over WIDM: Kijkcijfers."
[2] Tix, "Veel interesse in Dominicaanse Republiek."
[3] Tix, "Run op vliegtickets Portland."
[4] Cheaptickets, "Vliegreizen naar Georgië popular dankzij Wie is de Mol"; Communications Unlimited, "Event WIDM in Georgia"; Diplomat Magazine, "WIDM in Georgia"; Google Trends, "Vergelijken: Georgië en Tbilisi"; Meijer, "Vliegticket-zoekopdrachten"; Tix, "Georgië in de spotlights."
[5] Beemster, "Mol-effect"; Jansen, "Georgië meer in trek voor vakanties."

tourism op een locatie, en de motivaties en ervaringen van toeristen.[6] Daarnaast kan de manier waarop WIDM de locaties gebruikt en vermeldt worden gezien als een vorm van product placement, waarbij de bestemming het product is.[7] Deze alternatieve manier van reclame maken wordt in toenemende mate gebruikt om bestemmingen te promoten.[8] Onderzoek wijst uit dat product placement een positief effect kan hebben op de houding van de kijker ten opzichte van een product, waarbij de kans dat kijkers naar de bestemming afreizen waar de film of serie zich afspeelt toeneemt.[9] In het geval van het achttiende seizoen van WIDM is Georgië het 'product'.

Opvallend is het gebrek aan aandacht voor WIDM in de academische wereld. Voor meerdere studenten fungeerde het programma als onderwerp voor hun scriptie, maar in de wetenschappelijke literatuur is er slechts één artikel geschreven over WIDM. Gezien het jaarlijks toenemende bereik van het programma (gemiddeld 3 miljoen kijkers) en de invloed van massamedia op de huidige maatschappij[10], ben ik van mening dat er meer aandacht moet worden besteed aan de manier waarop WIDM bestemmingen representeert. Hoe WIDM een bestemming neerzet kan namelijk van invloed zijn op de manier(en) waarop het publiek naar een bestemming kijkt, wat in sommige gevallen zelfs kan leiden tot een (negatief) stereotyperend beeld van het land in kwestie.[11]

Wie is de Mol?

Alvorens ik de casus introduceer, wil ik voor de volledigheid een korte introductie geven op het televisieprogramma WIDM. WIDM is van origine een Belgisch format, maar is in 1999 verkocht aan de Nederlandse televisie. De productie van het programma ligt in handen van IDTV, een grote Nederlandse productiemaatschappij. WIDM wordt

[6] Beeton, *Film-Induced Tourism*; Brown, *Selling Romance to America*; Buchmann, "Planning and Development"; Buchmann, Moore & Fisher, "EXPERIENCING FILM TOURISM"; Busby & Klug, "Movie-induced tourism"; Connell, "TV-induced tourism"; Connell, "Impact of children's TV programme"; Jenkins, "Tourist destination images"; Kim, "Audience involvement"; Kim & Richardson, "Destination images"; Li, et. al., "Economic Impact"; Macionis & Sparks, "Film-induced Tourism"; Perry, Izraeli & Perry, "Image change"; Reyes, *Made in Paradise*; Roesch, "Film location tourists"; Rothman, *Culture of Tourism*.
[7] Morgan & Pritchard, *Tourism Promotion and Power*.
[8] Hudson & Brent Ritchie, "Promoting Destinations", 387; Williams, Petrosky, Hernandez & Page, "Product Placement Effectiveness."
[9] Echtner & Ritchie, "Destination Image"; Hart, "Product Placement"; Homer, "Product Placements"; Joppe, Martin & Waalen, "Toronto's Image"; Karrh, McKee & Pardun, "Product Placement Effectiveness"; Kim, "Audience involvement," 388, 394-395; Pike & Ryan, "Destination Positioning Analysis"; Tessitore, Pandelaere & Van Kerckhove, "The Amazing Race to India," 9.
[10] Silverstone, *Media and Morality*, 20; Devereux, *Understanding the Media*, 186-187.
[11] Berg, *Latino Images in Film*, 17-21.

gemaakt in opdracht van, en uitgezonden door, de Nederlandse publieke omroep AVROTROS (voorheen AVRO). In 2013 won WIDM de prestigieuze Gouden Televizier-Ring voor het beste programma op de Nederlandse televisie. Elk seizoen van WIDM bestaat uit een reeks van tien afleveringen en speelt zich af op een (of meerdere) bestemming(en) in het buitenland. Van 1999 tot en met 2003 waren de kandidaten van het programma onbekende Nederlanders. Dit veranderde in 2005 en tot op heden wordt het spel enkel met bekende Nederlanders gespeeld. Door de jaren heen heeft het programma vijf presentatoren gehad: Angela Groothuizen (seizoen 1-5), Karel van de Graaf (seizoen 6-7), Pieter Jan Hagens (seizoen 8-11), Art Rooijakkers (seizoen 12-18), en Rik van de Westelaken (vanaf 2019).

Wat betreft opbouw en structuur is het format van het programma ieder seizoen hetzelfde.[12] Het spel wordt gespeeld door tien kandidaten die afreizen naar een buitenlandse locatie, waar zij vervolgens een reeks opdrachten moeten uitvoeren. De kandidaten moeten samenwerken om de opdrachten tot een goed einde te brengen en geld te kunnen verdienen voor de pot. Eén kandidaat uit deze groep vervult de rol van 'mol'. Het is de taak van de mol om de opdrachten moedwillig te saboteren, maar wel op een manier zodat de andere kandidaten het niet in de gaten hebben. Elke week maken de kandidaten een test, waarin zij vragen beantwoorden over de identiteit en het doen en laten van de mol. De kandidaat die de test het slechtst heeft gemaakt, gaat naar huis. Degene die in de finale de mol weet te ontmaskeren en/of de test het beste maakt, wint WIDM en daarmee ook de pot met geld.

WIDM wordt gemaakt door verschillende mensen. In de officiële WIDM-podcast vertelt regisseur Rick McCullough dat de technische ploeg van het programma bestaat uit ongeveer vijfentwintig man, maar dat de redactie slechts drie mensen omvat.[13] Eens in de zoveel jaar worden er nieuwe programmamakers aangesteld – alleen McCullough maakt al sinds het eerste seizoen deel uit van het WIDM-team. De redactie is verantwoordelijk voor de beslissingen die gemaakt worden omtrent het programma, waarbij de regisseur zich ontfermd over de montage. McCullough gebruikt tijdens het monteren van de afleveringen meerdere mappen met daarin uitgeschreven teksten over wat er in elke aflevering gebeurt.[14] Aangezien er altijd meer materiaal is

[12] Zie hiervoor "Bijlage 1: Discoursanalyse".
[13] WIDM, "S19A01: Ri(c)k," podcast audio.
[14] WIDM, "S19A01: Ri(c)k," podcast audio.

dan uiteindelijk in de afleveringen kan worden verwerkt, is het aan de regisseur om te beslissen welke beelden en uitspraken er wel of niet in de uitzending komen.[15]

De casus

Het achttiende seizoen van WIDM speelt zich af in Georgië, waarmee dit land de casus vormt voor dit onderzoek. Geografisch gezien ligt Georgië midden in de Kaukasus, een gebied op de grens van Oost-Europa en West-Azië. Deze regio wordt doorgaans ook wel Eurazië genoemd. Georgië wordt aan de noord- en zuidkant omringd door het Kaukasusgebergte, een hooggebergte dat loopt van de Zwarte Zee tot aan de Kaspische Zee, en is onderverdeeld in de Grote Kaukasus (noorden) en de Kleine Kaukasus (zuiden). Maar de geografische ligging van Georgië zorgt voor enige onduidelijkheid: hoort het land bij Europa of Azië? In het verleden vormde de Grote Kaukasus de grens tussen Europa en Azië, een gedachte die veel onderzoekers doortrekken naar het heden. Deze gedachte, in combinatie met de notie dat de hele regio onderhevig is aan Aziatische invloeden, heeft geresulteerd in de algemene overeenstemming dat het Kaukasus-gebied in zijn geheel behoort tot het continent Azië.[16] Aangezien Georgië in de Kaukasus ligt, suggereert deze overeenstemming dat Georgië bij Azië hoort. Dit blijkt echter niet uit beschrijvingen van Georgië op websites als Wikipedia of in diverse atlassen. In dergelijke bronnen wordt Georgië gerekend tot het Europese continent. Daarnaast duidt Landenkompas Georgië aan als een transcontinentale staat, wat inhoudt dat een land op twee continenten ligt.[17]

Maar naast de geografische ligging is er ook de culturele ligging van Georgië dat de kwestie complex maakt. De culturele ligging van een land is gebaseerd op de historie van het land, maar ook op het perspectief dat het land zelf inneemt en de manier waarop anderen naar het land kijken. Gezien de historie van het land zou Georgië het begin van het Europese continent moeten zijn, aangezien dit de plek was waar de oude Grieken voor het eerst in contact kwamen met de Scythen, waaruit het idee van een 'Europese' civilisatie ontstond.[18] Daarnaast speelt het verleden van Georgië als voormalige staat van de Sovjet-Unie een rol in de beeldvorming van het land. Nog altijd zijn er bronnen die Georgië beschrijven als een voormalige Sovjetstaat,

[15] WIDM, "S19A01: Ri(c)k," podcast audio.
[16] Bruk, Gvozdetsky & Owen, "Caucasus."
[17] Landenkompas, "Georgië."
[18] Ascherson, *Black Sea*, 1-11.

waaruit blijkt dat het imago van de Sovjet-Unie nog vastkleeft aan Georgië. Tegelijkertijd wordt de Sovjet-Unie doorgaans geassocieerd met het continent Europa aangezien het grensde aan West-Europa. Georgië zou in dit opzicht dus behoren tot Oost-Europa. Daarnaast is Georgië het beginpunt van een (historisch) Aziatisch netwerk, namelijk de zijderoute. De invloeden van dit Aziatische netwerk zijn tot op heden een toeristische trekpleister. Georgië lijkt zelf ook geen duidelijkheid te geven over zijn culturele positionering, aangezien het land benadrukt dat ze zowel door de Europese als de Aziatische cultuur is beïnvloed.[19] Als laatste gaat het bij de culturele positionering om de manier(en) waarop anderen naar Georgië kijken, wat verband houdt met het Oriëntalistisch discours. Westerlingen kunnen Georgië bijvoorbeeld zien als geen onderdeel zijnde van het Europese continent, wat duidt op het zien van Georgië als 'Anders'. Kortom, er zijn meerdere mogelijkheden wanneer we het hebben over beeldvorming van Georgië: (West-)Europees, Oost-Europees, (ex-)Sovjetstaat, Aziatisch/Oriëntalistisch.

Georgië is enkele malen een van de bestemmingen geweest in Nederlandse reisprogramma's. Een voorbeeld hiervan is *3 op reis*, maar van dit programma kan niet worden gezegd dat het een grote invloed heeft op de maatschappij, aangezien de kijkcijfers vrijwel nooit meer zijn dan een half miljoen. Het enige programma op de televisie met Georgië als bestemming, en dat tevens een programma is dat een miljoenenpubliek trekt, is WIDM. Het is dus reëel om te denken dat WIDM een belangrijke rol speelt in het creëren van een beeld van Georgië, aangezien andere media dit nalaten.[20] Naast WIDM zijn reisorganisaties de enige andere Nederlandse media die Georgië op een uitvoerige manier representeren op zowel tekstueel als visueel niveau, wat een reden is om de twee met elkaar te vergelijken. Een ander argument is dat Nederlanders door WIDM het idee krijgen om Georgië te bezoeken, waarbij het televisieprogramma dient als inspiratiebron. Nederlandse reisorganisaties voorzien Nederlandse toeristen van de informatie die ze nodig hebben om ook daadwerkelijk naar Georgië af te reizen.[21] De aanname die hierachter schuilgaat is dat Georgië voor veel Nederlandse toeristen onbekend terrein is, reden waarom ze waarschijnlijk sneller geneigd zijn om zich op de websites van reisorganisaties te

[19] Georgia Starts Here, "Start Here."
[20] Dat media een belangrijke rol spelen in het beïnvloeden, creëren of vormen van een bepaald beeld van iets of iemand is reeds gebleken in het stuk "Representatie en beeldvorming (in de media)."
[21] Jansen, "Georgië is meer in trek."

oriënteren op een rondreis door Georgië dan om de rondreis zelfstandig samen te stellen. Maar er is nog een argument om de representaties van Georgië in WIDM en via reisorganisaties tegenover elkaar te zetten: de twee soorten media hebben beide een ander doel voor ogen. Voor WIDM is het hoofddoel om entertainment aan te bieden voor een zo breed mogelijk publiek, waarbij het in beeld brengen van de bestemming van ondergeschikt belang is voor de programmamakers. [22] Reisorganisaties leggen daarentegen wel de nadruk op de bestemming *an sich*, aangezien zij toeristen ervan willen overtuigen om een rondreis naar desbetreffende bestemming te boeken. Zorgt dit contrast in hoofddoelen voor verschillen in de manieren waarop WIDM en reisorganisaties Georgië representeren? Met andere woorden: wat zijn de verschillen in de manieren waarop WIDM en reisorganisaties Georgië representeren als toeristische bestemming? En hoe gaan WIDM en reisorganisaties om met de geografische en culturele positionering van Georgië, wat nauw verbonden is met *Othering*?

Het onderzoek

Deze scriptie poogt door middel van tweeledig onderzoek antwoord te geven op de volgende onderzoeksvraag: hoe komt het discours Oriëntalisme terug in de manieren waarop het achttiende seizoen van WIDM (2018) en hedendaagse Nederlandse reisorganisaties Georgië representeren als een toeristische bestemming? Het tweeledig onderzoek bestaat uit een discoursanalyse en een inhoudsanalyse. De discoursanalyse richt zich op het analyseren van de afleveringen van het achttiende seizoen van WIDM en de inhoudsanalyse focust zich op de websites van vijf reisorganisaties. Belangrijk om op te merken is dat deze twee onderzoeken als het ware losstaan van elkaar, waarmee ik bedoel dat de manieren waarop *WIDM* Georgië representeert niet als uitgangspunt dienen bij het analyseren van de manieren waarop de *reisorganisaties* Georgië neerzetten. De vergelijking tussen deze twee representaties zal daarom ook pas in de conclusie worden besproken. Om dit te kunnen bewerkstelligen gebruik ik eenzelfde structuur voor beide hoofdstukken, waardoor het in feite mogelijk is om tijdens het lezen zelf al een vergelijking te maken en conclusies te trekken.

[22] WIDM, “S19A01: Ri(c)k,” podcast audio.

Om een antwoord te kunnen formuleren op de onderzoeksvraag is deze scriptie opgedeeld in drie hoofdstukken. Het eerste hoofdstuk plaatst het onderzoek eerst in de context van het academische debat, waarbij begrippen als screen tourism en product placement langskomen. Vervolgens gaat het hoofdstuk uitvoerig in op het theoretisch kader, met aandacht voor representatie en beeldvorming (in de media), stereotypen, en het discours Oriëntalisme. Daarna bespreekt het hoofdstuk de methodes die ik heb gebruikt om dit onderzoek uit te voeren: de discoursanalyse en de inhoudsanalyse. In het tweede hoofdstuk geeft de discoursanalyse van WIDM inzicht in de manieren waarop WIDM Georgië representeert. Het derde hoofdstuk bespreekt aan de hand van een inhoudsanalyse hoe Georgië op de websites van reisorganisaties wordt gerepresenteerd. In beide hoofdstukken sta ik stil bij de tegenstelling tussen stad en platteland die beide media creëren, evenals de *tourist gaze* die zichtbaar is in zowel de afleveringen van WIDM als op de websites van reisorganisaties. In mijn conclusie formuleer ik een antwoord op de vraag door de bevindingen uit hoofdstuk twee en drie met elkaar te vergelijken, waarbij ik tevens reflecteer op de betekenis van dit antwoord op meta-niveau.

HOOFDSTUK 1 Theoretisch kader en methode

Deze scriptie poogt antwoord te geven op de vraag hoe het Oriëntalistisch discours terugkomt in de manieren waarop WIDM en Nederlandse reisorganisaties Georgië representeren als toeristische bestemming. Om deze vraag te kunnen beantwoorden gaat dit hoofdstuk uitvoerig in op de methodologie en het theoretisch kader van het onderzoek. Het is van belang om het hoofdstuk te beginnen met een overzicht van de literatuur, aangezien het onderwerp en de onderzoeksvraag zijn voortgevloeid uit de bestudering van de literatuur. Hierbij zal ik niet alleen stilstaan bij voorgaand onderzoek naar het televisieprogramma WIDM, maar ook bij fenomenen als *screen tourism* en *product placement*. Vervolgens bespreekt dit hoofdstuk het theoretisch kader dat van belang is om de probleemstelling te kunnen beantwoorden. Hierbij wordt eerst ingegaan op representatie en beeldvorming (in de media), daarna op stereotypen, en vervolgens wordt dit gerelateerd aan een geheel aan beelden en ideeën over de niet-westerse 'Ander', wat ook wel het Oriëntalistisch discours wordt genoemd. Tot slot gaat dit hoofdstuk uitvoerig in op de methode van deze scriptie, welke bestaat uit een discoursanalyse en een inhoudsanalyse.

Een greep uit de literatuur

Het televisieprogramma WIDM fungeerde voor meerdere studenten als onderwerp voor hun scriptie. Buiten deze bachelor- en masterscripties is er echter slechts één keer een wetenschappelijk artikel gepubliceerd over WIDM, waarvan de titel luidt: "Wie is de Ander? De representatie van Japan in het Nederlandse televisieprogramma *Wie is de mol?* (2010)". [23] Dit artikel verscheen in 2012 in het *Tijdschrift voor Communicatiewetenschap* en is geschreven door Martijn Huisman, Stijn Joye, en Pieter Maeseele. Op basis van een interview met de toenmalige eindredacteur en productiemanager van WIDM en een discoursanalyse van het tiende seizoen, onderzoeken Huisman, Joye, en Maeseele hoe Japan in beeld wordt gebracht in WIDM en in hoeverre de afleveringen culturele stereotypen bevatten die voortkomen uit een Oriëntalistisch discours. Twee concepten zijn van groot belang in hun

[23] Huisman, Joye & Maeseele, "Representatie Japan"; Dit artikel is een adaptatie van de masterscriptie van Martijn Huisman getiteld "Orientalism and the Spectacle of the Other. Japan and the Japanese in *Wie is de Mol?*."

onderzoek, namelijk Oriëntalisme zoals beschreven door Edward Said en het theoretische concept *Othering*.[24] Uit het interview en de discoursanalyse blijkt dat WIDM, in vergelijking met soortgelijke programma's en films over Japan, over het algemeen "een behoorlijk gebalanceerd en genuanceerd beeld van Japan schetst."[25] Voor de makers van het programma bleek herkenbaarheid voor de kijker van groot belang, wat resulteerde in het feit dat WIDM tot op zekere hoogte vasthoudt aan een beeldtraditie van het verbeelden van Japan. Dit is volgens de programmamakers noodzakelijk omdat het land anders niet herkenbaar is voor de kijker. WIDM maakt daarom ook gebruik van culturele stereotypen van Japan, maar in tegenstelling tot veel Westerse films en programma's gebruiken de programmamakers deze stereotypen op een innovatieve en speelse wijze, en zonder te vervallen in extremen, aldus Huisman, Joye, en Maeseele.[26]

Het eerste gedeelte van mijn onderzoek behelst ook een discoursanalyse van de afleveringen van WIDM, zij het van een ander seizoen. Om deze reden lijkt dit gedeelte in eerste instantie al deels beantwoord door het artikel van Huisman, Joye, en Maeseele. Naar mijn mening is het echter relevant om een soortgelijk onderzoek opnieuw te doen. Ik zal voortbouwen op de theoretische concepten Oriëntalisme en *Othering*, maar aangezien mijn casus een land betreft met een andere geografische (en culturele) ligging, zal het hanteren van deze concepten nieuwe en andere inzichten opleveren ten opzichte van het onderzoek van Huisman, Joye, en Maeseele. Georgië is namelijk niet alleen een ander soort land dan Japan, maar in verhouding heeft Georgië ook weinig tot niet te maken met een stereotiep beeld van het land. Bij Nederlanders bestaat er namelijk geen stereotiep beeld van Georgië, althans, in ieder geval niet voordat WIDM het achttiende seizoen in Georgië filmde. Dit maakt Georgië een compleet ander studieobject. Daarnaast heeft WIDM sinds het tiende seizoen verschillende ontwikkelingen doorgemaakt. Ten eerste heeft het WIDM-productieteam enkele wijzigingen ondergaan, wat betekent dat de programmamakers die Huisman, Joye, en Maeseele hebben geïnterviewd niet meer voor WIDM werken. Door nieuwe productieleden kan de visie in het achttiende seizoen veranderd zijn ten opzichte van het tiende seizoen. Ten tweede worden er nieuwe filmtechnieken gebruikt tijdens de

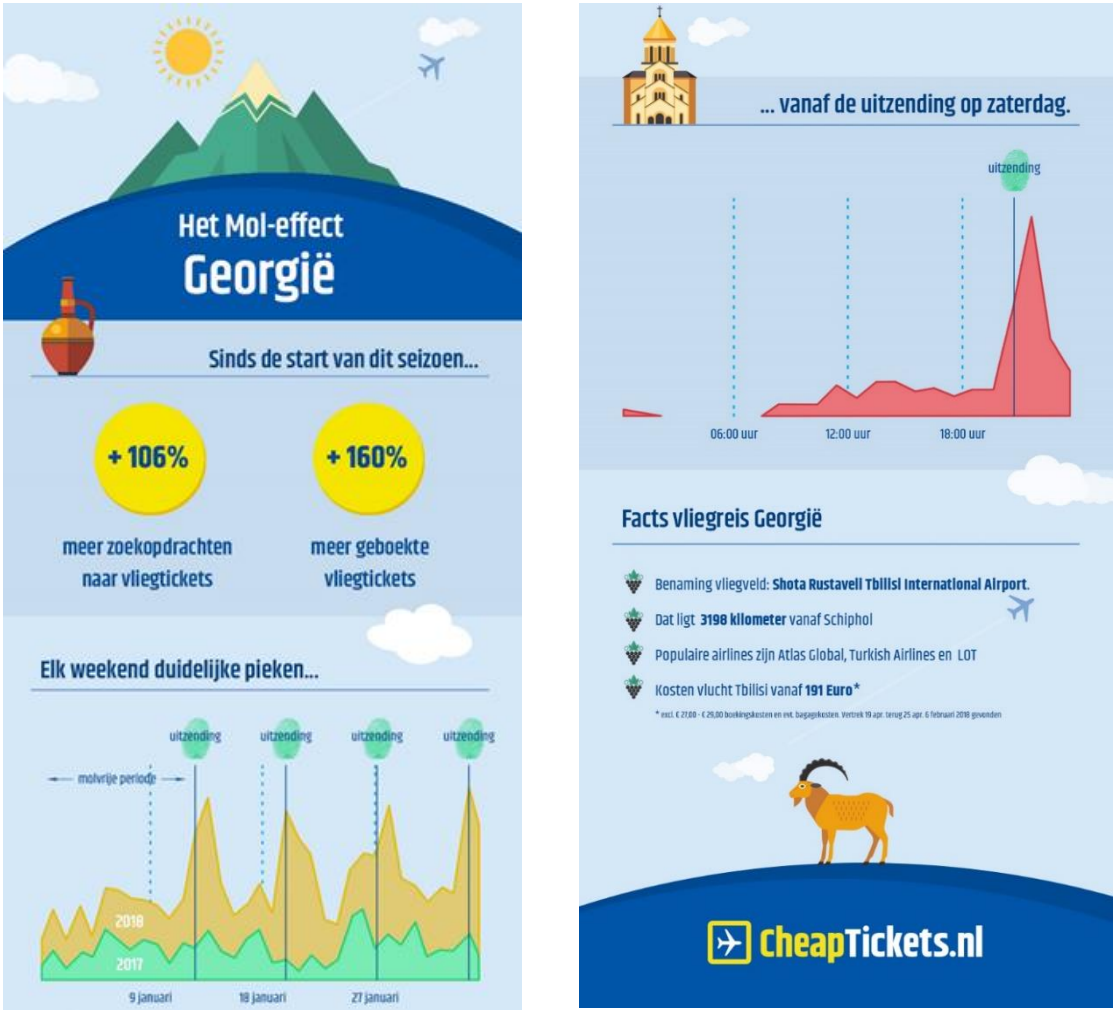
[24] Dit houdt in dat westerse landen niet-westerse landen definiëren en presenteren als tegengesteld en ondergeschikt, wat resulteert in het toebedelen van (voornamelijk) negatieve karaktereigenschappen aan niet-westerse landen.
[25] Huisman, Joye & Maeseele, "Representatie Japan," 227.
[26] Huisman, Joye & Maeseele, "Representatie Japan," 226-28.

opnames, waaronder bijvoorbeeld het drone-shot. Dit geeft een ander beeld van de bestemming en heeft andere en/of nieuwe betekenissen. Ten derde zijn de afleveringen door de jaren heen langer geworden: waar de afleveringen in 2010 ieder nog 50 minuten duurde, is dit in 2018 opgelopen tot 60 minuten per aflevering. Ten vierde leren de makers van WIDM elk jaar opnieuw iets van het voorgaande seizoen, wat betekent dat het programma zichzelf ontwikkelt.[27] Dit is mogelijk ook terug te zien in het achttiende seizoen van WIDM.

Film-induced tourism *of* screen tourism*?*

Tijdens en na het kijken van WIDM, wat zich ieder jaar afspeelt op een andere buitenlandse bestemming, neemt het aantal boekingen en daarmee het aantal bezoekers naar de desbetreffende bestemming toe. Dit geldt ook voor Georgië, waarvan de stijgingen te zien zijn in afbeelding 1. Met andere woorden, doordat Nederlanders een bestemming zien in WIDM besluiten ze niet alleen online te zoeken naar deze bestemming, maar ook om af te reizen naar deze bestemming. Om deze reden zou WIDM gezien kunnen worden als een voorbeeld van *film-induced tourism*. *Film-induced tourism* is een gangbare term om de vorm van toerisme te beschrijven waarbij de locatie in een film, video of op televisie wordt gebruikt als een mogelijkheid om toeristen naar de locatie te trekken die voorkomt in de desbetreffende film.[28] Andere benamingen voor dit fenomeen zijn *movie-induced tourism*, *television tourism*, *film tourism*, *cinematic tourism*, *screen tourism* en *set-jetting tourism*.[29] Beeton beargumenteert dat *film-induced tourism* breed opgevat moet worden, waarbij de term ook het bezoeken van productiestudio's en film-gerelateerde parken inhoudt.[30] Naar mijn mening is de term *screen tourism* om drie redenen het beste van toepassing op het WIDM-effect. Ten eerste vanwege het gegeven dat WIDM via diverse media te bekijken is, zoals op televisie, uitzending gemist, en YouTube. Ook is het programma op verschillende soorten beeldschermen te zien, waaronder televisie, laptop, mobiele telefoon, en tablet. Als laatste is de connotatie bij het fenomeen *film-induced tourism* dat het voornamelijk draait om films, terwijl WIDM een televisieprogramma is.

[27] WIDM, "S19A06: Kunst en vliegwerk," podcast audio.
[28] Beeton, *Film-Induced Tourism*, 9; Connell, "Film tourism"; Hudson & Richie, "Promoting Destinations via Film Tourism," 387; Agarwal & Shaw, *Heritage, screen, and literary tourism*, 6.
[29] Beeton, *Film-induced Tourism*, 9.
[30] Beeton, *Film-Induced Tourism*, 13.



Afbeelding 1 Het Mol-effect: Georgië. Bron: cheaptickets.nl

Sinds het eind van de twintigste eeuw is *screen tourism* niet alleen populairder geworden onder toeristen, maar ook onder wetenschappers. Om deze reden bestaan (recente) studies naar deze vorm van toerisme in grote getalen. Waar oudere publicaties over *screen tourism* zich voornamelijk focusten op het identificeren en beoordelen van de toeristenstroom als gevolg van *screen tourism*[31], leggen recente studies veelal de nadruk op de motivaties en ervaringen van toeristen[32] en de impact van *screen tourism* op een locatie.[33] Veelal onderzoeken dergelijke studies een

[31] Riley & Van Doren, “Movies as Tourism Promotion”; Riley, Baker & Van Doren, “Movie Induced Tourism”; Tooke & Baker, “Seeing is Believing.”
[32] Beeton, *Film-Induced Tourism*; Buchmann, “Planning and Development”; Buchmann, Moore & Fisher, “EXPERIENCING FILM TOURISM”; Kim, “Audience involvement”; Macionis & Sparks, “Film-induced Tourism”; Roesch, “Film location tourists”.
[33] Beeton, *Film-Induced Tourism*; Brown, *Selling Romance to America*; Busby & Klug, “Movie-induced tourism”; Connell, “TV-induced tourism”; Connell, “Impact of children’s TV programme”; Jenkins, “Tourist destination images”; Kim & Richardson, “Destination images”; Li, et. al., “Economic Impact”; Perry, Izraeli & Perry, “Image change”; Reyes, *Made in Paradise*; Rothman, *Culture of Tourism*.

specifiek gebied of land zoals de Britse eilanden of Australië[34], of vormt één film(reeks) of televisieserie het uitgangspunt van het onderzoek zoals *Harry Potter*, *The Lord of the Rings*, of *Game of Thrones*.[35] Bij WIDM fungeert een buitenlandse bestemming altijd als (interactieve) achtergrond, net zoals in films, series en andere televisieprogramma's. WIDM vermeldt hierbij altijd expliciet de naam van de locatie in het programma zelf.[36] Kijkers weten dus precies waar de kandidaten op dat moment zijn, reden om de manier waarop WIDM de bestemming en locaties gebruikt en vermeldt te zien als een vorm van *product placement*.

Product placement

Morgan en Pritchard (1998) beargumenteren dat *screen tourism* de ultieme vorm van *product placement* is, waarbij het product geen merk maar een bestemming is.[37] Reden om stil te staan bij dit fenomeen. In de afgelopen twee decennia is het gebruik van *product placement* in films en op televisie enorm toegenomen. De reden hiervoor is dat de mogelijkheden om reclames over te slaan de afgelopen jaren is gestegen, aldus Amerikaans hoogleraar marketing Rob Tanner.[38] *Product placement* wordt doorgaans beschreven als een manier van adverteren waarbij het product wordt gebruikt of verwerkt in een film of serie. Voor marketeers is deze vorm van reclame een alternatieve manier om producten te promoten, want doordat het product geïntegreerd is in de film of serie kunnen kijkers er niet omheen.[39] Deze methode van reclame maken wordt ook in toenemende mate gebruikt om bestemmingen te promoten.[40] Ondanks deze ontwikkeling lijkt onderzoek naar *product placement* vanuit een toeristische invalshoek achter te blijven. Enkele bevindingen uit onderzoeken naar *product placement* vanuit marketingstudies zijn relevant voor mijn onderzoek. Ten eerste is het relevant om te weten dat respondenten over het algemeen op een positieve manier kijken naar *product placement*.[41] Ten tweede is het van belang om te

[34] Barton, "The Ironic Gaze"; Bolan & Williams, "Image in Service Promotion"; Frost, "Braveheart-ed Ned Kelly"; Frost, "Life Changing Experiences"; Iwashita, "Media Representation of the UK"; Mordue, "Performing and Directing."
[35] Buchmann, "Planning and Development"; Lee, "Tourism and Harry Potter"; Singh & Best, "Film Induced-Tourism"; Waysdorf & Reijnders, "The role of imagination."
[36] Dit is een relatief recentelijke ontwikkeling in het programma aangezien het pas is geïntroduceerd in het dertiende seizoen (2013).
[37] Morgan & Pritchard, *Tourism Promotion and Power*.
[38] Tanner, "Synergy Or Interference?."
[39] Williams, Petrosky, Hernandez & Page, "Product Placement Effectiveness."
[40] Hudson & Brent Ritchie, "Promoting Destinations," 387.
[41] Hart, "Product Placement"; Homer, "Product Placements."

beseffen dat het effect van *product placement* op de kijker groter is dan alternatieve methodes om reclame te maken.[42] Bij beide bevindingen is het gevolg dat de getoonde beelden sneller kunnen leiden tot een positief beeld van het desbetreffende product bij kijkers.[43] *Product placement* kan de houding van de kijker ten opzichte van een product of merk dus op een positieve manier beïnvloeden. Het ligt dus voor de hand dat *product placement* in films en series ook het imago van een locatie of bestemming beïnvloedt. Aangezien beelden van een bestemming het gedrag van toeristen beïnvloeden, moet een bestemming zich onderscheiden van de concurrentie en zich op een positieve manier positioneren in de gedachten van de kijker.[44] Wanneer films en series duidelijkheid geven over de locatie of bestemming zorgen ze er onder andere voor dat de kijkers interesse krijgen voor, of zelfs afreizen naar, de bestemming waar de film of serie zich afspeelt.[45] Sangkyun beargumenteert daarnaast dat de montage van de beelden van locaties en bestemmingen ervoor zorgt dat kijkers sneller geneigd zijn om deze locatie of bestemming te bezoeken.[46]

Een van de weinige onderzoeken naar *product placement* in relatie tot toerisme is de studie van Simon Hudson and J.R. Brent Ritchie (2006). In hun artikel stellen ze een model voor dat volgens hen bijdraagt aan het benutten van mogelijkheden op het gebied van marketing van filmtoerisme. Ook onderzoeken ze op basis van empirisch onderzoek de belangrijkste succesfactoren die filmtoeristen aanmoedigen om bestemmingen over de hele wereld te bezoeken.[47] Het artikel toont aan dat product placement voor bestemmingen in films en series een aantrekkelijke manier van promoten is, waarbij het bewustzijn van de bestemming bij het publiek wordt vergroot, het imago van de bestemming verbetert, en het aantal toeristen op de bestemming aanzienlijk toeneemt.[48] Hyounggon Kim en Sarah Richardson (2003) gebruiken de film *Before Sunrise* (1995) als casus, waarbij ze kijken naar de mate waarin deze film het cognitieve en affectieve beeld van de stad Wenen heeft veranderd.[49] Het resultaat was dat de film bepaalde beelden van de bestemming sterk heeft beïnvloed. Lorena

[42] Karrh, McKee & Pardun, “Product Placement Effectiveness,” 139.
[43] Hart, “Product Placement”; Homer, “Product Placements”; Karrh, McKee & Pardun, “Product Placement Effectiveness.”
[44] Echtner & Ritchie, “Destination Image”; Joppe, Martin & Waalen, “Toronto’s Image”; Pike & Ryan, “Destination Positioning Analysis.”
[45] Kim, “Audience involvement,” 394-395.
[46] Kim, “Audience involvement,” 388.
[47] Hudson & Brent Ritchie, “Promoting Destinations,” 387.
[48] Hudson & Brent Ritchie, “Promoting Destinations,” 395.
[49] Kim & Richardson, “Motion picture impacts.”

Rodríguez Campo, José Antonio Fraiz Brea, en Diego Rodríguez-Toubes Muñiz (2011) en Sangkyun Kim (2012) kwamen in hun onderzoeken tot een vergelijkbaar resultaat.[50] Een andere studie met relevante inzichten op het gebied van *product placement* in relatie tot toerisme is het artikel van Tina Tessitore, Mario Pandelaere, en Anneleen van Kerckhove (2014), waarin op basis van twee experimenten wordt aangetoond dat een realityshow het beeld kan veranderen van de bestemming waarin de show zich afspeelt.[51] Hieruit concluderen zij dat een realityshow het beeld van een bestemming verandert conform de weergave van de bestemming in het programma, de kennis van desbetreffende bestemming vergroot, de houding van de kijkers ten opzichte van de bestemming op een positieve manier beïnvloedt, en dat een realityshow de bereidheid van kijkers om naar de desbetreffende bestemming af te reizen verhoogt.[52]

Met dit onderzoek wil ik voortbouwen op de inzichten die reeds zijn gedaan op het gebied van *product placement* in films en series vanuit een toeristisch perspectief. In mijn ogen is de manier waarop WIDM een bestemming gebruikt een vorm van *product placement* omdat, zoals reeds vermeld, het programma altijd nadrukkelijk benoemt in welk land het seizoen zich afspeelt, evenals op welke locaties in het land de opdrachten plaatsvinden. Aangezien deze scriptie focust op Georgië, functioneert deze bestemming als product.

Theoretisch kader

Het theoretisch kader dat ik gebruik voor deze scriptie geeft inzicht in de invalshoek die ik hanteer. Ten eerste besteed ik aandacht aan representatie en beeldvorming, zowel als theoretische concepten op zichzelf als het belang hiervan in de media, met in het bijzonder de televisie. Vervolgens relateer ik dit aan de stereotypetheorie zoals beschreven door Charles Ramírez Berg, aangezien bepaalde representaties in de media uit kunnen groeien tot stereotiepe beelden. Als laatste kijk ik naar het discours Oriëntalisme, waarbij *Othering* ofwel de 'Ander' een grote rol speelt. In de conclusie van deze scriptie bespreek ik of dit discours terug te vinden is in de representaties van WIDM en reisorganisaties.

[50] Rodríguez Campo, Fraiz Brea & Rodríguez-Toubes Muñiz, "Tourist Destination Image"; Kim, "Audience involvement."
[51] Tessitore, Pandelaere & Van Kerckhove, "The Amazing Race to India."
[52] Tessitore, Pandelaere & Van Kerckhove, "The Amazing Race to India," 9.

Representatie en beeldvorming (in de media)

De publicatie van Stuart Hall, getiteld *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices* (1997), is de bekendste publicatie over representatie. Zijn bevindingen zullen daarom fungeren als basis voor de uitwerking van dit theoretische concept. Kortgezegd betekent het woord representatie het afbeelden, beschrijven of weergeven van iets of iemand. Het genereren, produceren en uitwisselen van betekenissen is nauw verbonden met representatie. Doordat er in de maatschappij gezamenlijke afspraken bestaan over bepaalde concepten, is het mogelijk om met elkaar te communiceren. Dit komt het meest voor bij mensen uit hetzelfde land of uit dezelfde cultuur aangezien zij grotendeels dezelfde concepten delen. Bij het proces van betekenis geven staan volgens Hall twee *systems of representation* centraal. Het eerste systeem is *mental representation*, waarbij de combinatie van dingen (mensen, objecten, abstracte ideeën, et cetera) en ons systeem van concepten ons in staat stelt betekenis te geven aan de wereld. Hall noemt dit een systeem omdat het bestaat uit verschillende concepten die op een bepaalde manier worden georganiseerd, geordend en geclassificeerd, waardoor onderlinge relaties duidelijk worden. Dit noemt Hall ook wel *conceptual maps*, waarbij hij benoemt dat dit voor niemand hetzelfde is. Maar, stelt hij, mensen kunnen met elkaar communiceren doordat concepten grotendeels overlappen, waardoor we de wereld op min of meer gelijke wijze kunnen interpreteren.

Dit systeem is op zichzelf echter niet genoeg, want om met elkaar te kunnen communiceren zijn beide *systems of representation* nodig. Het tweede systeem noemt Hall dan ook het *language system*. Een gemeenschappelijke taal zorgt ervoor dat we concepten en ideeën kunnen samenvoegen met woorden, geluiden of beelden. Dit worden ook wel *signs* genoemd, die staan voor de concepten en relaties tussen deze concepten zoals deze bestaan in ons hoofd. Deze tekens zetten we om in codes, ofwel taal, waardoor we betekenissen en gedachten met elkaar kunnen uitwisselen. Door deze dingen met elkaar te delen zien we de wereld vanuit dezelfde *conceptual map* en begrijpen we elkaar door het gebruik van hetzelfde *language system*. Belangrijk is dat beide *systems of representation* gebruikt worden om te verwijzen naar zowel echte als denkbeeldige dingen, wat betekent dat we niet alleen betekenis toekennen aan de dingen die we hebben gezien, maar ook aan de dingen die we nog nooit hebben

gezien. Mensen gebruiken deze systemen dus om zelf betekenissen te construeren waarmee ze iets representeren.[53]

Representatie komt veelvuldig voor in de media, waarbij de auteur of producent van de mediatekst (bijvoorbeeld een televisieprogramma of film) de betekenis codeert of versleutelt, waarna de betekenis wordt gedecodeerd of ontcijferd door de kijker. Hiervoor moeten de codeur en de decodeur grotendeels hetzelfde *system of representation* 'spreken', anders heeft de mediatekst geen betekenis. Media spelen onder andere een belangrijke rol in de manieren waarop er wordt gekeken naar niet-westerse culturen. Een groot deel van de bevolking is niet in staat om kennis te nemen, of zich een beeld te vormen, van een niet-westerse cultuur door te reizen of andere persoonlijke ervaringen op te doen. Roger Silverstone (2007), een belangrijke pionier op het gebied van (Britse) media en communicatie, stelt dat de media deze rol vervullen voor dit gedeelte van de bevolking, waarbij het beeld wordt gevormd door middel van (inter)nationale nieuwsberichten, reisprogramma's, en amusements-media.[54] Wetenschapper Shani Orgad (2012) gaat een stap verder dan Silverstone en betoogt dat bij media alles draait om representatie.[55]

Tegelijkertijd is er veel kritiek op representaties in de media, wat voortkomt uit de verwachting dat representaties in de media een reflectie zijn van de realiteit.[56] Orgad stelt dat dit een kenmerk is van deze tijd, waarin informatie op een hoog tempo wordt verspreid door heel de wereld, terwijl de representaties afkomstig zijn van bronnen die onduidelijk en verwarrend zijn en vaak ontstaan vanuit angstgevoelens. Ze noemt het voorbeeld van het manipuleren van foto's met fotoshop, waarbij het altijd de vraag is of de afbeelding een juiste weergave is van de werkelijkheid.[57] Dit geldt niet alleen voor foto's, maar ook voor de televisie: er wordt altijd een selectie gemaakt van beelden om te tonen, evenals dat ervoor wordt gekozen om iets *niet* in beeld te brengen. Dit is een belangrijk punt van aandacht gezien het feit dat Postman (1985) stelt dat de televisie deel is geworden van het dagelijks leven, waarbij kijkers zonder nadenken aannemen wat ze zien en niet meer kritisch kijken naar het beeld dat ze voorgeschoteld krijgen.[58] Dat de publicatie van Postman nog altijd relevant is blijkt

[53] Hall, *Representation*, 17-22.
[54] Silverstone, *Media and Morality*, 7.
[55] Orgad, *Media Representation*, 17.
[56] Orgad, *Media Representation*, 19-20.
[57] Orgad, *Media Representation*, 20.
[58] Postman, *Amusing Ourselves*, 79-80.

alleen al uit het recente fenomeen ‘nepnieuws’. Alle representaties die media ons voorschotelen, ongeacht of deze realistisch of onrealistisch zijn, beïnvloeden de maatschappij in zijn geheel, aldus Silverstone.[59] Deze representaties in de media zorgen er dus voor dat de maatschappij een bepaald beeld krijgt van iets of iemand. De media hebben dus de macht om ideeën, beelden, en percepties van de bevolking te beïnvloeden of zelfs te vormen, zoals ook van andere landen, culturen, of mensen die ze nooit zullen bezoeken of ontmoeten.[60] Deze notie, waarbij de westerling de representaties van de Oriënt in de media beschouwt als de *ware* Orient, beaamt Edward Said in *Orientalism* (1978).[61]

Stereotypen

De manier waarop andere landen, culturen of mensen worden gerepresenteerd houdt ook verband met stereotypen, een vast en overdreven beeld van iets of iemand dat niet (volledig) overeenkomt met de werkelijkheid. In de publicatie *Latino Images in Film: Stereotypes, Subversion, Resistance* (2002) presenteert Charles Ramírez Berg zijn innovatieve theorie over stereotypering. Berg is in de bestaande literatuur over stereotypering gedoken en kwam tot de conclusie dat er niet één duidelijke of specifieke betekenis bestaat van het begrip ‘stereotypen’. Daarentegen argumenteert Berg dat een bepaald stereotiep beeld het resultaat is van de volgende formule: *category making* + *ethnocentrism* + *prejudice* = *stereotyping*.[62] *Category making* slaat op het creëren van categorieën die gebaseerd zijn op het herkennen van aanzienlijke verschillen. *Ethnocentrism* verwijst naar een perspectief op dingen waarin iemands ‘eigen’ groep centraal staat en alle anderen worden beoordeeld op basis van deze eigen groep. Hier is de tegenstelling tussen *Us* en *Them* herkenbaar, waarbij Zij altijd onvolledig en onvolmaakt zijn. Omdat dit veel verband houdt met Oriëntalisme, zal ik hier later uitgebreider op terugkomen. *Prejudice* is het beoordelen van Anderen op basis van etnocentrisch bepaalde verschillen, waarbij Zij van nature niet zo goed zijn als Wij omdat Zij anders zijn dan Wij. Berg stelt dat het meest verontrustende aan het

[59] Silverstone, *Media and Morality*, 20.
[60] Devereux, *Understanding the Media*, 186-187.
[61] Said, *Orientalism*, 67.
[62] Berg, *Latino Images in Film*, 15.

denken over de Ander als minderwaardig of ondergeschikt is dat de visie dat de Ander niet kan veranderen overheerst.[63]

Ondanks dat stereotypen positief en negatief kunnen zijn, associeert het gros van de mensen stereotypen met het toebedelen van negatieve kwaliteiten aan iets of iemand anders, zowel aan individuen als aan groepen.[64] Dat veel stereotypen negatief van aard zijn komt voort uit het feit dat stereotypen vaak ahistorisch zijn, waarbij bepaalde delen van de geschiedenis van de Ander op selectieve wijze worden weggelaten.[65] Achter elk stereotype schuilt een kern van waarheid, wat maakt dat veel mensen consensus bereiken over stereotypen.[66] Stereotypen worden echter altijd sterk gegeneraliseerd.[67] Het kenmerk is vaak van toepassing op een kleine groep mensen, maar bij een stereotiep beeld wordt dit altijd doorgetrokken naar een grote groep mensen.[68] De gewoonte is om de Ander bepaalde kenmerken toe te bedelen en deze vervolgens niet meer te veranderen, waarmee de Ander dus wordt afgevlakt, gehomogeniseerd en gegeneraliseerd zonder dat er ruimte is voor individuele eigen inbreng en variatie.[69] Maar naast dat stereotypen de Ander op denigrerende wijze verbeelden, wijzen ze ook op de geprefereerde machtsverhoudingen. De dominante groep is er namelijk van overtuigd dat zij zelf moreel superieur, beschaafder en in alle opzichten verfijnder is dan de Ander, en 'logischerwijs' volgt hieruit dat zij de baas moeten zijn.[70] Stereotypen illustreren waarom de Ander niets mag of kan controleren.[71] Het gevaar van het beschouwen van een stereotiep beeld als waarheid is dat de virtuele (stereotiepe) geschiedenis de werkelijke (geleefde) geschiedenis vervangt en/of dat de stereotiepe beelden zo bekend worden dat ze uiteindelijk door een meerderheid worden beschouwd als normaal of 'natuurlijk'.[72]

Bij stereotypen worden altijd een aantal cruciale feiten buiten beschouwing gelaten, wat geïllustreerd kan worden door films als voorbeeld te nemen.[73] In een film vormen bepaalde stereotiepe beelden het cinematografische karakter. Een dergelijk

[63] Berg, *Latino Images in Film*, 14-15.
[64] Berg, *Latino Images in Film*, 14.
[65] Berg, *Latino Images in Film*, 17-18.
[66] Berg, *Latino Images in Film*, 16.
[67] Berg, *Latino Images in Film*, 16.
[68] Berg, *Latino Images in Film*, 16.
[69] Berg, *Latino Images in Film*, 16.
[70] Berg, *Latino Images in Film*, 21-22.
[71] Berg, *Latino Images in Film*, 22.
[72] Berg, *Latino Images in Film*, 18.
[73] Berg, *Latino Images in Film*, 17.

karakter maakt deel uit van een narratief en filmmakers zijn niet verplicht om karakters representatief te maken.[74] Bij een stereotiep karakter in een film worden ook vaak belangrijke historische details weggelaten of herschreven.[75] Het stereotiepe beeld dat filmmakers verbeelden wordt door de meerderheid direct herkend, maar dit hoeft niet direct negatieve gevolgen te hebben. Het gevaar ligt namelijk in de herhaling van dergelijke stereotiepe beelden.[76] Met herhaling wordt een narratief namelijk een representatie en gaan kijkers het associëren met de realiteit.[77] Dit kan resulteren in een vicieuze cirkel, waarbij de representatie het narratief wordt. Dit uit zich in kijkers die verwachten dat een dergelijke representatie deel uitmaakt van het narratief, en wanneer dit niet het geval roept dit zelfs een verbaasde reactie op.[78]

Niet alleen films kunnen zorgen voor een versterking van een bepaald stereotiep beeld, ook massamedia spelen hier een grote rol in. Berg beargumenteert in zijn publicatie hoe massamedia voortdurend de dominante houdingen in de maatschappij reflecteren.[79] Anno 2019 zijn massamedia echter niet meer weg te denken uit de samenleving[80] en daarom durf ik hierin nog een stap verder te gaan dan Berg door te stellen dat de massamedia stereotiepe beelden niet alleen reflecteren en rond laten circuleren in de maatschappij, maar ook versterken, of in sommige gevallen zelfs creëren. Een voorbeeld is de berichtgeving van de Nederlandse geschreven pers over moslims, waarbij de nadruk ligt op het publiceren van negatieve verhalen over moslims: “de media zoomen in op terreuraanslagen, raken niet uitgepraat over identiteit en integratieproblemen, brengen verhaal na verhaal over de vluchtelingencrisis, [en] doen bijna dagelijks verslag van de verwoestingen in Syrië.”[81] Het gevolg van het herhaaldelijk benadrukken van negatieve verhalen over, en ‘karakteristieken’ van, moslims in de media is blikvernauwing, wat op zijn beurt weer kan leiden tot vooroordelen en discriminatie.[82] Framingspecialist Sarah Gagestein geeft aan dat hoe vaker negatieve termen in relatie tot moslims worden genoemd, des

[74] Berg, *Latino Images in Film*, 18.
[75] Berg, *Latino Images in Film*, 17-19.
[76] Berg, *Latino Images in Film*, 18.
[77] Berg, *Latino Images in Film*, 18-19.
[78] Berg, *Latino Images in Film*, 19.
[79] Berg, *Latino Images in Film*, 21.
[80] Postman, *Amusing Ourselves*, 79-80; Silverstone, Media and Morality, 20; Devereux, *Understanding the Media*, 186-187.
[81] Kist, “Breng eens wat vaker verhalen over moslims die het goed doen.”
[82] Kist, “Breng eens wat vaker verhalen over moslims die het goed doen.”

te sterker deze concepten zich in de gedachten van de mens nestelen.[83] Hieruit blijkt dus dat massamedia een grote rol spelen in het versterken van een stereotiep beeld.

Berg beargumenteert dat stereotypen bestaan omdat ze helpen bij het vormen van een eigen identiteit.[84] De Ander is nodig om duidelijkheid te krijgen over de eigen identiteit. Datgeen geprojecteerd wordt op de Ander, is in feite dat wat Wij onderdrukken. Het verdelen van de wereld in twee kampen, Wij en Zij, geeft een bepaald psychisch comfort.[85] Dit kan echter ook tot spanningen leiden, wat ook het geval kan zijn bij het discours Oriëntalisme.

Oriëntalisme, Othering en Occidentalisme

In het 'Westen' wordt er niet alleen regelmatig over het 'Oosten' gepraat en gedacht, maar ook wordt het 'Oosten' veelvuldig verbeeld en gerepresenteerd. De manier waarop dit wordt gedaan is uitgegroeid tot een discours dat bekend staat als het Oriëntalisme. Een discours is de manier waarop we over bepaalde kwesties denken en spreken, evenals hoe we deze zaken representeren in verhalen, afbeeldingen, emoties en woorden.[86] Bepaalde zaken (of landen) krijgen betekenis doordat ze bij elkaar worden gevoegd in een *interpretative framework*, ook wel discours genoemd. Door het samenkomen van ideeën, beelden en praktijken in taalgebruik of een mediaproduct, wordt er op een bepaalde manier over de wereld gepraat, met als gevolg dat de wereld op een specifieke manier wordt begrepen.[87] Een belangrijk kenmerk van een discours is dat het in verscheidene media terugkomt: een discours stelt bepaalde grenzen waarbinnen de verschillende mediateksten bestaan, waardoor de kracht en het voortbestaan van het discours wordt erkent en versterkt.[88] Stuart Hall (1997) stelt daarnaast dat een discours ook beperkingen en restricties oplegt door andere manieren van denken, praten en representeren uit te sluiten.[89] Het is van belang te benadrukken dat een discours niet alleen een specifieke werkelijkheid reflecteert, maar tegelijkertijd ook actief construeert en verklaart door betekenissen toe te schrijven aan bepaalde zaken. Verschillende discoursen kunnen ten alle tijden naast

[83] Kist, "Breng eens wat vaker verhalen over moslims die het goed doen."
[84] Berg, *Latino Images in Film*, 28-31.
[85] Berg, *Latino Images in Film*, 15-16.
[86] Hall, *Representation*, 44.
[87] Jørgensen & Philips, *Discourse Analysis*, 1.
[88] Huisman, "Orientalism and the Spectacle of the Other," 13-14.
[89] Hall, *Representation*, 44.

elkaar bestaan en concurreren met elkaar over welk discours op dat moment het meest dominant is.[90] Oriëntalisme is het discours dat wordt gebruikt in het westen om de Oriënt te beschrijven, te verklaren en betekenis te geven.

In 1978 publiceerde de literatuurwetenschapper Edward Said (1935-2003) de spraakmakende publicatie *Orientalism*, waarmee hij de term Oriëntalisme populariseerde. Om deze reden is het van belang te beginnen met Said's publicatie, waarin Oriëntalisme en het daarbij behorende *Othering* centraal staan. Said beschrijft Oriëntalisme als een dominant Westers discours over de Oriënt, waar eigenlijk alle landen van het Oosten bij horen die geen deel uitmaken van het Westen. Het Oriëntalisme geeft betekenis aan de Oriënt en representeert en construeert het vermeende Anders-zijn van de Oriënt. Wanneer Said het heeft over de Oriënt spreekt hij over 'the Near East', waarmee hij het Midden-Oosten bedoelt.[91] Volgens Said is de Oriënt niet alleen een *imaginative geography*, maar ook een politieke en culturele eenheid.[92] Bij *imaginative geography* draait het om de collectieve notie van Wij (Europeanen of westerlingen) tegenover Zij (niet-Europeanen), waarbij Zij worden gerepresenteerd als fundamenteel anders dan Wij. Said beargumenteert dat Wij en Zij ontologisch gezien radicaal van elkaar verschillen.[93] Dit construct, wat een essentieel deel is van het discours Oriëntalisme, heeft het westen in feite zelf gecreëerd. Dit doen westerlingen door de Oriënt op een bepaalde manier te definiëren en door algemeen geaccepteerde waarheden hierover de produceren. Hiermee lieten westerlingen een bepaalde representatie van de Oriënt representatief lijken, representaties die tot op heden zichtbaar zijn.[94]

Naast dat de Orient wordt gezien als anders dan Europa, wordt zij ook beschouwd als ondergeschikt aan Europa. Het Oriëntalistische discours is als het ware een promotor van dit idee, waaruit het construct van Wij en Zij voortkomt. Het idee van de Ander komt voort uit een barrière van alle karakteristieken, ideeën en verlangens die westerlingen niet willen zijn. Vaak is de Ander dus een projectie van dat wat Wij westerlingen verwerpen.[95] Westerlingen (of Europeanen) schrijven over de Oriënt (of de Ander) vanuit de positie van een 'Outsider', wat ervoor zorgt dat de passieve Oriënt

[90] Philips, "Doing discourse analysis," 285-287; Casey, et. al., *Television Studies*, 80.
[91] Said, *Orientalism*, 2.
[92] Said, *Orientalism*, 49-73.
[93] Said, *Orientalism*, 2-3; Lockman, *Contending Visions*, 184-185.
[94] Lockman, *Contending Visions*, 188.
[95] Gray, "We're not in Portland anymore," 223-224.

altijd ondergeschikt zal blijven aan de actieve westerling die de Oriënt tot leven brengt.[96] Het is echter nooit het geval dat Oriëntalisme of *Othering* puur negatief is. Daarentegen is het vaak een combinatie van fascinatie en aversie voor de Oriënt, schommelend tussen aantrekkingskracht en afstoting.[97] Volgens Said is de relatie tussen Oost en West er daarom ook een van macht, dominantie, en verschillende niveaus van complexe hegemonie.[98] Oriëntalisme is echter niet enkel een westerse fantasie over de Oriënt, maar meer een *system of knowledge*. De representaties die westerlingen gebruiken voor de Oriënt hebben geresulteerd in het feit dat bepaalde woorden, zinnen en beelden nu normaal en algemeen geaccepteerd zijn. De westerling is van mening dat een dergelijk beeld nodig is om de Ander te begrijpen.[99] Bij Nederlanders bestaan dergelijke representaties (ofwel stereotiepe beelden) over Georgië niet zozeer, maar hier zal ik later op terugkomen.

Westerlingen hebben dus een bepaald beeld van de Ander, maar het is belangrijk om te beseffen dat dit mechanisme ook omgekeerd werkt. Het hebben van ideeën over de Ander is namelijk geen eenzijdig proces maar juist een wisselwerking.[100] Hierbij is de Ander niet louter het onderwerp van bepaalde beelden en ideeën die heersen onder westerlingen, maar produceren oosterlingen zelf ook dergelijke representaties over westerlingen, waarna zij dat eveneens laten rondcirculeren. Deze tegenhanger van Oriëntalisme wordt Occidentalisme genoemd.[101] Net als voor Oriëntalisme geldt hierbij dat deze beelden en ideeën zowel positief als negatief van aard kunnen zijn. Ian Buruma en Avishai Margalit, auteurs van *Occidentalism: The West in the Eyes of Its Enemies*, stellen dat het fenomeen niet alleen voorkomt bij oosterlingen, maar ook bij radicale anti-kapitalisten in de westerse wereld.[102] Occidentalisme is dus een discours met beelden en ideeën over het westen en dat waar het westen voor staat, zoals liberalisme, kapitalisme, rationalisme, wetenschap, en scheiding van kerk en staat.[103] Voor deze casus over Georgië is het relevant om het Occidentalisme te bespreken aangezien het onder andere draait om het spanningsveld tussen datgeen gedefinieerd wordt als het westen versus het

[96] Gray, "We're not in Portland anymore," 223-224.
[97] Nederveen Pieterse, "Globalization and Culture," 123.
[98] Said, *Orientalism*, 5.
[99] Huisman, "Orientalism and the Spectacle of the Other," 13.
[100] Carrier (red), *Occidentalism*, 2-3.
[101] Said, *Orientalism,* 253.
[102] Buruma & Margalit, *Occidentalism*, 4-5
[103] Buruma & Margalit, *Occidentalism*, 11; Huisman, "Orientalism and the Spectacle of the Other," 18.

oosten: tot welk gedeelte wordt Georgië gerekend door WIDM en reisorganisaties? En in hoeverre is hierbij sprake van Oriëntalisme?

Het werk van Said krijgt naast veel lof ook veel kritiek. Onderzoekers zijn niet gecharmeerd van het taalgebruik dat Said hanteert om zijn punt te maken, de nadruk die Said legt op (Franse) literatuur, en het feit dat hij er regelmatig niet in slaagt om de auteurs en hun publicaties correct te situeren in hun historische context.[104] Daarnaast maakt Said geen onderscheid tussen de publicaties van geleerden en de romans van auteurs, en negeert hij het werk van historici en sociale wetenschappers.[105] Andere onderzoekers hebben kritiek op het feit dat Said enkel de literatuur gebruikt die zijn standpunt versterkt, waarbij hij de literatuur geschreven door westerlingen en de literatuur die kritiek uit op Oriëntalistisch geaarde publicaties en hun auteurs niet meeneemt.[106] Robert Irwin (2009) bekritiseert *Orientalism* voor het feit dat Said enkel zeventiende tot en met negentiende-eeuwse Europese literatuur analyseert, waarmee hij de populaire cultuur negeert. Said verdiept zich enkel in de 'high culture', terwijl de impact van Oriëntalisme in populaire media zoals televisie en film groter is dan de literatuur die Said analyseert in *Orientalism*.[107]

Sinds de eerste uitgave van *Orientalism* in 1978 is het aantal studies waarin het discours Oriëntalisme centraal staat enorm toegenomen en ontwikkeld. Veel wetenschappers bouwen voort op Said's publicatie en breiden het onderzoek uit naar de aspecten waar de publicatie van Said te kort schiet. Voor dit onderzoek is de belangrijkste ontwikkeling dat er aandacht is voor Oriëntalisme in populaire mediaproducten zoals televisie en film.[108] Said zegt het volgende over media in *Orientalism*: "Television, the films, and all the media's resources have forced information into more and more standardized molds. So far as the Orient is concerned, standardization and cultural stereotyping have intensified the hold of the nineteenth century academic and imaginative demonology of 'the mysterious Orient'."[109] Hiermee bedoelt Said dat media het stereotiepe beeld over de Oriënt bevestigen in plaats van dat ze het vernietigen of ontkrachten. In navolging van Said beargumenteren

[104] Lockman, *Contending Visions*, 191-202.
[105] Turner, "Re-reading Said," 21.
[106] Varisco, "Orientalism*'s Wake*," 3.
[107] Irwin, "Popular Culture," 7.
[108] Een voorbeeld hiervan is de publicatie van Bernstein (1997), waarin verschillende essays inzicht geven in hoe Oriëntalisme terugkomt in films.
[109] Said, *Orientalism*, 26.

recensenten en critici vaak dat televisie en film op een actieve manier het Oriëntalistische discours in stand houdt.[110] Dit geldt nu meer voor de maatschappij dan ooit tevoren. Audiovisuele media zijn vandaag de dag een belangrijk (en misschien zelfs wel onmisbaar) onderdeel van de hedendaagse, met media doordrenkte maatschappij. Oriëntalistische representaties circuleren dus niet langer enkel in boeken, wat de publicatie van Said impliceert, maar ook op grote schaal in de media. Dit schept de verwachting dat Oriëntalistische representaties in grote getalen kunnen worden gevonden in hedendaagse populaire (entertainment) media. De vraag is in hoeverre dit zichtbaar is in het achttiende seizoen van WIDM, dat zich afspeelt in Georgië, en op de websites van reisorganisaties, wat ook als een soort massamedia kan worden beschouwd.[111]

Methode

Dit onderzoek is opgebouwd uit twee delen, namelijk een discoursanalyse van de afleveringen van het achttiende seizoen van WIDM en een inhoudsanalyse van de websites van vijf Nederlandse reisorganisaties. Ondanks dat de representaties van WIDM en reisorganisaties met elkaar worden vergeleken, heb ik gekozen voor twee verschillende soorten analyses. Reden hiervoor is dat televisieprogramma's zich het beste lenen voor een discoursanalyse, en een inhoudsanalyse het beste past bij het analyseren van websites. Dit blijkt ook uit de methoden die worden toegepast in studies met een vergelijkbare casus. Om een volledig beeld te geven hoort bij dit onderzoek eigenlijk nog een analyse van de manieren waarop Georgië *zichzelf* aanbiedt en presenteert als een toeristische bestemming. Ik heb er echter bewust voor gekozen om dit niet mee te nemen in deze scriptie, aangezien de omvang van het onderzoek dan te groot zou worden. In onderstaande paragrafen zal ik eerst ingaan op de discoursanalyse, om vervolgens de inhoudsanalyse in detail te bespreken.

Discoursanalyse[112]

Bordwell, Thompson, en Smith spreken zelf van een beeldanalyse, wat in feite verschilt van de betekenis van een discours die ik in deze scriptie hanteer. Een beeldanalyse is voornamelijk formalistisch van aard, waarbij een gedetailleerde beschrijving van het

[110] Casey et. al., *Television Studies*, 269.
[111] Huisman, "Orientalism and the Spectacle of the Other," 16-17.
[112] De betekenis van een discours is reeds uitgelegd in de paragraaf "Oriëntalisme" en zal niet opnieuw besproken worden in deze paragraaf.

beeld wordt gegeven. De interpretatielaag die vervolgens aan een beeldanalyse wordt toegevoegd zorgt er als het ware voor dat de 'vorm' inhoudt krijgt. Het geven van een interpretatie aan een beeldanalyse is vergelijkbaar met een discoursanalyse, maar laatstgenoemde gaat nog een stap verder: een discoursanalyse gaat ook in op de manieren *waarop* media betekenissen overdragen, waardoor vragen die te maken hebben met representatie beantwoord kunnen worden. Wat wel en niet is opgenomen in een representatie van iets of iemand wordt namelijk bepaald door het gehanteerde discours.[113] De vele aspecten die Bordwell, Thompson, en Smith noemen zullen dus als basis gebruikt worden voor de discoursanalyse van WIDM, om vervolgens te kijken naar de manieren waarop het televisieprogramma Georgië representeert.

Om verschillende redenen is het relevant om een discoursanalyse uit te voeren op de afleveringen van WIDM. In de westerse media bestaan ideeën en beelden van de Oriënt (de Ander) en deze maken deel uit van het discours Oriëntalisme. Deze ideeën en beelden samen vormen zogenaamde *discursive formations*. Omdat dit onderzoek zich richt op het discours Oriëntalisme ligt het uitvoeren van een discoursanalyse logischerwijs in het verlengde hiervan. Het analyseren van de afleveringen van WIDM vanuit het perspectief van Oriëntalisme zal inzicht geven in hoe WIDM Georgië als Anders verbeeldt. Daarnaast zijn er de makers die een bepaalde ervaring creëren met de doelgroep in gedachte.[114] In dit proces maken zij diverse keuzes wat betreft de vorm en stijl van het programma, waarvan een beperkte selectie beelden het resultaat is.[115] Dit is ook het geval bij WIDM, en een discoursanalyse zal inzicht geven in de keuzes van de programmamakers.

Er is vaak enige onduidelijkheid rondom de discoursanalyse omdat wetenschappers allemaal hun eigen invulling geven aan dit type analyse. Dit onderzoek hanteert de definitie van Smith en Bell (2007), die een discoursanalyse niet alleen definiëren als simpelweg een onderzoek naar een beeld of tekst, maar ook naar de betekenis ervan in een sociale en culturele context.[116] Het doel van een discoursanalyse is dus om de betekenis te achterhalen van een constructie woorden, geluiden en beelden.[117] Om deze diepere betekenissen uit het studieobject te kunnen

[113] Casey, et. al., *Television Studies*, 81.
[114] Bordwell, Thompson & Smith, *Film Art*, 48.
[115] Bordwell, Thompson & Smith, *Film Art*, 215.
[116] Smith & Bell, "Discourse Analysis," 78.
[117] Smith & Bell, "Discourse Analysis," 80.

halen moet er niet enkel gekeken worden naar de denotatie (beschrijvende betekenis) van de ideeën en beelden, maar tevens naar hun connotatie (betekenis bepaald via conceptuele conventies). [118] Een discoursanalyse gaat altijd gepaard met de interpretatie van de onderzoeker, omdat er niet zoiets bestaat als een ware of definitieve betekenis.[119] Het is daarom van belang om een discoursanalyse altijd te onderbouwen met literatuur, theorieën of andere media.[120]

Tijdens de discoursanalyse worden diverse aspecten tegen het licht gehouden. Ten eerste wordt er gelet op wat er in beeld wordt gebracht, maar ook op wat er *niet* in beeld is gebracht. Aandacht gaat ook uit naar de locaties van de opdrachten en hoe WIDM dit in beeld brengt. Als derde aspect wordt er gelet op de montagetechnieken: wat impliceert deze manier van monteren? Ook wordt er gekeken naar de cameraperspectieven, zoals een close-up of een drone-shot. Welke betekenis dragen deze perspectieven uit? De muziek speelt ook een belangrijke rol in WIDM en dit verdient dus ook een punt van aandacht. Hierbij wordt niet alleen gelet op diëgetische (deel van de oorspronkelijke opname) muziek of geluid, maar ook op niet-diëgetische (niet deel van de oorspronkelijke opname, later toegevoegd) muziek of geluid. Als laatste zijn de uitspraken van zowel de kandidaten als de presentator van belang bij de analyse, waarbij wordt gelet op wat ze over Georgië zeggen, wanneer en hoe ze dat zeggen, en welke woorden ze hiervoor gebruiken.

Belangrijk om op te merken is dat de discoursanalyse alleen focust op de beelden en uitspraken die gaan over Georgië, en bijvoorbeeld niet op de conversaties tussen kandidaten over wie de mol is. Deze keuze is gemaakt omdat het noteren van deze informatie tijdrovend is en het daarbij ook niet van belang is voor het onderzoek.

Inhoudsanalyse

De websites van reisorganisaties worden geanalyseerd op basis van een *content analysis* (inhoudsanalyse). Als basis gebruik ik het boek *Inhoudsanalyse: theorie en praktijk* van Fred Wester (2006). Aangezien het boek van Wester enkel ingaat op het analyseren van teksten, hanteer ik voor de inhoudsanalyse van de afbeeldingen het hoofdstuk “Content Analysis of Visual Images” uit het handboek *The Handbook of Visual Analysis*. [121] Kortgezegd analyseert een inhoudsanalyse teksten en

[118] Hall, *Representation*, 23-24.
[119] Hall, *Representation*, xxvi.
[120] Smith & Bell, “Discourse Analysis,” 84; Antaki, Billig, Edwards & Potter, “Discourse Analysis,” z.p.
[121] De informatie uit deze alinea is gebaseerd op Wester, *Inhoudsanalyse*, en Bell, “Content analysis.”

afbeeldingen op systematische wijze, waarbij een invalshoek wordt gehanteerd om de teksten en afbeeldingen op een selectieve manier te lezen.

De teksten en afbeeldingen die worden bestudeerd zijn ontstaan binnen een specifieke context, en in dit geval zijn deze geproduceerd door verschillende reisorganisaties. Deze teksten en afbeeldingen staan symbool voor de handelingswijze en visie van reisorganisaties, net zoals dat een nieuwsbericht iets zegt over de journalist die het artikel heeft geschreven. Er zijn twee werkwijzen bij een inhoudsanalyse, namelijk de beschrijvende inhoudsanalyse en de interpreterende analyse. Voor dit onderzoek zal de interpreterende analyse worden gebruikt, een analyse die complexe kenmerken reconstrueert, waaronder de invalshoek van waaruit de tekst is geschreven, de redeneerstructuur, of het gebruik van bepaalde stereotypen. Bij deze werkwijze is de vraagstelling erg belangrijk, omdat dit bepalend is voor de invalshoek van het onderzoek. In dit onderzoek luidt de vraag die centraal staat tijdens de inhoudsanalyse als volgt: op welke manieren wordt Georgië gerepresenteerd op de websites van reisorganisaties?

Een inhoudsanalyse wordt gebruikt om hypothesen te testen over de manieren waarop media iets representeren, bijvoorbeeld mensen, evenementen, situaties, of landen. Uit een hypothese zijn namelijk variabelen af te leiden waar tijdens de analyse op zal worden gelet.[122] Ik verwacht dat de reisorganisaties veelal een gelijksoortige representatie op hun websites tonen als in WIDM. Daarnaast verwacht ik dat ze Georgië neerzetten als een niet-modern land, waarbij de nadruk ligt op de natuur. In het geval van mijn casus spelen de volgende aspecten een rol bij het analyseren van de teksten op de websites: het type reisorganisatie, de vorm en duur van de reis, de locaties waar ze toeristen mee naar toe nemen, de woorden die worden gebruikt om Georgië en de locaties te omschrijven, de aspecten die typerend worden geacht voor Georgië, de verhoudingen tussen stad en platteland, de rol van het Oriëntalistisch discours en de verwijzingen naar toeristische praktijken zoals de fotocamera. Voor de afbeeldingen geldt dat er wordt gekeken naar de hoeveelheid afbeeldingen op de pagina, wat (of wie) er wordt afgebeeld op de foto's, het standpunt van waaruit de foto is genomen, en de bijschriften van de afbeeldingen. Deze variabelen zullen inzicht geven in de manier waarop Georgië wordt gerepresenteerd, en daaruit kunnen conclusies worden getrokken over hoe Georgië wordt neergezet als de Ander.

[122] Bell, "Content Analysis," 13.

Belangrijk hierbij is dat de variabelen in een inhoudsanalyse niet verwijzen naar de realiteit, maar naar de aspecten van hoe iets wordt gerepresenteerd.[123]

Een groot voordeel aan een inhoudsanalyse is dat deze manier van onderzoek niet afhankelijk is van respondenten, omdat moderne communicatiemiddelen het mogelijk maken dat teksten en afbeeldingen eenvoudig raadpleegbaar zijn. Daarnaast brengt een inhoudsanalyse in kaart wat reisorganisaties prioriteit geven en opvallend vinden (of juist niet) wanneer het aankomt op representaties van Georgië. Een veelvoorkomend knelpunt bij de inhoudsanalyse is de representativiteit van de selectie teksten of afbeeldingen die worden geanalyseerd. In hoofdstuk drie zal ik de representativiteit van de selectie reisorganisaties bespreken. Een punt van aandacht is dat een inhoudsanalyse geen inzicht geeft in de intenties van de makers van de websites, maar dit is dan ook niet het doel van mijn analyse. In plaats daarvan poogt deze inhoudsanalyse inzicht te geven in de manieren waarop reisorganisaties Georgië representeren op hun websites.

[123] Bell, “Content Analysis,” 16.

HOOFDSTUK 2 Georgië in *Wie is de Mol?*

Dit hoofdstuk bespreekt de manieren waarop Georgië wordt gerepresenteerd in het achttiende seizoen (2018) van het televisieprogramma WIDM. Eerst ga ik in op de aandachtspunten waar ik tijdens de discoursanalyse op heb gelet: cinematografie, muziek, montage en de locaties van de opdrachten. Wat volgt is een discoursanalyse van de tien afleveringen van WIDM, waarbij ik het overkoepelende narratief dat in het seizoen door WIDM naar voren wordt gebracht uitlicht. Vervolgens bespreek ik hoe WIDM twee soorten vertellingen (visueel en tekstueel) hanteert om dit narratief over te brengen op de kijker, wat onder de noemer *tourist gaze* kan worden geschaard vanwege de toeristische manieren van kijken die aan de kijker worden opgelegd (panorama en flaneur). Ter afsluiting betrek ik de bevindingen van mijn analyse op de stereotypetheorie zoals gepresenteerd in het eerste hoofdstuk en ga ik in op de manier waarop WIDM Georgië positioneert.

Aandachtspunten

Films, televisieprogramma's, en series worden geproduceerd met een of meerdere specifieke doelgroepen voor ogen. De makers creëren de beelden met het doel om een zo hoog mogelijk gewaardeerde ervaring te creëren voor de kijkers, maar op weg daarnaartoe moeten zij altijd keuzes maken, zowel tijdens het filmen als de montage.[124] Wat tonen de makers wel, en wat laten ze achterwege? Welke cameraperspectieven gebruiken ze tijdens het filmen? Welke aspecten van het getoonde benadrukken ze? Welke elementen worden toegevoegd in de montage? En welke muziek kiezen ze ter ondersteuning van de beelden? Deze keuzes moeten ervoor zorgen dat het resultaat één samenhangend geheel van beelden wordt, inclusief een narratief.[125] Ook de programmamakers van WIDM staan voor deze dilemma's tijdens het productieproces. Dat is de reden om kort in te gaan op de verschillende aspecten waar de makers tijdens het filmen en de montage aandacht aan besteden.

[124] Bordwell, Thompson & Smith, *Film Art*, 48.
[125] Bordwell, Thompson & Smith, *Film Art*, 51, 87.

Cinematografie

De beslissingen die worden gemaakt op het gebied van cinematografie zijn van groot belang, want alle keuzes die worden gemaakt beïnvloeden de kijker.[126] Bij het filmen hebben de programmamakers keuze uit verschillende soorten standpunten die kunnen worden ingenomen. Filmen vanuit een kikvorsperspectief houdt in dat de camera een laag standpunt inneemt, waardoor je letterlijk (en in sommige gevallen ook figuurlijk) tegen het object dat gefilmd wordt opkijkt. Er is ook een optie om te kiezen voor het vogelvluchtperspectief, waarbij het object van bovenaf in beeld wordt gebracht. Door voor dit hoge perspectief te kiezen is het object kleiner, wat in sommige gevallen geassocieerd wordt met het neerzetten van het verbeelde object als zwakker. Een nieuwer fenomeen is het drone-shot, iets waar WIDM veel gebruik van maakt.[127] Dit lijkt op het vogelvluchtperspectief, alleen ligt het punt waarvan af gefilmd wordt vaak hoger. Om deze reden worden drones voornamelijk gebruikt om locaties te filmen die niet in beeld te brengen zijn vanaf de grond. Door het hoge perspectief krijgt de kijker een overzicht van de omgeving. Een andere optie is om te filmen op ooghoogte, wat in het algemeen zorgt voor een neutraal beeld van het gefilmde object. De betekenissen die aan een camerastandpunt worden gegeven zijn echter vooral afhankelijk van de vorm en context van de gehele film – standaardformules bestaan daarom eigenlijk niet.[128] Ook het kader waarbinnen wordt gefilmd is van belang, omdat er vaak bewust objecten binnen of buiten een frame worden geplaatst. Tijdens de discoursanalyse let ik op al deze punten, wat erop neerkomt dat ik aandacht besteed aan de gekozen camerastandpunten, dat wat binnen of buiten het kader van de camera valt, en of de camera beweegt tijdens het shot.

In WIDM wordt een nieuw 'soort' shot geïntroduceerd: het "beauty-shot".[129] De programmamakers van WIDM willen een zo breed mogelijk publiek trekken. WIDM heeft als imago dat het een heel ingewikkeld spel is[130], maar de laatste jaren proberen de makers in toenemende mate kijkers te trekken door veel aandacht te besteden aan de beelden die de bestemming vastleggen[131], iets wat regisseur Rick McCullough de

[126] Bordwell, Thompson & Smith, *Film Art*, 159.
[127] WIDM, "S19A06: Kunst en vliegwerk," podcast audio.
[128] Bordwell, Thompson & Smith, *Film Art*, 190.
[129] WIDM, "S19A01: Ri(c)k," podcast audio; WIDM, "S19A08: Eindsprint," podcast audio.
[130] WIDM, "S19A01: Ri(c)k," podcast audio.
[131] WIDM, "S19A01: Ri(c)k," podcast audio.

"beauty-shots" noemt.[132] Hierdoor zijn er tienduizenden mensen die vooral naar het programma kijken voor dergelijke beauty-shots, die niet zouden misstaan in een natuurdocumentaire.[133] De programmamakers proberen voor elk seizoen een land uit te kiezen dat divers is, zodat de beelden niet gaan vervelen.[134] Deze beelden hebben vaak ook een aspect van Anders-zijn in zich: berglandschappen, besneeuwde bergtoppen, en watervallen kunnen door Nederlandse kijkers als indrukwekkend worden ervaren omdat dit niet in Nederland te zien is. Het is echter van belang om te benadrukken dat het creëren van natuurdocumentaire-achtige beauty-shots niet het hoofddoel is van het programma, maar desondanks is het wel "mooi meegenomen", aldus McCullough.[135] Wat de hoeveelheid beauty-shots ook ten goede komt is de toegenomen duur van de afleveringen door de jaren heen.[136] Meer gelegenheid voor de beauty-shots zorgt niet alleen voor een mooiere aflevering, maar dient ook als een rustmoment voor de kijker, een moment voor contemplatie om te verwerken wat er in de voorgaande opdracht is gebeurd.[137] Tijdens de discoursanalyse besteed ik veel aandacht aan het analyseren van de beauty-shots, omdat deze beelden een impressie geven van het land van bestemming, wat in deze casus Georgië is. Wat wordt er getoond op de beelden? En worden bepaalde aspecten benadrukt of uitgelicht?

Muziek

Minstens net zo belangrijk als de beauty-shots is de muziek in het programma, want de beauty-shots in combinatie met de muziek creëren een "sferisch beeld".[138] McCullough voegt hieraan toe dat de beauty-shots voor je ogen zijn bedoeld en de muziek voor je ziel.[139] Muziek is van groot belang voor het programma, want de muziek versterkt of vergroot een emotie of een actie – het brengt de beelden tot leven.[140] Om de juiste muziek te zoeken en te selecteren heeft het programma een paar editors en een componist in dienst. Hun taak is om te zoeken naar bruikbare muziek voor het

[132] WIDM, "S19A01: Ri(c)k," podcast audio; WIDM, "S19A08: Eindsprint," podcast audio.
[133] WIDM, "S19A01: Ri(c)k," podcast audio.
[134] WIDM, "S19A01: Ri(c)k," podcast audio.
[135] WIDM, "S19A01: Ri(c)k," podcast audio.
[136] Tot en met seizoen 12 (2012) duurden de afleveringen maximaal 50 min. Dit veranderde in seizoen 13 (2013), toen de afleveringen gemiddeld 55 min duurden. Hetzelfde geldt voor seizoen 14 (2014) en seizoen 15 (2015). Vanaf seizoen 16 (2016) duren de afleveringen 60 min.
[137] WIDM, "S19A08: Eindsprint," podcast audio.
[138] WIDM, "S19A01: Ri(c)k," podcast audio.
[139] WIDM, "S19A06: Kunst en vliegwerk," podcast audio.
[140] WIDM, "S19A06: Kunst en vliegwerk," podcast audio.

programma.[141] De toegevoegde waarde van de componist is dat hij ervoor kan zorgen dat twee nummers in elkaar kunnen overlopen, waarvoor de toonsoort, het ritme en de melodie moeten worden aangepast.[142] Daarnaast is het belangrijk om onderscheid te maken tussen diëgetische en non-diëgetische geluiden, een verschil dat wordt beschreven door Bordwell, Thompson, en Smith.[143] Diëgetische geluiden zijn de geluiden die in de opname zelf zitten, zoals de uitspraken van de kandidaten en de presentator, of muziek die tijdens de aflevering wordt gemaakt. Non-diëgetische geluiden zijn de geluiden die tijdens het montageproces worden toegevoegd, waarvan achtergrondmuziek het bekendste voorbeeld is. Tijdens de analyse besteed ik aandacht aan hoe de muziek de beelden ondersteunt en wordt er zowel op diëgetische als non-diëgetische geluiden gelet.

Montage

Een ander belangrijk aspect is de montage. Zoals al genoemd worden non-diëgetische geluiden zoals achtergrondmuziek in deze fase van het proces toegevoegd, maar het montageproces behelst meer dan dat. McCullough zegt dat er onder andere ook wordt gelet op de doorlopende verhaallijn in het programma, wat voornamelijk betrekking heeft op het spelelement.[144] Daarnaast bepalen de programmamakers tijdens de montage welke beelden er wel en niet in de aflevering komen, wat ook gebeurt bij de beauty-shots. McCullough noemt dat hier het *kill your darlings*-principe van toepassing is.[145] Dit houdt in dat er beelden moeten worden geschrapt die eigenlijk niet kunnen ontbreken in de afleveringen, maar dat het toch moet gebeuren omdat de afleveringen anders veel langer dan 60 minuten zouden duren. “De kunst zit in het weglaten,” aldus McCullough.[146] Hierbij acht hij het bewerkstelligen van een balans van groot belang: “Ik vind het belangrijk dat we *net* genoeg maken dat mensen meer willen en je wil [de afleveringen] niet *te* lang maken waar mensen denken, ‘schiet nou op’.”[147] Tijdens de discoursanalyse neem ik de montage mee als punt van aandacht door in mijn achterhoofd te houden dat de beelden in de afleveringen met zorg zijn geselecteerd door de makers. Ook zal ik kijken of er door de afleveringen heen een verhaallijn

[141] WIDM, “S19A06: Kunst en vliegwerk,” podcast audio.
[142] WIDM, “S19A06: Kunst en vliegwerk,” podcast audio.
[143] Bordwell, Thompson & Smith, *Film Art*, 285-294.
[144] WIDM, “S19A01: Ri(c)k,” podcast audio.
[145] WIDM, “S19A08: Eindsprint,” podcast audio.
[146] WIDM, “S19A08: Eindsprint,” podcast audio.
[147] WIDM, “S19A08: Eindsprint,” podcast audio.

zichtbaar is over Georgië als land. Het is van belang om stil te staan bij het montageproces omdat de beelden zorgvuldig zijn gekozen – alle beelden die in de afleveringen zitten zijn om een bepaalde reden verkozen boven andere beelden.

Locaties

Als laatste ga ik in op de locaties, een belangrijk onderdeel van WIDM. Maar voordat de locaties kunnen worden geselecteerd, moet eerst het land van bestemming vaststaan. Het belangrijkste criterium hiervoor is dat het land variatie moet hebben. De regisseur van WIDM zoekt namelijk een land dat meer te bieden heeft dan enkel een grote stad: "We willen bergen, we willen dorpen, we willen grote steden, we willen iets strand erbij."[148] Zodra het land is gekozen begint de zoektocht naar locaties. Dit gebeurt voornamelijk via het internet, zeker in de meest recente seizoenen van WIDM.[149] Vervolgens vinden er verschillende researchreizen plaats naar het land van bestemming. Tijdens de eerste researchreis wordt het land verkend, waarbij zoveel mogelijk meters worden gemaakt. Dit betekent dat er minimaal 150 locaties worden bezocht in een tijdsbestek van ongeveer veertien dagen. De tweede researchreis is specifieker. Hierbij gaan de makers op zoek naar de "typische mol-gebouwen"[150], wat ze doen door middel van "urban scouting" onder begeleiding van lokale locatiescouts, aangezien zij het land beter kennen. Dit betekent dat de locatiescouts ook bekend zijn met de "typische mol-gebouwen" in het land en hen daarnaartoe kunnen leiden. Door middel van nuanceverschillen in de beschrijvingen van de locaties (vervallen, verlaten, ruïne) en voorbeelden van eerdere seizoenen proberen de makers aan te geven waar ze naar op zoek zijn, want de locaties die de programmamakers zoeken zijn doorgaans niet de locaties die men tegenkomt in een reisgids.[151] Belangrijk is ook dat er een variatie in de locaties moet zitten, waarmee de makers bedoelen dat ze bijvoorbeeld niet 400 kerken als locatie willen.[152] Voor de opdrachten op de locaties geldt dat grofweg de helft bestaat uit vooraf bepaalde opdrachten en de andere helft uit locatie-specifieke opdrachten.[153] Tijdens de analyse van de afleveringen let ik niet alleen op

[148] WIDM, "S19A01: Ri(c)k," podcast audio.
[149] WIDM, "S19A03: (Ge)bouwen," podcast audio.
[150] WIDM, "S19A03: (Ge)bouwen," podcast audio.
[151] WIDM, "S19A03: (Ge)bouwen," podcast audio; WIDM, "S19A05: Bovenop," podcast audio.
[152] WIDM, "S19A03: (Ge)bouwen," podcast audio.
[153] McCullough, "S19A03: (Ge)bouwen," podcast.

welke locaties de programmamakers hebben uitgekozen, maar ook op de aard van deze locaties en hoe deze in beeld worden gebracht.

Stad versus platteland

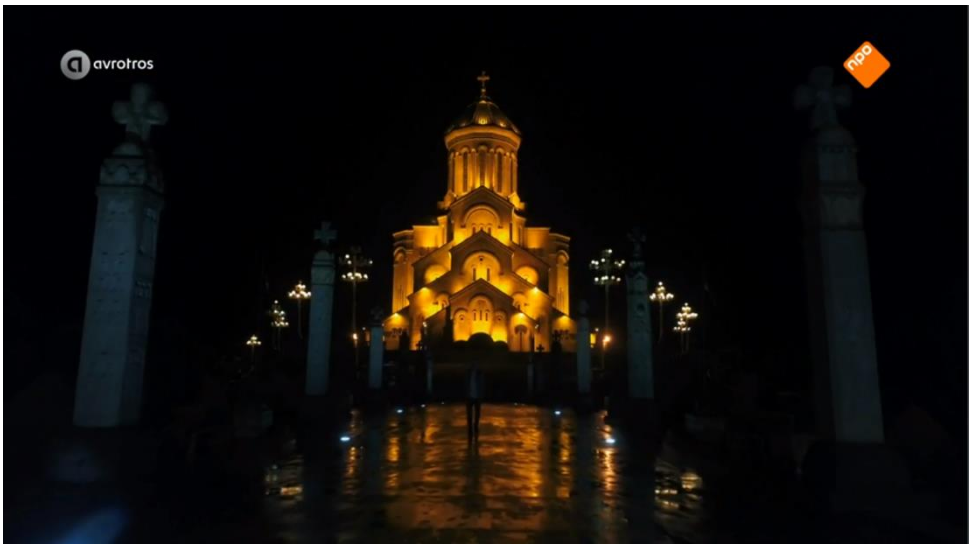
WIDM creëert en presenteert één overkoepelend narratief over Georgië, waarbij de spanning tussen traditie/verleden en moderniteit/vernieuwing centraal staat. Het seizoen kan worden onderverdeeld in twee delen, waarbij het eerste deel sterk de nadruk legt op de stad en het tweede deel zich voornamelijk focust op het platteland. In aflevering zes, als het seizoen halverwege is, vindt dit omslagpunt plaats. In de eerste aflevering begint WIDM met het schetsen van een herkenbare omgeving, namelijk de hoofdstad van Georgië: Tbilisi. De beelden tonen de variatie van een stad door bijvoorbeeld de christelijke gebouwen in de stad in beeld te brengen, evenals de hedendaagse architecturale constructies die duiden op modernisering. Er wordt echter in de eerste afleveringen ook al voorzichtig gewezen op een andere kant van Georgië, maar pas in aflevering zes, als het seizoen halverwege is, vindt er een duidelijk omslagpunt plaats. Vanaf dat moment slaat de focus om en concentreert WIDM zich op het in beeld brengen van het platteland in Georgië. Hier wordt het traditionele karakter van het land benadrukt, evenals de ouderdom van veel locaties en de invloed van de Sovjettijd die nog steeds zichtbaar is op het Georgische platteland.

In de eerste aflevering maken de kijkers pas vijf minuten voor het einde kennis met het land dat als speelveld dient voor het achttiende seizoen van WIDM: Georgië. De makers van het programma maken direct duidelijk dat de kandidaten zich nu bevinden in Tbilisi, Georgië door deze tekst in de montage toe te voegen (afb. 2).



Afbeelding 2 Het eerste (drone-)shot van Georgië (aflevering 1 – 00:56:52).

Daarnaast maakt ook het drone-shot zelf duidelijk dat de kandidaten zich in Georgië bevinden, namelijk door de wapperende Georgische vlag bovenop de glazen koepel van het presidentieel paleis. Een minuut later maakt Rooijakkers dit duidelijk door tegen de kandidaten te zeggen: “Goedenavond allemaal. Welkom in Tbilisi. Voor degene die geen idee hebben, de hoofdstad van Georgië.” Tevens zorgt het drone-shot van de stad ervoor dat de kijkers eerst een overzicht van Tbilisi en haar omgeving gepresenteerd krijgen, als een soort oriënterende blik. Vlak daarna zijn enkele shots van een verlichte kerk te zien, de Holy Trinity kathedraal (afb. 3). Deze kathedraal is de plek waar de kandidaten en Rooijakkers elkaar voor het eerst ontmoeten en is tevens een recentelijk gebouwde kerk (voltooid in 2004), wat doelt op de vernieuwende invloeden die zichtbaar zijn in de hoofdstad.



Afbeelding 3 Drone-shot van de Holy Trinity kathedraal in Tbilisi, Georgië (aflevering 1 – 00:57:23).



Afbeelding 4 Drone-shot van het History of Georgia monument, met Rooijakkers onderaan in het midden (aflevering 2 – 00:02:02).

De tweede aflevering zet de sfeer van het einde van de eerste aflevering voort en benadrukt het diverse karakter van Georgië. Aan het begin van de aflevering is Rooijakkers te zien met op de achtergrond het reusachtige History of Georgia monument (afb. 4), dat de geschiedenis van Georgië verbeeldt. Net als de Holy Trinity kathedraal is dit een recent bouwwerk, wat opnieuw duidt op de zichtbaarheid van vernieuwende invloeden. Opvallend is dat Rooijakkers zegt: “De rest [van de kandidaten] is nu eindelijk samen, in het land met misschien wel de meest gastvrije bevolking van het Europese continent: Georgië. Het speelveld van de Mol dit jaar.” Hiermee impliceert de presentator dat Georgië op het Europese continent ligt, terwijl het land zich geografisch gezien eigenlijk op het Euraziatische continent bevindt. De zogenaamde beauty-shots zetten Tbilisi neer als een grote, levendige, en moderne



Afbeelding 5 Navtlugi Bazar, de locatie van de eerste opdracht in Tbilisi (aflevering 2 – 00:08:48).



Afbeelding 6 Rustaveli Theatre, de locatie van de tweede opdracht in Tbilisi (aflevering 2 – 00:26:50).

stad. De kijkers zien beelden van grote gebouwen, kerken, en moderne architecturale bouwwerken. Mogelijk hebben de makers ervoor gekozen om de kijkers op deze manier kennis te laten maken met Georgië omdat het herkenbare beelden zijn voor de kijkers – in veel westerse (hoofd)steden zijn vergelijkbare invloeden zichtbaar. De eerste twee locaties van de opdrachten sluiten hier ook op aan: de markt Navtlugi Bazar (afb. 5) en het in Rococo-stijl gebouwde Rustaveli Theater (afb. 6). De markt geeft de bedrijvigheid van een grote stad weer, met veel shots van lokale mensen die over de markt lopen, eten nuttigen, en producten kopen. Het Rustaveli Theater is een voorbeeld van *high culture*, zowel wat betreft het interieur als de functie van het gebouw, iets dat voornamelijk geassocieerd wordt met westerse landen.[154] Met de locatie van de derde opdracht lijken de programmamakers alvast een voorproefje te willen geven van de andere kant van Georgië. De locatie is Mughanlo (afb. 7) en heeft wat weg van een Sovjetlocatie, maar dit wordt niet expliciet vermeld. De Lada die wordt gebruikt aan het eind van de opdracht kan worden gezien als een impliciete verwijzing naar het traditionele van Georgië, iets waar ik in een latere aflevering op terugkom. Het programma sluit af met een locatie in de grote stad Tbilisi, de National Library (afb. 8). Ondanks dat het een grote bibliotheek is, lijken de programmamakers ook hier een voorproefje te willen geven van de traditionele kant van het land. In veel shots van de bibliotheek wordt namelijk het kaartenbaksysteem getoond, een systeem van organiseren dat in westerse landen niet meer wordt gebruikt. Opvallend is dat hiermee



Afbeelding 7 Mughanlo, de locatie van de derde opdracht (aflevering 2 – 00:43:15).

[154] Arnold, *Culture and Anarchy*.



Afbeelding 8 National Library in Tbilisi, de locatie van de test en executie (aflevering 2 – 00:56:47).



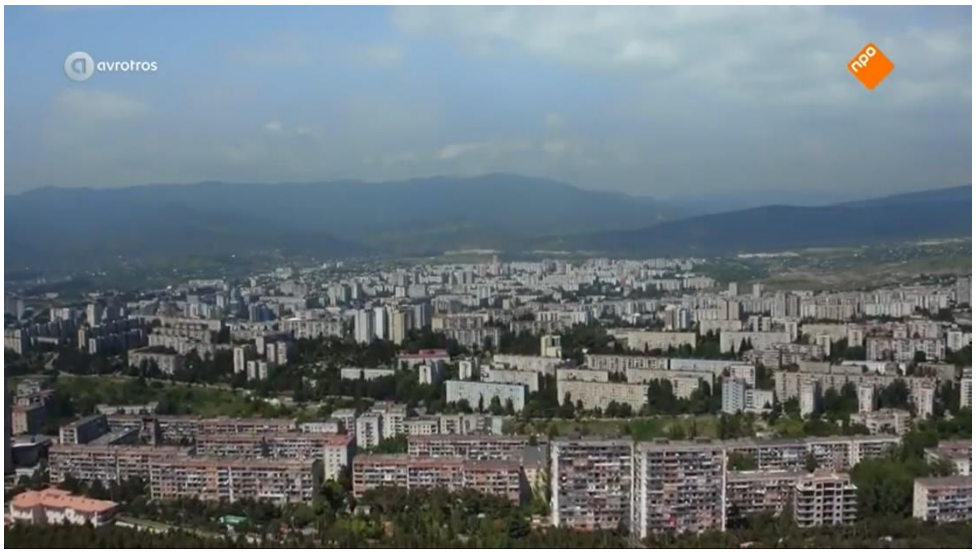
Afbeelding 9 Gergeti Trinity Church (Drievuldigheidskerk van Gergeti) in Stepantsminda, de locatie van de tweede opdracht (aflevering 3 – 00:21:30).

de indruk wordt gewekt dat de bibliotheek nog met dit ‘ouderwetse’ systeem werkt, terwijl ze in de realiteit net als westerse landen een gemoderniseerd en digitaal systeem hanteren.

In de derde aflevering maken de kandidaten een uitstapje naar “het machtige Kaukasusgebergte,” aldus Rooijakkers. Hiermee geven de programmamakers een voorproefje van wat Georgië nog meer te bieden heeft naast een grote stad met moderne invloeden. De locaties die in deze aflevering worden getoond maken allemaal deel uit van het platteland en zijn traditioneler van aard. Een voorbeeld hiervan is de Drievuldigheidskerk in Stepantsminda (afb. 9) die in de tweede opdracht als decor dient, een kerk die al een aantal eeuwen oud is. Ook aan het einde van de aflevering komt eenzelfde voorbeeld terug, wanneer de oude stenen kerk in het dorpje Sioni de

locatie is voor de test en executie. De combinatie tussen de oudheid van de kerken, de ligging ervan op het platteland, en het gebrek aan moderne invloeden duidt op een traditioneel karakter. Opmerkelijk is de uitspraak van kandidate Hay, die aan het begin van de aflevering verwijst naar de Amerikaanse serie *Game of Thrones* wanneer ze de locatie voor de eerste opdracht beschrijft: “Ik waande me echt midden in een soort *Game of Thrones* scène.” Het meest opvallende uit deze aflevering is echter de uitspraak van kandidaat Hein over het dorpje Stepantsminda, de locatie van de eerste opdracht: “Je moet je voorstellen, het is nog niet zo lang geleden dat paard en wagen hier zijn afgeschaft, terwijl je vast komt te staan tussen een kudde schapen, naast je staan een paard, mensen, een heel dorp zonder tanden waar je doorheen rijdt eigenlijk. Het is ook, mensen moeten zich nog een beetje aanpassen.” Met deze uitspraak, en vooral met de laatste zin, zet WIDM het dorpje Stepantsminda en haar inwoners neer als vasthoudend aan het traditionele karakter, alsof het dorp en haar inwoners niet met de tijd mee zijn gegaan. Dergelijke karakterschetsen van Georgië komen in latere afleveringen ook regelmatig naar voren.

Het begin van de vierde aflevering is een weerspiegeling van de opbouw van het gehele programma. De aflevering begint namelijk met beelden van de bedrijvige stad Tbilisi en van moderne en grote gebouwen die goed onderhouden zijn, maar gaat vervolgens over naar shots van een rustige straat met kleine huizen en winkels waarvan de muren zijn afgebladderd. Ook zijn hier duidelijke shots van *locals* opgenomen in de montage, terwijl in het centrum van de stad juist de massa wordt gefilmd. Door deze volgorde te hanteren lijkt Tbilisi eerst een moderne stad die vergelijkbaar is met westerse steden, maar uiteindelijk blijkt de stad ook een traditioneel karakter te bezitten. Het tonen van deze kant van Georgië blijft echter beperkt tot enkele shots, waarna de programmamakers weer overstappen naar het weergeven van de drukte van de binnenstad. Bij de daaropvolgende twee opdrachten blijft deze kant benadrukt, met eerst de drukte in het centrum en vervolgens de bedrijvigheid in het stadspark. Opvallend is de locatie voor de derde opdracht, namelijk het Sovjet District (afb. 10). De kijkers maken kennis met dit district door middel van een drone-shot waarbij eerst een klein strand aan een meer met daarachter veel groene bomen zichtbaar is, waarna de drone hoog over de bomen heen vliegt en er langzaam een zee aan hoge, grauwe flatgebouwen tevoorschijn komt. Dit is de eerste expliciete verwijzing naar het Sovjetverleden van Georgië, een deel van de geschiedenis dat door westerlingen veelal wordt gezien als een periode van stagnatie



Afbeelding 10 Sovjet District, de locatie van de derde opdracht (aflevering 4 – 00:38:47).

en achteruitgang.[155] Belangrijk is ook dat dit gelijk wordt weggezet als een minder mooie locatie dan de rest van de stad door de uitspraak van kandidaat Versteegh: “Tbilisi heeft een heleboel mooie kanten, we hebben er ook best al wat mogen zien. Het is een hele mooie stad, maar wij komen aan op een plek, ja, iets minder mooi. Het was gewoon een soort getto, een soort onafgebouwde flats. Gewoon, ja, de buitenring van de stad waar het minder mooi is.” Hieruit kan worden opgemaakt dat de moderne binnenstad meer in de smaak valt bij de kandidaten dan de traditionelere Sovjetwijk.

De vijfde aflevering begint opnieuw in de moderne en bedrijvige stad Tbilisi, waarmee de programmamakers de traditionele kant van Georgië voor even vergeten lijken te zijn. De locatie van de eerste opdracht is Tbilisi Circus, wat kan worden gezien als de moderne versie van een circus omdat het zich bevindt in een groot gebouw in plaats van in een circustent. Kandidate Haverkort maakt tevens een vergelijking met het Nederlandse Koninklijk Theater Carré. Tijdens de aflevering zelf worden veelvuldig kerken in beeld gebracht, wat opnieuw dient als een punt van herkenbaarheid in de stad. Na de eerste opdracht worden er ook verschillende moderne architecturale gebouwen en constructies gefilmd, waaronder de Peace Bridge (afb. 11), Tubular Building, Justice House, en het presidentieel paleis. De bedrijvigheid van de stad wordt opnieuw in beeld gebracht tijdens de tweede opdracht, als de kandidaten door de stad moeten ‘racen’. De locatie van de derde opdracht is, net als in de vorige aflevering, een voormalig Sovjetgebouw, wat ook vermeld wordt door Rooijakkers. Maar in tegenstelling tot het Sovjet District uit de vorige aflevering valt dit gebouw *wel* in de

[155] Burg, “Mental Maps,” 52.



Afbeelding 11 Peace Bridge, een modern architecturaal construct in Tbilisi (aflevering 5 – 00:19:39).



Afbeelding 12 Museum of Modern Art in Tbilisi, de locatie voor de test en executie (aflevering 5 – 00:50:30).

smaak bij de kandidaten: “We kwamen vandaag terecht bij een hele oude loods, hangar-achtige plek. Gigantisch gebouw en vervallen, hele vette oude industriële plek.” Toch keren de kandidaten voor de test en executie terug naar het centrum van Tbilisi, om specifiek te zijn naar het Museum of Modern Art (MoMA) (afb. 12). Het MoMA lijkt op een typisch modern westers kunstmuseum met schilderijen en sculpturen tegen egaal witte muren, wat in de literatuur ook wel de *white cube* wordt genoemd.[156]

De zesde aflevering kan worden gedefinieerd als het omslagpunt, waarbij de moderne en bedrijvige hoofdstad Tbilisi wordt ingeruild voor kleinere dorpen, natuurlijke omgevingen, en grote ouderwetse en verlaten gebouwen met een

[156] Giebelhausen, “Museum Architecture,” 233; O’Doherty, *Inside the White Cube*, 15.



Afbeelding 13 Twee van de drie Lada's die onderdeel uitmaakten van de tweede opdracht in het dorpje Sukchai (aflevering 6 – 00:33:13).

traditioneel karakter. De aflevering begint met veel shots van de groene, bergachtige natuur die Georgië rijk is, wat door kandidate Jensen omschreven wordt als een "prachtig landschap." De eerste locatie is een verlaten gebouw in Tskaltoebo, een dorp dat in de Sovjettijd "dankzij de heilzame bronnen een florerend dorp" was, aldus Rooijakkers. De verschillende beelden van het gebouw laten echter zien dat het gebouw er verlaten, oud en niet onderhouden uitziet. Ook de tweede locatie laat de niet-gemoderniseerde kant van Georgië zien. De locatie is Sukchai, een klein dorpje in het westen van Georgië. Tijdens deze opdracht gebruiken de kandidaten drie verschillende Lada's (afb. 13), een automerk dat veelal wordt gezien als een restant van de Sovjettijd en nog altijd veelvuldig wordt gebruikt in Oost-Europese landen.[157] Over het dorpje zegt kandidaat Hein: "We belandden vandaag in een uh, dorpje, heel erg mooi eigenlijk. Het was eigenlijk maar één straat met hobbels en keien en daaraan stonden van die beetje vervallen, maar wel hele mooie huizen, en het was heel erg gemoedelijk eigenlijk. Eigenlijk een heel erg fijn gemoedelijk Georgisch dorpje." Het beeld van een vervallen, klein dorpje wordt gedeeld door kandidate Jensen, die zegt: "En het was, denk ik, een klassiek Georgisch plattelandshuis met tamelijk oude meuk." Deze uitspraken bevestigen het 'ouderwetse' en 'onderontwikkelde' traditionele en dus niet-gemoderniseerde karakter van het dorp, wat tevens wordt gegeneraliseerd door te stellen dat dit een "klassiek Georgisch plattelandshuis" is. Even later in de aflevering worden de drone-shots van de groene bomen en berglandschappen afgewisseld met shots van paarden die door een weiland lopen en een drone-shot van een akker waar

[157] Hensen, "De Lada."

mensen aan het werk zijn, waarbij de akker wordt bewerkt met een traditionele ploeg die getrokken wordt door twee ossen. Wat volgt is de locatie voor de test, wat kandidate Weimans beschrijft als een gebouw dat haar doet denken aan de westerse serie *Battlestar Galactica*, alleen “deze versie was inmiddels een ruïne geworden.” Hieruit kan worden afgeleid dat de Georgische versie ondergeschikt is aan de moderne westerse versie. De laatste opdracht en executie vinden plaats in Medea Sanatorium (afb. 14), wat door kandidate Weimans wordt omschreven als “ook weer een fantastische oude ruïne, ook weer een oud badhuis uit de Sovjettijd.” Opvallend is dat Weimans hier wijst op het feit dat de locatie “weer” een gebouw uit de Sovjettijd is, wat impliceert dat de kandidaten zich ook bewust zijn van de restanten van de Sovjettijd die WIDM hen toont.



Afbeelding 14 Medea Sanatorium, de locatie van de derde opdracht (aflevering 6 – 00:43:59).



Afbeelding 15 Manor Sanatorium, de locatie van de eerste opdracht (aflevering 7 – 00:06:57).



Afbeelding 16 Een close-up van de reling van de Witte Brug in de stad Koetaisi (aflevering 7 – 00:23:37).

In aflevering zeven wordt het traditionele karakter van het plattelandsleven in Georgië voortgezet. Ook hier wordt een shot getoond van een traditionele ploeg die wordt getrokken door twee ossen, net zoals in de vorige aflevering. De eerste locatie is wederom een sanatorium uit de Sovjettijd (afb. 15), waarbij verschillende shots de slechte staat van het gebouw laten zien: de muren zijn ernstig versleten of deels vergaan, delen van het sanatorium zijn overwoekerd met planten, en de vloeren bevatten gaten en zijn bedekt met vuil en afgebrokkelde stukken muur. Het meest opvallende uit deze aflevering is echter de tweede opdracht, niet zozeer wat betreft locatie maar qua achterliggende gedachte van de opdracht en de uitspraken van Rooijakkers en de kandidaten. De opdracht vindt plaats in de stad Koetaisi, waarbij de Witte Brug (Tetri Bridge) centraal staat (afb. 16). Ter introductie van de opdracht zegt Rooijakkers tegen de kandidaten:

> “Jongens, Georgië is een land in wederopbouw, dat hebben jullie waarschijnlijk wel gemerkt. Overal waar je komt, uh, merk je dat mensen eindelijk in vrijheid leven na jaren van onderdrukking. Meer en meer monumenten worden gerestaureerd. Langzaam maar zeker krijgt het land zijn oude glorie terug. Dit, waar we nu lopen [over de brug], is een van de belangrijkste iconen van deze stad, van Koetaisi. De witte [brug] die het oosten van de stad [wijst] met het westen [wijst] verbindt. Het is op het nippertje gered van instorten, nu is hij voor een groot deel herstelt. Jullie gaan helpen om de oude glorie van deze brug weer terug te brengen. En dat doen jullie door die [wijst] en die [wijst] reling weer

> hagelwit te maken. […] Jullie moeten de bevolking van Koetaisi gaan mobiliseren om jullie te helpen verven."

Deze zinnen zitten vol met verwijzingen naar het traditionele karakter van Georgië. Ten eerste is er de opmerking dat Georgië een land in wederopbouw is, wat impliceert dat het land nog 'achterloopt' op westerse landen, maar het is tevens een verwijzing naar Georgië als voormalig deel van de Sovjet-Unie. Met de uitspraak dat de oude glorie van de Witte Brug wordt hersteld door de reling hagelwit te verven, wordt een westerse notie van schoonheid opgelegd.[158] De ideologie dat iets strak, egaal en wit moet zijn is namelijk een westerse gedachtegang die al ver voor de moderne tijd is ontstaan, zoals Philippe Jockey overtuigend betoogt in *Le mythe de la Grèce blanche, Histoire d'un rêve occidental*. Deze notie is bijvoorbeeld ook zichtbaar in westerse kunstmusea, evenals in het MoMA in Tbilisi.[159] Door de brug wit te verven probeert WIDM de stad als het ware te vernieuwen en te moderniseren. Daarnaast impliceert het gebruik van het woord 'mobiliseren' dat de lokale bevolking zelf niet in staat is om de brug te verven, maar dat ze hiervoor hulp nodig hebben van de kandidaten, ofwel westerlingen. Hieruit blijkt het traditionele karakter van Georgië, waar WIDM iets aan lijkt te willen veranderen door de brug wit te verven. Tussen opdracht twee en drie in wekt WIDM kort een Oosterse sfeer op. De makers doen dit door verschillende shots van kandidate Jensen weer te geven die aan het mediteren is, met op de achtergrond muziek die Oosters aan doet. Wat betreft Oosterse elementen blijft het hier bij deze aflevering bij, want in de derde opdracht komt het traditionele karakter van Georgië weer aan bod, namelijk door de oude, hoekvormige trein waarmee de kandidaten door de Georgische natuur van Bordzjomi naar Tsemi reizen. De vorm van de trein doet kandidaat Versteegh zelfs denken aan hoe "een kind een auto tekent." De test en executie vinden plaats in een klein huisje omringt door groene bomen, waarbij de afgebladderde muren wijzen op de minder goede staat van het huisje.

De achtste aflevering speelt zich af in Bordzjomi en omgeving, met veel drone-shots van de natuur. Voor de eerste opdracht reizen de kandidaten af naar Vardzia, een grotklooster met maar liefst dertien kerken (afb. 17). De locatie kan worden gezien als traditioneel omdat het geen doorsnee westers klooster is. Deze traditionele sfeer wordt versterkt door de zanggroepen die in een traditioneel uniform een polyfoon

[158] Jockey, "Le mythe de la Grèce blanche."
[159] Giebelhausen, "Museum Architecture," 233; O'Doherty, *Inside the White Cube*, 15.



Afbeelding 17 Vardzia, een grotklooster waar de kandidaten moeten luisteren naar polyfone zangoptredens van diverse zanggroepen (aflevering 8 – 00:06:52).



Afbeelding 18 Romanov Palace, de locatie van de test en executie (aflevering 8 – 00:53:47).

zangoptreden geven. Bij de uitleg van de derde opdracht wordt nogmaals het idee bevestigd dat WIDM Georgië beschouwt als een land dat behoort tot het continent Europa: “Goedemorgen. Dit is de Mktvari rivier en pasgeleden werd hier nog het Europees Kampioenschap raften gehouden.” Daarnaast lijkt het programma enkele Oosterse elementen in deze aflevering verwerkt te hebben, wat voortborduurt op het moment met Jensen in aflevering zeven. Aan het eind van de aflevering begeven de kandidaten zich namelijk naar Romanov Palace (afb. 18) voor de test en executie, waarbij het exterieur van het gebouw doet denken aan Oosterse architectuur. Er wordt echter niks expliciet vermeld over dergelijke invloeden. In de gehele aflevering worden geen vernieuwende of moderne elementen getoond.

De negende aflevering is de laatste aflevering die zich afspeelt in Georgië, wat betekent dat de beelden in deze aflevering tevens een laatste uitvoerige impressie geven van het land. Ook hier wordt het traditionele karakter voortgezet. De eerste opdracht vindt plaats in Abastumani Observatory, ofwel de Georgische sterrenwacht (afb. 19). Dit complex, bestaande uit verschillende gebouwen met telescopen, werd voorheen in het geheim gebruikt door de Sovjet-Unie, een verleden waar kandidaat Hein aan refereert wanneer hij door één van de gebouwen loopt en zegt: “back in the Soviet.” De tweede opdracht speelt zich af in en rondom het kleine dorpje Tabatskuri, gelegen aan het water en omringd door groene heuvels. Opnieuw keert de Lada terug, omdat de kandidaten individueel in een Lada Niva een route af moeten leggen (afb. 20). Het traditionele karakter komt tevens naar voren in de verschillende shots van de



Afbeelding 19 Abastumani Obsevatory, de locatie van de eerste opdracht (aflevering 9 – 00:05:09).



Afbeelding 20 Kandidate Gulsen in de Lada Jeep, rijdend door een heuvelachtig landschap met onverharde wegen (aflevering 9 – 00:24:21).

kandidaten die in hun jeep door het heuvelachtige landschap met onverharde wegen rijden. Kandidate Gulsen zegt hier het volgende over: “Mijn kleine Lada was zeker mijn beste vriend want de wegen waren niet echt heel erg gepolijst. Ik uh, moest door berggebieden, door halve uh, uh, rivieren leek het net zoveel plassen waren er.” De locatie van de derde opdracht en de test is Rabati Castle (afb. 21), een kasteel met Moorse invloeden, waardoor het exterieur Oosters aandoet. Opvallend is dat de aflevering eindigt met shots van de kandidaten die stuk voor stuk een luxe-uitziend hotel binnenlopen, wat opgevat kan worden als een modern element te midden van de traditionele plattelandsomgeving.



Afbeelding 21 De binnenplaats van Rabati Castle, de locatie voor de derde opdracht en de finaletest (aflevering 9 – 00:43:00).

De tourist gaze

Wanneer toeristen een (nieuwe) toeristische bestemming bezoeken, een plek met andere dagelijkse taferelen, landschappen en stadsgezichten, wordt er met belangstelling en nieuwsgierigheid naar de omgeving gekeken.[160] Toeristen kijken naar wat ze tegenkomen op hun bestemming, maar in het construeren en ontwikkelen van een dergelijke blik worden ze altijd gestuurd door ‘experts’, aldus Urry en Larsen.[161] De auteurs claimen dat het bestaan van een puur of onschuldig oog een mythe is omdat niet alleen de ideeën, vaardigheden, verlangens en verwachtingen een rol spelen in de manier waarop toeristen naar iets of iemand kijken, maar ook de sociale status, het geslacht, de nationaliteit, de leeftijd en de scholing van een individu

[160] Urry & Larsen, *The Tourist Gaze 3.0*, 1.
[161] Urry & Larsen, *The Tourist Gaze 3.0*, 1.

hiervoor bepalend zijn.[162] Deze *tourist gaze* zorgt ervoor dat toeristen fysieke vormen en materiële ruimtes gaan zien als 'interessant', 'goed', of 'mooi' – zonder deze 'lenzen' zou de 'schoonheid' die toeristen nu zien in natuur of steden heel anders zijn.[163]

Verschillende vertellingen

Ook WIDM draagt bij aan het construeren en ontwikkelen van een *tourist gaze*, wat in de afleveringen van het programma op twee verschillende manieren terugkomt. Wanneer WIDM afreist naar een bestemming, zijn ze altijd te gast in het land. Ondanks dat de programmamakers altijd de hulp inroepen van lokale locatiescouts en een lokale producer aanwijzen, blijft de manier waarop ze naar het land kijken door de lens van een toerist, wat maakt dat de manieren waarop ze het land vastleggen op beeld geworteld zijn in de *tourist gaze*. Belangrijk hierbij is dat WIDM niet alleen zelf de *tourist gaze* hanteert, maar deze blik ook oplegt aan de kijker van het programma. Maar dit is niet alleen het geval met de beelden, want ook de kandidaten en de presentator kijken met een "toeristische blik" naar het land van bestemming en projecteren dit vervolgens op de kijker. Er kan dus onderscheid worden gemaakt tussen een visuele en een tekstuele vertelling.

Visuele vertelling

WIDM werkt met een visuele vertelling, wat inhoudt dat het programma met de getoonde beelden een verhaal vertelt en overbrengt op de kijker. Bij de visuele vertelling lijkt WIDM een aantal punten duidelijk te willen maken. Ten eerste gaat het om het contrast tussen de veelal bedrijvige hoofdstad Tbilisi en het rustige platteland. In de hoofdstad Tbilisi worden er shots gemaakt waarbij te zien is dat de stad bedrijvig is, maar dit wordt alleen gefilmd vanaf een hoog standpunt – geen enkele keer wordt een grotere groep mensen in de stad gefilmd op ooghoogte. De hoeveelheid hoge shots die de massa in beeld brengt blijft echter beperkt tot een minimum, rustige straten met geparkeerde auto's zijn een vaker voorkomend beeld. De beauty-shots brengen opvallend weinig mensen in beeld zodra de afleveringen zich hoofdzakelijk in kleinere dorpen en steden in en nabij het platteland afspelen. Hiermee wekt WIDM de indruk dat Georgië een land is waar het nog niet wemelt van de toeristen, een land dat nog 'ontdekt' kan worden. Wanneer ze wel mensen in beeld brengen, zijn dit altijd

[162] Urry & Larsen, *The Tourist Gaze 3.0*, 1-2.
[163] Urry & Larsen, *The Tourist Gaze 3.0*, 2.

shots van *locals* die alleen zijn of in tweetallen. Een uitzondering op de regel zijn de opdrachten waarbij het draait om sociale cohesie, zoals de opdracht waarbij de kandidaten samen met de lokale bevolking de Witte Brug in de stad Koetaisi moeten verven. In deze opdrachten worden wel grotere groepen *locals* op ooghoogte gefilmd. Maar uit de beelden is alsnog op te maken dat Koetaisi (nog) geen stad is die wordt overlopen door toeristen, en waarbij beelden met zichtbare moderne invloeden ook tot een minimum beperkt zijn.

Daarnaast maakt ook de variatie in natuur onderdeel uit van de visuele vertelling. Bijna elke aflevering bevat drone-shots van het groene berglandschap, besneeuwde bergtoppen, dichtbegroeide bossen, groene weides met bloemen, of natuurverschijnselen zoals watervallen en rivieren. Dit sluit aan bij het overkoepelende narratief dat WIDM presenteert, want de natuurshots tonen aan dat er nog veel 'ongerepte' natuur vindbaar is in het land, waarbij geen enkele moderne invloeden waarneembaar zijn. De beelden laten bijvoorbeeld zien dat er op het platteland nog altijd een traditionele ploeg gebruikt wordt om het land te verbouwen in plaats van een modern systeem.

Er is echter nog een kant van de visuele vertelling waar aandacht aan moet worden besteed. Met het oog op de verschillende cameraperspectieven en de *tourist gaze* zijn er namelijk twee perspectieven in de visuele vertelling die grondig uitgelicht moeten worden: het panorama en de flaneur. Deze twee cameraperspectieven worden veelvuldig gehanteerd door de programmamakers en illustreren een manier van kijken vanuit het oogpunt van een toerist.

Het panorama

Urry en Larsen dragen in hun publicatie verschillende blikken aan waarmee toeristen een locatie kunnen bekijken, wat ook bepaalde verwachtingen met zich meebrengt.[164] Het panorama maakt geen deel uit van de toeristische blikken die de auteurs noemen. Dit komt door de definitie die Urry en Larsen hanteren: de *tourist gaze* is een manier van kijken naar een toeristische bestemming waarbij verschillende (massa)media bepaalde mythes en beelden van locaties naar voren brengen, wat resulteert in het creëren van een reeks aan verwachtingen over de bestemming bij toeristen.[165] Aan de hand van deze definitie kan het panorama niet geschaard worden onder de *tourist*

[164] Urry & Larsen, *The Tourist Gaze 3.0*, 19-20.
[165] Urry & Larsen, *The Tourist Gaze 3.0*, 3-5, 15.

gaze, want de kans is klein dat het panorama de reële blik van de toerist informeert. Ik vat de *tourist gaze* echter in bredere zin op, waardoor het panorama ook gezien kan worden als onderdeel zijnde van de *tourist gaze*. Naar mijn mening hoort het bij de *tourist gaze* namelijk ook te draaien om de *perspectieven* van waaruit toeristen naar de omgeving kunnen kijken, wat het geval is bij het panorama. Daarnaast wordt er met het panorama ook een verwachting van een locatie gecreëerd, wat ook het geval is bij de definitie van de *tourist gaze* die Urry en Larsen aandragen.

WIDM laat het panorama terugkomen in de drone-shots die ze maken van Georgië. Drone-shots van de omgeving komen in grote getalen terug in het achttiende seizoen van WIDM, zowel om impressies te geven van de steden en dorpen als van de Georgische natuur. WIDM gebruikt een drone-shot op deze manier in de laatste vijf minuten van de eerste aflevering, wat het eerste shot is dat de kijker van Georgië te zien krijgt. Dit eerste shot is een drone-shot dat een overzicht geeft van de hoofdstad Tbilisi en haar omgeving, waarbij een algemene impressie van de ligging van de stad wordt gegeven. Hierdoor raken de kijkers bekend met de bestemming waar WIDM zich dat seizoen afspeelt. In de tweede aflevering, waar Tbilisi tevens het speelveld is, bieden de drone-shots nog meer houvast voor het genereren van een impressie van de stad. De aflevering is namelijk overladen met drone-shots van de hoofdstad, voornamelijk in het begin. Ondanks dat de toerist het panorama niet exact op dezelfde wijze als in WIDM kan herbeleven, een aspect dat van groot belang wordt geacht[166], is het wel mogelijk om een vergelijkbare blik te reconstrueren op een toeristische bestemming. Vanaf een hoger gelegen punt heeft de toerist namelijk uitzicht over (een deel van) de omgeving, of dit nu van de stad of het platteland is. Dat uitzichtpunten populair zijn onder toeristen blijkt alleen al uit de populariteit van de vele panorama uitkijkpunten in grote toeristische steden zoals Parijs, Berlijn en Londen.

Een andere functie van het panorama wordt beschreven door de Franse literatuurcriticus Roland Barthes in zijn essay *De Eiffeltoren*: een panorama genereert controle. Om dit punt duidelijk te maken gebruikt Barthes de Eiffeltoren in Parijs als voorbeeld. Volgens de literatuurcriticus is de Eiffeltoren meer dan alleen een symbool van de Franse hoofdstad, de Toren speelde ook een belangrijke rol in de opkomst van een nieuwe, intellectuele wijze van waarnemen.[167] Het panorama geeft een nieuwe dimensie aan het kijken naar een stad, waarbij de stad zelf een soort natuur wordt: “de

[166] Urry & Larsen, *The Tourist Gaze 3.0*, 3-5, 21.
[167] Barthes, “De Eiffeltoren,” 62.

Toren verandert het gewriemel der mensen in een landschap, en voegt aan de stadsmythe, die vaak duister is, een romantische dimensie, een harmonie, een zekere lichtheid toe."[168] Dit is de natuur van de menselijke ruimte, want met een uitzicht over de stad kan men de mensheid tot zich nemen.[169] De panoramische blik voorziet de toerist van een vogelperspectief, waarbij ze de stad kunnen lezen.[170] Het is mogelijk om als het ware boven de werkelijkheid uit te stijgen en overzicht te creëren.[171] Barthes betoogt namelijk dat een toerist een panorama altijd poogt te ontcijferen door bekende plekken te herkennen en aan te wijzen.[172] Wanneer bekende gebouwen of monumenten niet direct gevonden worden, wordt de toerist gedwongen om verder te zoeken naar dat ene punt dat tot op dat moment aan zijn structuur ontbreekt.[173] Het herstructureren van kennis is volgens Barthes wat deze blik zo intellectueel maakt, want de manier waarop een toerist de elementen waarneemt is anders: de gebouwen en monumenten bevinden zich voor de neus van de toerist, maar zijn tegelijkertijd 'uitheems' doordat de toerist ze waarneemt met een andere, onbekende blik.[174] In WIDM nemen de programmamakers de kijker aan de hand door het tonen van de drone-shots, waarbij het lijkt alsof de kijker zelf op een uitkijkpunt staat om over de stad heen te kijken. De drone-shots hebben hiermee ook de functie van het scheppen van orde in de chaos, want de vele drone-shots die een uitzicht op de stad bieden zijn vergelijkbaar met het uitzicht dat toeristen vanaf de Eiffeltoren over Parijs hebben.

Maar een panorama wordt niet alleen gecreëerd door uitzicht over de stad vanaf een hooggelegen punt, een panoramabeeld kan ook op een andere wijze worden geïnterpreteerd. De toeristische literatuur koppelt het panorama namelijk ook aan het waarnemen van een omgeving via een autoruit. Cultuurhistoricus Wolfgang Schivelbusch beschreef deze manier van waarnemen aan de hand van een rijdende trein, maar het effect in een rijdende auto, zoals meermaals terugkomt in WIDM, is vergelijkbaar. Ook Urry en Larsen noemen deze manier van kijken naar een bestemming, wat ze de *spectatorial gaze* noemen.[175] Door de snelheid van het voertuig smelt de omgeving die zichtbaar is door het raam als het ware samen tot één

[168] Barthes, "De Eiffeltoren," 61.
[169] Barthes, "De Eiffeltoren," 61.
[170] Barthes, "De Eiffeltoren," 61.
[171] Barthes, "De Eiffeltoren," 61.
[172] Barthes, "De Eiffeltoren," 63.
[173] Barthes, "De Eiffeltoren," 63.
[174] Barthes, "De Eiffeltoren," 63.
[175] Urry & Larsen, *The Tourist Gaze 3.0*, 20.

beeld zonder diepte – een panorama.[176] De snelheid maakt het mogelijk om het geheel in één keer waar te nemen, om in één oogopslag een overzicht te krijgen van de omgeving.[177] Daarnaast is de afstand van belang, want hierdoor lijkt het voertuig een rijdend theater, waarbij de autoruit functioneert als een vierde wand. Deze manier van kijken stelt de reiziger in staat om enkel *datgeen* waar te nemen dat zichtbaar is door het raam, want door de snelheid bestaat de mogelijkheid niet om voortdurend alles van de omgeving te zien.[178] Eigenlijk is het een paradox, want beweging en stilstand bestaan hier naast elkaar.[179] Men zit namelijk stil terwijl ze tegelijkertijd door tijd en ruimte bewegen, zowel fysiek als visueel.[180] In WIDM komt deze manier van waarnemen verschillende malen terug wanneer de kandidaten in een busje naar hun volgende opdracht worden gebracht, zoals in aflevering negen wanneer kandidaten Versteegh, Hein, en Gulsen van Abastumani Observatory naar het dorpje Tabatskuri rijden. Het beeld toont een close-up met links in beeld het onscherpe gezicht van Versteegh en aan de rechterkant een autoruit waar doorheen de natuurlijke omgeving scherp zichtbaar is. Na een seconde wordt de focus van het beeld omgedraaid, waardoor het gezicht van Versteegh scherp wordt en de natuurlijke omgeving onscherp wordt. WIDM speelt hier met het panorama dat zichtbaar is door de autoruit, waarbij niet alleen de kijker het panorama kan zien maar er ook gefocust wordt op de kandidaat die naar het panoramabeeld kijkt. Door het contrast in scherptediepte wordt tevens de paradox tussen beweging en stilstand benadrukt.

De flaneur

WIDM maakt naast de drone-shots ook veel gebruik van shots op ooghoogte, waarbij de camera vaak horizontaal beweegt. Deze manier van filmen heeft wat weg van rondkijken, van een oriënterende blik. Het kan daarom ook omschreven worden als het perspectief van een flaneur. De term werd voor het eerst geïntroduceerd door de dichter Charles Baudelaire, die de flaneur beschrijft als een “gentlemen stroller” die enkel tot doel heeft om de stad te observeren.[181] De cultuurfilosoof Walter Benjamin werkte de notie van de flaneur verder uit, wat resulteerde in een definitie van de flaneur

[176] Schivelbusch, “Panoramic Travel,” 61-64.
[177] Schivelbusch, “Panoramic Travel,” 61; Urry & Larsen, *The Tourist Gaze 3.0*, 20.
[178] Schivelbusch, “Panoramic Travel,” 64.
[179] Kirby, *Parallel tracks*, 2.
[180] Kirby, *Parallel tracks*, 2.
[181] Mack, “The Flâneur, the Tourist and the City.”

als een persoon die doelloos zwierf door de straten van Parijs, alle indrukken die onderweg aan hem voorbijkwamen in acht nemend.[182] Door de jaren heen is de flaneur uitgegroeid tot een begrip dat gebruikt wordt om de hedendaagse manier van rondlopen door een stad te beschrijven, maar de betekenis van het begrip is in essentie onveranderd.[183] De flaneur wordt gezien als een representatief figuur uit de vroegmoderne periode, terwijl voor de huidige periode de toerist representatief lijkt te zijn.[184] In zekere zin kan de toerist worden beschouwd als een voorloper van de flaneur, want op hun nieuwe bestemming zoeken toeristen namelijk vaak naar een ervaring waarbij ze doelloos door de stad kunnen dwalen terwijl ze voortdurend blootgesteld worden aan nieuwe indrukken.[185] Beiden hanteren tevens dezelfde panoptische blik, waarbij het draait om zien en gezien worden.[186] Net zoals de flaneur wil de toerist zichzelf omringen met de massa, maar zich er tegelijkertijd van distantiëren: "to be […] in the crowd, but not of the crowd".[187] In elke aflevering van WIDM komt dit perspectief van de flaneur terug, waaronder in de tweede aflevering. De kandidaten bevinden zich hier op de Navtlugi Bazar in Tbilisi, waar voor aanvang van de opdracht diverse *locals* op ooghoogte in beeld worden gebracht. Doordat er af en toe mensen langs de camera lopen en de camera soms meebeweegt met een *local*, wordt de indruk gewekt dat de kijker zelf op de markt aan het rondkijken is. Dit kan worden gezien als het perspectief van een flaneur – of een toerist – vanwege het feit dat de camera als het ware over de markt dwaalt, voortdurend blootgesteld aan nieuwe indrukken. Daarnaast kijken enkele *locals* recht in de camera, waardoor tevens het idee van de panoptische blik (zien en gezien worden) terug te herkennen is. Met dergelijke shots op ooghoogte creëert WIDM dus een effect waarbij het erop lijkt alsof de kijker zelf de bestemming waarneemt en als het ware ronddwaalt.

Tekstuele vertelling

WIDM werkt daarnaast met een tekstuele vertelling, wat inhoudt dat het programma een verhaal vertelt door middel van de uitspraken van de kandidaten en de presentator. Belangrijk om op te merken is dat de soort informatie die de presentator en de kandidaten aan de kijker geven van elkaar verschilt: de presentator verstrekt

[182] Benjamin & Tiedemann, *The Arcades Project*.
[183] Tester, *The Flâneur*, 1; Featherstone, "*The Flâneur,*" 910.
[184] Gates, "Home and away," 80; Urry & Larsen, *The Tourist Gaze 3.0*, 5.
[185] Wearing, Stevenson & Young, *Tourist Cultures*, 6-8.
[186] Gates, "Home and away," 80.
[187] Gates, "Home and away," 107, 111.

veelal achtergrondinformatie over Georgië, en de kandidaten geven voornamelijk waardeoordelen over de locaties waar de opdrachten plaatsvinden en over de conditie waarin het land verkeerd. Op het eerste gezicht lijkt de tekstuele vertelling niet onder de *tourist gaze* te vallen zoals Urry en Larsen het concept definiëren, maar ik zal beargumenteren waarom ik van mening ben dat ook de tekstuele vertelling valt onder de *tourist gaze*. Zowel de kandidaten als de presentator zijn onbekend met Georgië, wat maakt dat ze hun verwachtingen van de bestemming allemaal baseren op hun eigen referentiekader. De kandidaten en presentator kijken hierdoor als het ware met een “toeristische blik” naar Georgië. De verschillende blikken waarmee zij naar het land kijken kunnen niet op exact dezelfde wijze worden getoond aan de kijker, maar de programmamakers lossen dit op door de uitspraken van de kandidaten en de presentator hiervoor te gebruiken. Dit maakt dat de *tourist gaze* ook zichtbaar is in de tekstuele vertelling van WIDM.

Door de afleveringen heen benadrukken zowel de presentator als de kandidaten de gastvrijheid van de Georgische bevolking die op het platteland leeft. Dit wordt al geïntroduceerd aan het begin van de tweede aflevering van WIDM, wanneer Rooijakkers expliciet zegt dat de Georgische bevolking zeer gastvrij is, “misschien wel de meest gastvrije bevolking van het Europese continent”. In diverse afleveringen doen de kandidaten uitspraken die aansluiten bij dit beeld, zoals in de opdracht waar de kandidaten samen met de inwoners van Koetaisi de Witte Brug hagelwit verven. Kandidate Gulsen zegt hierover namelijk: “Iedereen was heel lief. De lokale bevolking was onwijs welwillend.” Opvallend hierbij is dat de opdrachten waarbij de gastvrijheid van de bevolking naar voren komt allemaal plaatsvinden in kleinere dorpen en steden, en niet in de hoofdstad Tbilisi. Daar klaagden sommige kandidaten zelfs over hoe traag de mensen daar waren, zoals op de Navtlugi Bazar in aflevering twee.

De tekstuele vertelling benadrukt ook de natuur. Dit is een voorbeeld dat duidelijk weergeeft hoe de “toeristische blik” van de kandidaten ervoor zorgt dat de kijker op eenzelfde manier naar de Georgische natuur kan gaan kijken. Gedurende het hele seizoen wordt door de kandidaten namelijk benadrukt hoe mooi de natuur in Georgië wel niet is, met uitspraken zoals “een werkelijk oogverblindende locatie”, “een van de mooiste plekken die ik ooit heb gezien”, “prachtig landschap”, “wauw!”, “een adembenemend paradijs”, en “Wauw. Wat een plek, hè.” De opmerkingen van de kandidaten werken hierbij samen met de beelden die worden getoond. De uitspraken van de kandidaten functioneren namelijk veelal als achtergrondgeluid tijdens het tonen

van de vele drone-shots van de natuur, waardoor er meer kracht wordt gezet achter de boodschap dat de Georgische natuur mooi is.

De kandidaten doen ook regelmatig uitspraken over de staat waarin het land verkeert, waarmee ze wijzen op het traditionele karakter van het Georgische platteland. De meest opvallende uitspraak komt van kandidaat Hein in aflevering drie, waarin de kandidaten het dorpje Sukchai bezoeken en Hein wijst op het primitieve en traditionele karakter van het dorp. Dat dit in andere dorpen op het platteland ook het geval lijkt te zijn, blijkt uit een andere uitspraak van Hein in aflevering zes. Hierin noemt hij dat de wegen bestaan uit “hobbels en keien” en dat de huizen in “vervallen” toestand verkeren. Een ander voorbeeld is afkomstig van kandidate Gulsen, die in aflevering negen de wegen rondom het kleine dorpje Tabatskuri beschrijft als “niet heel erg gepolijst”. Hiermee wijst Gulsen op het feit dat de wegen niet zijn geasfalteerd, wat kan worden gezien als traditioneel, of in ieder geval zonder vernieuwende elementen.

Conclusie

Dit hoofdstuk heeft aangetoond dat WIDM in het achttiende seizoen één overkoepelend narratief presenteert over Georgië. In dit narratief zet WIDM het stedelijke karakter van Tbilisi, een stad met moderne elementen, tegenover de traditionele en oude dorpen op het platteland. Het programma koppelt dus de noties moderniteit en vernieuwing aan de stad, en traditie en verleden aan het platteland. In de opbouw van de afleveringen maakt WIDM hier een duidelijk onderscheid in: aflevering twee tot en met vijf representeren het moderne van de hoofdstad Tbilisi, en aflevering zes tot en met negen representeren het traditionele karakter van het Georgische platteland.

Onder Nederlanders bestaat geen duidelijk stereotiep beeld van Georgië, wat mogelijk verband houdt met het gebrek aan aandacht voor het land in de Nederlandse (massa)media.[188] In WIDM zetten de programmamakers een typisch beeld van Georgië neer door de tegenstelling tussen de moderne stad en het traditionele platteland te benadrukken. Dit zou aanzet kunnen geven tot een stereotyperend beeld, maar zoals de stereotypetheorie van Berg opmerkt is herhaling een belangrijk criterium om zowel een stereotype te creëren als in stand te houden. Alleen door een narratief

[188] Zie hiervoor “De casus” in de introductie en “Representatie en beeldvorming (in de media)” in hoofdstuk 1.

veelvuldig te herhalen wordt een beeld namelijk een representatie, iets dat kijkers associëren met de realiteit.[189] Om het narratief over Georgië zoals WIDM dit representeert uit te laten groeien tot een stereotyperend beeld zal er meer nodig zijn dan enkel de tien afleveringen van WIDM die zich afspelen in Georgië (waarvan slechts acht afleveringen een uitgebreid beeld van het land tonen).

In de visuele en tekstuele vertelling spreekt WIDM zich ook uit over de geografische en culturele positionering van Georgië. Opvallend hierbij is dat de tekstuele vertelling voornamelijk de geografische positionering van Georgië bespreekt, terwijl de visuele vertelling zich hoofdzakelijk inlaat met de culturele positionering van het land. Wat betreft de geografische positionering is de meest uitgesproken opmerking afkomstig van presentator Rooijakkers, die gelijk aan het begin van het seizoen stelt dat Georgië op het Europese continent ligt. De visuele vertelling lijkt zich voornamelijk te richten op het positioneren van Georgië als voormalig Sovjetstaat en het neerzetten van het land als deel van Oost-Europa, wat bijvoorbeeld blijkt uit de regelmatig terugkerende Lada. De programmamakers besteden in verhouding tot het neerzetten van Georgië als een ex-Sovjetstaat en Oost-Europees land zeer weinig aandacht aan zichtbare Aziatische of Oriëntalistische invloeden in Georgië.

[189] Berg, *Latino Images in Film*, 18-19.

HOOFDSTUK 3 Georgië volgens reisorganisaties

Dit hoofdstuk bespreekt de manieren waarop Georgië wordt gerepresenteerd op de websites van vijf Nederlandse reisorganisaties. Eerst wordt besproken hoe ik de inhoudsanalyse heb aangepakt, waarbij ik voortbouw op de methode zoals besproken in het eerste hoofdstuk. Wat volgt is een inhoudsanalyse van de websites, waarbij ik het overkoepelende narratief dat door de verschillende reisorganisaties naar voren wordt gebracht uitlicht. Vervolgens bespreek ik hoe de reisorganisaties twee soorten vertellingen (visueel en tekstueel) hanteren om dit narratief over te brengen op de potentiële toerist, wat onder de noemer *tourist gaze* kan worden geschaard vanwege de toeristische manieren van kijken die aan de potentiële toerist worden opgelegd (*circle of representation*, panorama en flaneur). Ter afsluiting betrek ik de bevindingen van mijn analyse op de stereotypetheorie zoals gepresenteerd in het eerste hoofdstuk en ga ik in op de manier waarop de reisorganisaties Georgië positioneren.

Manier van aanpak

Zoals reeds vermeld in het eerste hoofdstuk begint een inhoudsanalyse altijd met een specifieke hypothese. Mijn verwachting is dat de reisorganisaties aspecten van Georgië zullen uitlichten die het land Anders maken ten opzichte van Nederland, waarbij de teksten en afbeeldingen elkaar ondersteunen en tevens versterken. Reden voor deze verwachting is het gegeven dat reisorganisaties een land altijd zullen neerzetten als Anders, omdat het benadrukken van gelijkenissen kan worden ervaren als ‘saai’. In het geval van Georgië verwacht ik dat ze onder andere het minder moderne karakter van het land zullen benadrukken. Om deze hypothesen op juistheid te testen maak ik onderscheid tussen een tekstanalyse en een beeldanalyse. Belangrijk om te benadrukken is dat ik analyseer *hoe* de reisorganisaties Georgië neerzetten, en geen onderzoek doe naar de *juistheid* van deze representaties.

Voor de tekstanalyse richt ik mij op vijf verschillende aspecten. Ten eerste kijk ik naar de locaties die de reisorganisaties bezoeken tijdens de rondreis, waarbij mijn aandacht zowel uitgaat naar de dorpen en steden die tijdens de rondreis worden bezocht als de specifieke bezienswaardigheden die worden genoemd. Hierbij let ik ook op de reden die reisorganisaties geven om een bepaalde locatie op te nemen in hun reisschema: wat is de toegevoegde waarde van het bezoeken van deze plek? Ten

tweede besteed ik aandacht aan de aspecten die reisorganisaties typerend achten voor Georgië, wat verband houdt met het creëren van stereotypen. Het derde aspect waar de inhoudsanalyse zich op focust is de verhouding tussen stad en platteland. Ik verwacht namelijk dat de reisorganisaties Georgië representeren als een minder modern land, wat zich onder andere zou kunnen uiten in de beschrijvingen die op de websites worden gegeven van stad en platteland. Als vierde let ik op de rol van het Oriëntalistisch discours op de websites: zetten ze Georgië neer als Anders, en zo ja, hoe doen ze dat? Nauw verbonden met dit aspect is de manier waarop reisorganisaties de staat waarin het land verkeert beschrijven, evenals de ligging van Georgië (Europa, Azië, of ertussenin). Het vijfde aspect richt zich op de manieren waarop er wordt verwezen naar toeristische praktijken, zoals het gebruik van de fotocamera op vakantie of de manier waarop een locatie bekeken moet worden. Deze aspecten bestudeer ik afzonderlijk van elkaar tijdens de inhoudsanalyse (zie bijlage 3), maar voor het bespreken van de bevindingen kies ik ervoor om de aspecten met elkaar te verweven tot een geheel om herhaling te voorkomen.

Wanneer het aankomt op het analyseren van de afbeeldingen let ik op andere aspecten. Ten eerste let ik op zaken als bijschriften, wie of wat er op de afbeeldingen wordt weergegeven, en het standpunt vanwaar de foto is genomen. Zonder context heeft deze informatie echter geen grote toegevoegde waarde, reden waarom ik ook aandacht zal besteden aan de relatie tussen tekst en afbeelding. Dit doe ik door te kijken of de teksten en afbeeldingen hetzelfde benadrukken en elkaar dus versterken, of dat ze elkaar juist tegenspreken. Ook vergelijk ik de afbeeldingen van de reisorganisaties onderling met elkaar om te kijken of er overeenkomsten zitten in de onderwerpen die ze afbeelden, evenals de standpunten van de foto's. Aan deze bevindingen koppel ik concepten als de *circle of representation*, het panorama, en de flaneur, wat onderdeel uitmaakt van de overkoepelende *tourist gaze*.

Het selectieproces

In totaal zijn er zeventien Nederlandse reisorganisaties die reizen naar Georgië aanbieden. Veel van deze reisorganisaties bieden verschillende soorten reizen aan, variërend van een stedentrip naar de hoofdstad Tbilisi tot rondreizen van meerdere weken waar diverse landen worden bezocht. Om de inhoudsanalyse behapbaar te houden heb ik ervoor gekozen om de websites van vijf van de zeventien reisorganisaties te analyseren. Tevens heb ik ervoor gekozen om één reis per

reisorganisatie te kiezen, waarbij ik ook selectief te werk ben gegaan. Ten eerste was het van belang dat de rondreizen in de nabije toekomst plaatsvinden, omdat hiermee aan te tonen is dat de informatie op de website actueel is. Bij het selecteren heb ik er tevens op gelet dat het een meerdaagse rondreis door Georgië betreft, waarmee gecombineerde rondreizen door bijvoorbeeld Georgië en Armenië uitgesloten zijn. Ook was het van belang dat het om een rondreis zou gaan, aangezien een stedentrip naar Tbilisi geen accuraat beeld zou geven van hoe het hele land wordt gerepresenteerd. Het kiezen voor een rondreis lag ook voor de hand aangezien WIDM ook verschillende locaties door het land aandoet. Aangezien mijn onderzoek zich richt op Nederlandse toeristen heb ik ervoor gekozen om rondreizen te kiezen die zich op dit doelpubliek richten, waarbij het van belang was dat de reisinformatie in het Nederlands op de website wordt aangeboden. Een fly-drive rondreis is ook uitgesloten, omdat toeristen in dat geval op zichzelf zijn aangewezen in plaats van op een reisleider en/of reisgids(en). Tevens heb ik ervoor gekozen om een selectie samen te stellen die de variatie van het aanbod weerspiegelt en dus een indruk geeft van de verschillende soorten rondreizen die worden aangeboden naar Georgië. Hierbij heb ik voornamelijk gelet op het kiezen van verschillende doelgroepen, omdat reisorganisaties de informatie hier veelal op aanpassen. Als laatste vond ik het van belang om rondreizen te kiezen die een algemene indruk geven van Georgië, waarbij rondreizen die zich bijvoorbeeld enkel richten op wijn in Georgië zijn uitgesloten.

Deze criteria hebben geleid tot de selectie van de volgende vijf reisorganisaties: NRC Reizen, Koning Aap, Shoestring, Dim Sum Reizen, en Sovjet Reizen. Alle vijf de reisorganisaties hebben een andere doelgroep voor ogen, leggen de nadruk op andere aspecten, en hebben een ander doel. NRC Reizen biedt een academiereis van veertien dagen aan voor hoogopgeleiden. De rondreis wordt gepromoot door de nadruk te leggen op het feit dat er unieke sprekers zijn op locatie. NRC Reizen wil Nederlandse toeristen kennis laten maken met het ‘echte’ Georgië, wat gepoogd wordt te bereiken door hen veel in contact te brengen met lokale Georgiërs. Koning Aap richt zich op “fijnproevers die op zoek zijn naar een authentieke en bijzondere reiservaring.” De reisorganisatie vindt duurzaamheid belangrijk, wat te zien is aan het gegeven dat de reis 100% CO2 neutraal is en het lokale agentschap een duurzaamheids-certificering heeft. Volgens Koning Aap is de aangeboden zestiendaagse rondreis zeer

compleet en door deze te boeken “ga je écht op reis”.[190] Shoestring wil met een veertiendaagse rondreis actieve reizigers trekken, met in het bijzonder wandel- en natuurliefhebbers. Tijdens de rondreis worden namelijk veel kilometers te voet afgelegd omdat er veel (berg)wandelingen op het programma staan. De reisorganisatie heeft tot doel om toeristen kennis te laten maken met het authentieke, maar nog redelijk onbekende Georgië. De dertiendaagse rondreis die wordt aangeboden door Dim Sum Reizen richt zich speciaal op WIDM-kijkers, want tijdens deze reis kunnen Nederlandse toeristen de verschillende locaties bezoeken die als speelveld diende in het programma. Ze hebben dan ook tot doel om toeristen mee te nemen naar het Georgië zoals ze deze kennen uit WIDM. De reisorganisatie biedt reizen aan naar alle uithoeken van het Aziatische continenten en besteedt tevens veel aandacht aan duurzaamheid, zowel om de vliegreis te compenseren als door de lokale bevolking te betrekken in activiteiten. Als laatste maakt Sovjet Reizen deel uit van de selectie, een reisorganisatie die reizen aanbiedt naar landen van de voormalige Sovjet-Unie, Oost-Europa, Iran en Noord-Korea. Tijdens de tiendaagse rondreis worden Nederlandse toeristen meegenomen naar locaties van historische waarde, met in het bijzonder locaties waar restanten van het Sovjetregime nog zichtbaar zijn.

Stad versus platteland

Op de websites creëren en presenteren de reisorganisaties één overkoepelend narratief over Georgië, zij het met enkele onderlinge verschillen. In het narratief dat ze presenteren staat de spanning tussen traditie/verleden en moderniteit/vernieuwing centraal. Het gaat hierbij om de tegenstelling tussen het leven op het platteland en het leven in de stad, waarbij de reisorganisaties stellen dat het platteland een zuiver traditioneel karakter heeft, en er in de stad meerdere moderne en vernieuwende invloeden zichtbaar zijn. Deze tegenstelling komt bij de ene reisorganisatie sterker terug dan bij de ander. NRC Reizen en Dim Sum Reizen benadrukken de moderne kant van de stad, evenals het traditionele platteland. Daarentegen focust Koning Aap tijdens de gehele rondreis op het traditionele karakter van Georgië, zonder enige verwijzing naar moderne elementen. Shoestring en Sovjet Reizen zitten als het ware tussen deze twee polen in: eerstgenoemde benoemt de tegenstelling expliciet, maar focust in het reisschema enkel op niet-moderne bezienswaardigheden; laatst-

[190] Koning Aap, “Over Koning Aap. Écht op reis!.”

genoemde verwerkt de moderne kant van de stad op impliciete wijze in de bezienswaardigheden, terwijl de traditionele kant nadrukkelijk wordt benoemd.

Om te illustreren hoe de tegenstelling tussen stad en platteland terugkomt bij de reisorganisaties, begin ik bij de manier waarop steden worden gerepresenteerd. Ten eerste is er de hoofdstad van Georgië, Tbilisi, de stad waar elke reisorganisatie de rondreis laat beginnen. Opvallend is het verschil in de manier waarop de hoofdstad wordt gerepresenteerd. NRC Reizen en Dim Sum reizen zetten de hoofdstad neer als een stad waarin meerdere moderne elementen terug te vinden zijn, maar waar ook traditionele invloeden aanwezig zijn. Dit komt bijvoorbeeld terug in de locaties die deze reisorganisaties bezoeken in Tbilisi. NRC Reizen noemt op de eerste dag al hoe een futuristische brug de oevers van de rivier verbindt, “waarboven traditionele huizen met balkons vol houtsnijwerk zweven”, waaruit blijkt dat er naast moderne invloeden ook nog traditionele invloeden zichtbaar zijn in het straatbeeld. Op de tweede dag van de rondreis bezoekt de reisorganisatie ook “spectaculaire futuristische architectuur”. Dim Sum Reizen verdeelt het bezichtigen van het oude en moderne deel van Tbilisi over twee dagen, waarbij op de eerste dag het oude stadsdeel wordt verkend en op de tweede dag het moderne deel van de stad. De reisorganisatie geeft hierbij tevens aan dat het moderne deel “in scherp contrast” staat met de gebouwen uit het oude stadsdeel, wat duidt op een duidelijk waarneembaar verschil tussen modern en traditioneel in de verschillende stadsdelen. Shoestring benoemt bij de hoogtepunten van de rondreis de “mix van traditioneel en modern” die zichtbaar is in Tbilisi, maar in de dag-tot-dag beschrijvingen wordt er geen voorbeeld genoemd van moderne of futuristische bezienswaardigheden. Het tegenovergestelde is het geval bij reisorganisatie Sovjet Reizen, waarbij wel enkele moderne bezienswaardigheden op het programma staan, maar de moderne of vernieuwende invloeden niet expliciet worden benoemd. Daarentegen laat Koning Aap de moderne kant van Tbilisi geheel achterwege door het moderne karakter zowel niet te benoemen als geen enkele moderne of futuristische bezienswaardigheid te bezoeken.

De andere grote stad in Georgië waar volgens de reisorganisaties sprake is van enkele moderne invloeden is Batoemi, een stad die door drie van de vijf reisorganisaties wordt bezocht. NRC Reizen noemt hier de futuristische hotel- en kantoorwolkenkrabbers die om de oude stad van Batoemi heen zijn gebouwd. Daarnaast maakt een bezoek aan de futuristische Alfabettoren deel uit van de rondreis. Ook Sovjet Reizen bezoekt Batoemi, waarbij “de moderne gebouwen langs

de boulevard” worden bezocht. Toch ligt de nadruk bij Sovjet Reizen verder op het bezoeken van historische gebouwen in de badplaats. De derde reisorganisatie die Batoemi aandoet is Koning Aap, maar opvallend is dat ook in deze stad de moderne bezienswaardigheden niet worden benoemd, enkel de historische.

De reisorganisaties representeren het Georgische platteland als traditioneel, met een zeer schaarse hoeveelheid waarneembare moderne invloeden. Maar net als bij het beschrijven van de steden zijn hierin wel verschillen aan te wijzen tussen de reisorganisaties. De nadruk op de traditionele aard van het platteland is onder andere terug te zien in de locaties die de reisorganisaties bezoeken tijdens de rondreis, wat voornamelijk dorpen of kleine steden zijn die op en nabij het platteland liggen. Maar het is voornamelijk de informatie over deze locaties die de traditionele aard benadrukt. NRC Reizen en Koning Aap zijn het meest uitgesproken over het traditionele karakter van het Georgische platteland. NRC Reizen benoemt onder andere dat Georgië oude tradities nieuw leven inblaast en dat gastvrije nonnen vertellen over de levende tradities in het Poka klooster, terwijl Koning Aap wijst op de traditionele manier van het uitbrengen van een toast door een ‘tamada’. Een ander voorbeeld komt van Dim Sum Reizen, die het kleine stadje Tskaltubo aandoet. Hierover zegt de reisorganisatie dat het badhuis “ietwat van zijn charme heeft verloren” en dat het lijkt alsof “de tijd hier werkelijk stil” heeft gestaan. Het door platteland omringde stadje is volgens Dim Sum Reizen dus nog traditioneel. Een gelijksoortige opmerking is te vinden op de website van Koning Aap, waar de reisorganisatie noemt dat toeristen in de stad Bordzjomi de “vergane glorie” kunnen proeven. Gelijk daarachteraan noemt Koning Aap dat de stad her en der al herenhuizen heeft opgeknapt: de stad is dus in wederopbouw.

Maar het is voornamelijk de regio Svanetië die door de reisorganisaties wordt neergezet als traditioneel. NRC Reizen wijst op het traditionele karakter van de regio door de oorsprong van de techniek van goudwinning te noemen, die “nog steeds wordt gehanteerd”. Sovjet Reizen noemt de dorpen in Svanetië lieflijk en traditioneel, “waar de tijd echt is blijven stilstaan”. Ook Shoestring benadrukt het traditionele karakter van de regio door Svanetië te beschrijven als een regio waar het lijkt alsof de tijd er heeft stilgestaan. Volgens deze twee reisorganisaties heeft de regio dus vastgehouden aan tradities en zich niet verder ‘ontwikkeld’. Daarnaast benadrukt Shoestring het “authentieke” karakter van het platteland. Uit de context blijkt dat Shoestring hiermee bedoelt dat het Georgische platteland “nu nog redelijk onbekend is”. Doordat nog niet veel toeristen het land hebben bezocht, is de regio authentiek gebleven, ofwel

Svanetië is erin geslaagd om vast te blijven houden aan de traditionele cultuur met de “eeuwenoude tradities”. Koning Aap bezoekt verschillende dorpen in Svanetië, waarbij de dorpen op een vergelijkbare manier worden omschreven als bij Sovjet Reizen, namelijk als lieflijk en authentiek, en de bewoners als vasthoudend aan “hun oude tradities”. Daarnaast benadrukt Koning Aap het traditionele karakter door te vermelden dat de regio “eeuwenlang zeer moeilijk bereikbaar is geweest”, waardoor vreemde mogendheden geen tot weinig invloed hebben gehad. Hiermee benadrukt de reisorganisatie het traditionele karakter van Svanetië. Alleen Dim Sum Reizen noemt de regio Svanetië niet, vermoedelijk omdat WIDM niet in deze regio is geweest.

Hier en daar zijn er verwijzingen naar moderne elementen in dorpen en kleine steden op en nabij het platteland, maar hiervan zijn weinig voorbeelden. De reisorganisaties lijken zich vooral bezig te houden met het willen aantonen dat Georgië veel historische bezienswaardigheden heeft die sterk verband houden met tradities. NRC Reizen noemt op de website in de introductie dat Georgië “onmiskenbaar modern” is, maar draagt vervolgens enkel de hoofdstad Tbilisi aan als zijnde modern. Het platteland wordt hierbij dus buiten beschouwing gelaten. Daarna vervolgt de reisorganisatie met: “toch blijft de unieke cultuur van dit land gevat in tradities”, wat het beeld lijkt te zijn dat NRC Reizen van de rest van het platteland wil schetsen. De dag-tot-dag beschrijvingen lijken soms namelijk verwijzingen naar moderne elementen in het land te bevatten, zoals een bezoek aan het dorp Zemo Alvani, waar de reisorganisatie een ontmoeting heeft geregeld met een jonge wijnboer. Eerst wordt genoemd hoe spectaculair en exclusief de wijn is die aan kenners verspreid over de wereld wordt verkocht, maar vervolgens benoemt de reisorganisatie dat deze wijnboer het bewijs is dat “authenticiteit en traditie de beste start zijn voor een jonge ondernemer”, waarbij dus het traditionele karakter wordt benadrukt van iets dat ook zou kunnen worden beschouwd als modern. Belangrijk om te noemen is dat NRC Reizen tevens stelt dat het vasthouden aan traditionele culturele uitingen zoals de polyfone zang en de “gulle Kaukasische gastronomie” juist de moderniteit voedt, maar de andere reisorganisaties lijken dit argument niet te delen. Opvallend is dat Koning Aap, de reisorganisatie die in de steden geen enkele keer de moderne of vernieuwende invloeden benoemt, als een van de weinige een verwijzing maakt naar een modern element in Svanetië. De reisorganisatie noemt dat de regio recentelijk het Museum van Svanetië heeft gemoderniseerd, maar vermeldt hier tevens bij dat de collectie zeer traditioneel van aard is gezien het feit dat de regio nooit bereikt is door

vreemde mogendheden. Door een gemoderniseerd museum te bezoeken lijkt dit in eerste instantie een voorbeeld van het representeren van het museum als modern, maar het feit dat er een traditionele collectie wordt bezichtigd wijst opnieuw op het traditionele karakter van het platteland.

De tourist gaze

De fotocamera is al decennialang onderdeel van de vakanties van toeristen en is vandaag de dag voor veel toeristen onmisbaar.[191] Bij het promoten van de camera als standaarduitrusting voor de vakantie speelde Kodak een belangrijke rol, wat Urry en Larsen ook wel de 'Kodakisation' noemen.[192] Met slogans als 'Take a KODAK with you' en 'Vacation Days are KODAK DAYS' zorgde Kodak ervoor dat het nemen van foto's op de kaart werd gezet als *de* toeristische bezigheid voor elke vakantie.[193] Kodak promootte de camera als een onmisbaar object voor op vakantie, als een manier om ervaringen op vakantie vast te leggen die anders verloren zouden gaan.[194] De camera zorgde ervoor dat herinneringen niet verloren hoefden te gaan, want door de foto's konden vakanties altijd worden herbeleefd.[195] Een belangrijk aspect dat Kodak hierbij benadrukte is het belang om zelf foto's te maken, want alleen eigen foto's zijn uniek en bevatten een 'aura'.[196] Het gegeven dat de foto's vergelijkbaar zijn met die van andere toeristen deed er volgens Kodak niet toe – het ging erom dat de zelfgemaakte foto's van toeristen *hun* dierbaren afbeeldden en de wereld door *hun* ogen toonden.[197]

De camera heeft ervoor gezorgd dat toeristen de wereld door een lens ervaren, een lens die de wereld op een nieuwe manier toont en verbeeldt.[198] Dit 'fotografisch oog' is een nieuwe manier van kijken naar een toeristische bestemming en maakt daarmee onderdeel uit van de *tourist gaze*.[199] Urry en Larsen betogen dat foto's de blikken van toeristen 'organiseren' door de plekken die toeristen consumeren en herinneren te construeren en te mobiliseren.[200] Dit valt onder de *tourist gaze*, want reisorganisaties construeren met het bovengenoemde narratief de "blik van een

[191] Osborne, *Travelling Light*, 70; Urry & Larsen, *The Tourist Gaze 3.0*, 176.
[192] Urry & Larsen, *The Tourist Gaze 3.0*, 170.
[193] Urry & Larsen, *The Tourist Gaze 3.0*, 171.
[194] Urry & Larsen, *The Tourist Gaze 3.0*, 172.
[195] Urry & Larsen, *The Tourist Gaze 3.0*, 172.
[196] Urry & Larsen, *The Tourist Gaze 3.0*, 172.
[197] Urry & Larsen, *The Tourist Gaze 3.0*, 172.
[198] Urry & Larsen, *The Tourist Gaze 3.0*, 176-177.
[199] Urry & Larsen, *The Tourist Gaze 3.0*, 176-177.
[200] Urry & Larsen, *The Tourist Gaze 3.0*, 156.

toerist". Reisorganisaties investeren veel tijd en energie in de afbeeldingen waarmee ze een (rond)reis promoten, waaronder op websites.[201] Voor reisorganisaties is het van belang dat er afbeeldingen worden geselecteerd die het verlangen van de toerist *aanwakkeren* en niet het verlangen om de bestemming te bezoeken *vervangen*.[202] Met de afbeeldingen die reisorganisaties selecteren roepen ze daarnaast ook bepaalde verwachtingen op en construeren ze tevens de blik van de toerist.[203] Maar onderstaande paragrafen illustreren ook op welke manieren *teksten* worden ingezet door reisorganisaties om in te spelen op het verlangen van de toerist en het creëren van een reeks aan verwachtingen van een toeristische bestemming.

Verschillende vertellingen

De reisorganisaties hanteren op hun websites twee verschillende vertellingen om het narratief over te brengen, namelijk een visuele en een tekstuele vertelling. De visuele vertelling bespreekt eerst de *circle of representation* die zichtbaar is op de websites. Vervolgens worden de twee manieren van kijken uitgelicht die naar voren komen in de afbeeldingen. Uit de tekstanalyse blijkt dat meerdere typerende beelden van Georgië worden overgebracht door middel van de tekst op de websites. Maar reisorganisaties laten het hier niet bij, want in de tekst wordt namelijk ook ingespeeld op de manieren waarop locaties in Georgië bekeken kunnen worden.

Visuele vertelling

Volgens Urry en Larsen hebben commerciële afbeeldingen, zoals onder andere de afbeeldingen op de websites van reisorganisaties, een tweeledige rol.[204] Ten eerste produceren ze bij toeristen het verlangen om naar een bestemming af te reizen. Ten tweede creëren foto's een script en ensceneren ze bestemmingen, waarmee de auteurs bedoelen dat dergelijke foto's een beeld construeren van de toeristische bestemming.[205] Hierop is de term *imaginative geography* van Said van toepassing, wat verwijst naar "the ways in which other places, peoples, cultures, and landscapes are represented in discourse and action by another group".[206] Het oog wordt geprikkeld en

[201] Urry & Larsen, *The Tourist Gaze 3.0*, 156.
[202] Urry & Larsen, *The Tourist Gaze 3.0*, 173.
[203] Urry & Larsen, *The Tourist Gaze 3.0*, 156.
[204] Urry & Larsen, *The Tourist Gaze 3.0*, 173.
[205] Urry & Larsen, *The Tourist Gaze 3.0*, 173.
[206] Castree, Kitchin & Rogers, *A Dictionary of Human Geography*, 234.

verleid door de *imaginative geographies* die de afbeeldingen creëren: de afbeeldingen zijn theatraler, beter verlicht, scherper en gekleurder, en daarmee esthetisch aantrekkelijker dan ooit door het menselijk oog kan worden waargenomen.[207] Hierbij wordt ook selectief te werk gegaan, want om een *place-myth* in stand te houden worden bepaalde objecten bewust niet op beeld vastgelegd, of zelfs uit het beeld verwijderd met behulp van Photoshop, zoals objecten die een locatie in de tijd plaatsen (bijvoorbeeld voertuigen), dode bomen, stellages, en mensenmassa's. [208] De afbeeldingen zijn een mix van mijmering, realiteit en fictie, want *imaginative geographies* zijn zo geconstrueerd dat ze geloofwaardig zijn – ze zijn gebaseerd op overtuigingen van 'werkelijkheden', zoals herkenbare gebouwen.[209]

De reisorganisaties gebruiken meerdere afbeeldingen op hun websites, waarvan de meeste afbeeldingen te vinden zijn bij de dag-tot-dag beschrijvingen. Opvallend is het gebrek aan bijschriften bij de afbeeldingen – alleen NRC Reizen geeft bij enkele foto's een beschrijving. Het feit dat foto's die gebruikt worden voor commerciële doeleinden een bepaald beeld creëren van een bestemming blijkt ook uit de afbeeldingen op de websites van de geanalyseerde reisorganisaties. Ten eerste komt de romantische blik terug in woorden waarmee locaties worden beschreven, de bijschriften: pittoresk, uniek, schilderachtig en authentiek. Hiermee creëren de reisorganisaties het idee van tijdloze locaties, wat inhoudt dat de tekenen van moderniteit niet in acht worden genomen.[210] Zowel steden als landschappen worden op beeld vastgelegd op een manier waardoor het lijkt alsof de tijd stilstaat op de desbetreffende locatie, wat Urry & Larsen de "untouched chocolate-box vision" noemen. [211] De auteurs stellen dat alle moderne artefacten en modern-uitziende inwoners bewust uit commerciële afbeeldingen worden weggelaten of zelfs verwijderd.[212] Dit is in vrijwel alle afbeeldingen op de websites van de reisorganisaties zichtbaar – moderne elementen op de afbeeldingen zijn namelijk schaars. *Locals* worden volgens Urry & Larsen enkel afgebeeld met de functie om een bepaalde authenticiteit uit te stralen en om de afgebeelde scene op een romantische wijze tot leven te brengen.[213] Een voorbeeld hiervan is te vinden op de website van Koning Aap,

[207] Urry & Larsen, *The Tourist Gaze 3.0*, 174.
[208] Urry & Larsen, *The Tourist Gaze 3.0*, 174.
[209] Urry & Larsen, *The Tourist Gaze 3.0*, 176.
[210] Urry & Larsen, *The Tourist Gaze 3.0*, 174.
[211] Urry & Larsen, *The Tourist Gaze 3.0*, 175.
[212] Urry & Larsen, *The Tourist Gaze 3.0*, 175.
[213] Urry & Larsen, *The Tourist Gaze 3.0*, 175.



Afbeelding 22 Afbeelding op de website van reisorganisatie Koning Aap.



Afbeelding 23 Afbeelding op de website van reisorganisatie Koning Aap.

waarop een close-up foto te zien is van een oudere *local* (afb. 22), of de foto waarop een *local* in klederdracht in een kerk staat en een handeling uitvoert (afb. 23).

Maar naast de romantische blik hanteren de reisorganisaties ook een *collective gaze*, waarin toeristen bewust worden weergegeven. De afbeeldingen verbeelden in dit geval vaak individuele toeristen, wat de potentiële toerist in staat stelt om zich voor te stellen dat hij of zij *zelf* op die locatie zou kunnen staan.[214] De foto op de website van Shoestring, waar een toerist op haar rug in een grasveld met gele bloemen ligt

[214] Urry & Larsen, *The Tourist Gaze 3.0*, 175-176.



Afbeelding 24 Afbeelding op de website van reisorganisatie Shoestring.



Afbeelding 25 Afbeelding op de website van reisorganisatie Sovjet Reizen.

(afb. 24), is hier een goed voorbeeld van. Het kan ook dat commerciële afbeeldingen een grotere groep toeristen weergeven, maar dit is vaak in een duidelijk toeristische setting.[215] Neem bijvoorbeeld de afbeelding op de website van Sovjet Reizen, waar een groep toeristen al luisterend naar de reisgids de Holy Trinity kathedraal in Tbilisi aanschouwt (afb. 25). Een ander voorbeeld is een afbeelding op de website van Koning Aap, waarop een groep toeristen te zien is die samen aan een grote lange tafel zitten en eten (afb. 26). Hiermee geven de reisorganisaties het idee dat de groep toeristen die deelneemt aan de rondreis “one large happy family” is.[216]

[215] Urry & Larsen, *The Tourist Gaze 3.0*, 175.
[216] Urry & Larsen, *The Tourist Gaze 3.0*, 175.



Afbeelding 26 Afbeelding op de website van reisorganisatie Koning Aap.

Circle of representation

In *The Tourist Gaze 3.0* beargumenteren Urry en Larsen dat de *hermeneutic circle,* ofwel de *circle of representation*, bijna onlosmakelijk is verbonden met het kijken naar, en het fotograferen van, toeristische bestemmingen.[217] Het is het fenomeen waarbij toeristische foto's zowel de bestemmingsbeelden reflecteren als informeren.[218] Van groot belang is het ritueel van 'citeren' dat bij de *circle of representation* komt kijken.[219] Dit houdt in dat wanneer toeristen op vakantie gaan, ze naar een reeks fotografische beelden zoeken zoals ze deze onder andere kennen uit brochures, blogs, televisieprogramma's en van sociale media platforms, en deze vervolgens in vergelijkbare vorm reproduceren. Tijdens de vakantie gaan toeristen namelijk op zoek naar dit beeld dat ze eerder hebben gezien en leggen dit vervolgens voor zichzelf vast met hun eigen camera. Bij thuiskomst delen toeristen de zelfgemaakte foto's met vrienden en familie om aan te tonen dat ze echt op die locatie zijn geweest. Ze tonen dus hun eigen versie van de foto die ze kennen via andere (massa)media.[220]

Ook op de websites van de geanalyseerde reisorganisaties komt de *circle of representation* naar voren. De afbeeldingen tonen bijvoorbeeld de eenzijdigheid van de foto's van de Drievuldigheidskerk in Gergeti (ofwel Stepantsminda) (afb. 27). In dit geval werkt de *circle of representation* dan ook als volgt: toeristen zien foto's van de Drievuldigheidskerk op de websites van reisorganisaties als Shoestring en Dim Sum Reizen. Hierdoor worden zij, zij het bewust of onbewust, beïnvloedt. Wanneer zij afreizen naar Georgië en op deze locatie terechtkomen, maken zij eenzelfde foto als

[217] Urry & Larsen, *The Tourist Gaze 3.0*, 179.
[218] Jenkins, "Photography and travel brochures," 311, 319-320, 323-324.
[219] Urry & Larsen, *The Tourist Gaze 3.0*, 179.
[220] Urry & Larsen, *The Tourist Gaze 3.0*, 179.



Afbeelding 27 Afbeeldingen op de websites van de reisorganisaties. Linksboven: Shoestring en Koning Aap; rechtsboven: Dim Sum Reizen; onder: NRC Reizen.

dat ze eerder gezien hebben op de websites van de reisorganisaties. Vervolgens delen zij deze foto's met vrienden, familie en waarschijnlijk ook via sociale media platforms. Dit proces blijft zich herhalen.

Het panorama

Veel afbeeldingen op de websites van de reisorganisaties tonen een uitzicht op een omgeving. De foto's die een uitzicht over een stad weergeven zijn in de meerderheid, maar ook het afbeelden van een panoramabeeld van het berglandschap blijft niet achterwege op de websites van de reisorganisaties (afb. 28). Door het tonen van dergelijke panoramabeelden komt de toerist in aanraking met de essentie van de stad of natuur, de toerist kan door het panorama de afgebeelde omgeving doorgronden en 'proeven', aldus Barthes.[221]

[221] Barthes, "De Eiffeltoren," 61.



Afbeelding 28 Afbeeldingen op de websites van de reisorganisaties. Van links naar rechts en van boven naar beneden: Koning Aap, Koning Aap, Dim Sum Reizen, Dim Sum Reizen, Shoestring, Sovjet Reizen, NRC Reizen, NRC Reizen.

Wanneer het aankomt op het afbeelden van een panorama dat uitkijkt over (een gedeelte van) de stad, kiezen sommige reisorganisaties ervoor om niet de moderne invloeden in een stad te tonen. Een voorbeeld hiervan is de afbeelding van Koning Aap (afb. 28, linksboven), waarbij de hoofdstad Tbilisi vanuit een hoek is gefotografeerd waardoor er geen moderne gebouwen zichtbaar zijn op de foto. Dit in tegenstelling tot een afbeelding op de website van NRC Reizen, waarbij te midden van alle huizen en oudere gebouwen ook moderne gebouwen zichtbaar zijn. Dit sluit aan bij Urry en Larsen die stellen dat objecten die een locatie in de tijd plaatsen regelmatig weg worden gelaten uit commerciële afbeeldingen, wat ook het geval is bij de afbeelding op de website van reisorganisatie Koning Aap.[222]

Bij het afbeelden van een panorama van de natuurlijke omgeving richten de meeste reisorganisaties zich op het berglandschap, waarbij vaak ook een ander natuurlijk verschijnsel zoals een rivier zichtbaar is (afb. 28, links midden en linksonder). Ook hier worden vernieuwende invloeden niet getoond, wat volgens Urry en Larsen stimulerend werkt voor het pittoreske en sublieme karakter van een locatie.[223]

[222] Urry & Larsen, *The Tourist Gaze 3.0*, 174.
[223] Urry & Larsen, *The Tourist Gaze 3.0*, 174-175.

De flaneur

Het perspectief van de flaneur komt sterk naar voren in de afbeeldingen op de websites van de reisorganisaties. De meerderheid van de foto's is namelijk genomen op ooghoogte, wat de toerist in staat stelt om de omgeving te bekijken op dezelfde manier als een flaneur doet bij het ontdekken van een nieuwe locatie (afb. 29). Het is de ronddwalende blik van de flaneur die terugkomt in de foto's op de websites, de blik die op oriënterende wijze de omgeving in zich opneemt. In de afbeeldingen is dit niet alleen zichtbaar doordat de foto's op ooghoogte zijn gemaakt, maar ook omdat er foto's zijn waarbij de camera omhoog is gericht. In dergelijke foto's is deze ronddwalende blik zichtbaar, want hiermee wordt de indruk gewekt dat de camera functioneert als een oog of de "blik van een toerist".



Afbeelding 29 Afbeeldingen op de websites van de reisorganisaties. Van links naar rechts en van boven naar beneden: Koning Aap, Koning Aap, Koning Aap, Koning Aap, Dim Sum Reizen, Dim Sum Reizen, NRC Reizen, Shoestring, Shoestring.

Tekstuele vertelling

Urry en Larsen betogen dat commerciële afbeeldingen een bepaald beeld creëren van een bestemming, maar naar mijn mening hebben de teksten op de websites van de reisorganisaties een vergelijkbare functie. Met hun beschrijvingen creëren zij als het ware ook een *imaginative geography* – ze brengen een typerend beeld van Georgië naar voren en creëren bepaalde verwachtingen bij toeristen.

Het eerste aspect dat door de meeste reisorganisaties meerdere malen wordt benadrukt is de gastvrijheid en vriendelijkheid van de Georgische bevolking, voornamelijk in de kleinere steden of dorpen. In een stukje tekst van Ramsey Nasr op de website van NRC Reizen wordt bijvoorbeeld gesproken over het “volstrekt unieke en gastvrije volk”. Ook Koning Aap benadrukt de vriendelijkheid van het land in zijn geheel en wijdt zelfs een aparte sectie aan het beschrijven van de gastvrije cultuur in Georgië, waarin de reisorganisatie noemt dat “een gast een geschenk van God” is voor een Georgiër. Shoestring benoemt ook dezelfde gastvrijheid en vriendelijkheid van de bevolking, maar lijkt dit voornamelijk te koppelen aan de inwoners van de regio Svanetië, waar bezoekers “met de traditionele Svaneti vrijheid en diner” worden ontvangen. Ook Sovjet Reizen benadrukt specifiek de “bijzonder aardige dorpsbewoners” van Svanetië. Opvallend is dat Dim Sum Reizen de gastvrijheid en vriendelijkheid van de bevolking geen enkele keer laat vallen. Een mogelijke reden hiervoor is dat de nadruk bij Dim Sum Reizen sterk ligt op het benoemen van de locaties in relatie tot WIDM en niet zozeer op het ontmoeten van de lokale bevolking om het ‘echte’ Georgië te leren kennen, zoals dit voornamelijk het geval is bij de andere reisorganisaties.

De gastvrijheid en vriendelijkheid van de Georgische bevolking is nauw verbonden met de eetcultuur van het land, iets dat benadrukt wordt bij meerdere reisorganisaties. Het Georgische eten maakt bij enkele reisorganisaties een belangrijk deel uit van de activiteiten. Bij NRC Reizen dineren de toeristen op de tweede dag in een designrestaurant in Tbilisi, “waar de eigenaar en diens kinderen voor bijzondere gasten zingen en een twist van Georgische recepten en cuisine van de Zijderoute serveren”. Op de vierde dag dineren de toeristen bij een dorpeling en op de achtste dag wordt er geluncht met zelfgemaakte kazen, chocolade en jams in het Poka klooster. Maar de climax op het gebied van Georgisch eten voor toeristen die een reis bij NRC Reizen boeken vindt plaats op de dertiende dag in Batoemi, als afsluiter van de rondreis. ’s Avonds wordt er namelijk “een typisch Georgische supra” genuttigd, “een feestelijk diner”. Bij Koning Aap maakt het eten niet zozeer een groot onderdeel uit van de activiteiten van de reis, maar de reisorganisatie geeft wel veel achtergrond-informatie over de eetcultuur van het land. Ook hier wordt het belang van het supra genoemd. Daarnaast wordt de rijkelijk gedekte tafel en het uitgebreid tafelen benoemd, inclusief de verschillende hapjes en gerechten die onderdeel zijn van een Georgische maaltijd, zoals lobia, pkali, satsivi, tschakakbili, khinkali, khatsjapoeri, gozanikaki en

tsjoertskhela. Dim Sum Reizen refereert aan Georgië als een “bourgondisch” land, een land waar uitgebreid tafelen, toosten en wijn drinken centraal staan. Het laatstgenoemde aspect wordt ook benadrukt door Sovjet Reizen, Koning Aap en NRC Reizen. Sovjet Reizen, die tevens het bourgondische karakter van Georgië aanstipt, noemt Georgië namelijk “een wijnland bij uitstek,” en volgt met de verschillende wijnsoorten die het land produceert. Koning Aap specificeert de informatie door te noemen dat Kakhetië de wijnregio van Georgië is, waar “elk huishouden jaarlijks zo'n 5000 liter wijn voor eigen gebruik” produceert. Wijn-gerelateerde activiteiten zijn enkel te vinden bij NRC Reizen. Tijdens deze rondreis wordt namelijk een bezoek gebracht aan John Wurdeman III, een kunstenaar uit Amerika die al ruim 20 jaar in Georgië woont en daar een wijnmakerij runt. Ook bezoeken de toeristen een jonge wijnboer in het dorp Zemo Alvani, waar “de spectaculairste Kachetische, exclusieve wijn” wordt gemaakt, en de wijnkelder van het wijnhuis Marani.

Dim Sum Reizen benoemt dat de polyfone Georgische muziek onlosmakelijk verbonden is met de eettradities in het land. De reisorganisatie stelt een bezoek voor aan de “indrukwekkende zondagsmis van de Georgische orthodoxe kerk” in Mtskheta, “waarbij de zangkoren van hemelse schoonheid zijn”. Ook verwijst Dim Sum Reizen naar de achtste aflevering van WIDM, waarin de grottenstad Vardzia de locatie was waar de kandidaten konden “genieten van het prachtige gezang van de volkszangers in traditionele kostuums”. Net als bij de wijn maakt de polyfone zang bij NRC Reizen onderdeel deel uit van de activiteiten tijdens de rondreis. Het wordt geïntroduceerd in het stuk van Ramsey Nasr over Georgië, waarin hij zegt dat de eeuwenoude Georgische polyfonie “de mooiste meerstemmige muziek is” die hij kent. Deze polyfone muziek maakt deel uit van het diner in het designrestaurant op de tweede dag, de lunch die op de zesde dag plaatsvindt “onder het genot van polyfone a-capellazang”, en de lunch op de elfde dag van de rondreis. Bij de andere reisorganisaties komt de polyfone zang niet terug op de websites, zowel niet in de introducties als de dag-tot-dag beschrijvingen en de algemene informatie. Een mogelijke reden waarom het voornamelijk terugkomt in de rondreis van NRC Reizen is dat deze reis zich richt op toeristen die de cultuur van het land beter willen leren kennen, iets dat minder centraal staat bij de andere reisorganisaties.

Een ander kenmerk van Georgië dat door de reisorganisaties veel wordt benadrukt is het multiculturele karakter van het land. Dergelijke karakteriseringen van het land komen veelal terug in de introducties op het land, onder andere bij NRC

Reizen, waar wordt beschreven dat nergens “zo’n fascinerende mengeling van Azië, Rusland, Perzië, Byzantium, Arabië en Europa te vinden” is. Koning Aap benoemt ook dat er in Georgië verschillende soorten godsdiensten samenleven en ook Shoestring stipt het aan door te noemen dat “Georgië zowel West-Europese, Russische en Aziatische invloeden heeft”. Daarnaast benoemen verschillende reisorganisaties dat deze diversiteit aan culturen het best zichtbaar is in de hoofdstad van Georgië, Tbilisi, met name in de architectuur. NRC Reizen benoemt hoe de talloze invasies in de hoofdstad resulteerde in “een fascinerende mengelmoes van bouwstijlen”, waarbij middeleeuwse kerken naast “brutalistische” Sovjet-overblijfselen en moderne wolkenkrabbers staan. Shoestring benoemt ook deze diversiteit in bouwstijlen: “op een paar minuten loopafstand van elkaar vind je in Tbilisi onder andere een Georgisch Ort[h]odoxe-, Armeens Gregoriaanse- en Rooms-Katholieke kerk. Ook een synagoge, moskee en Zoro[-]astrische tempel passen in het straatbeeld”. Dim Sum Reizen verstrekt soortgelijke info door te vermelden dat de toeristen met een wandeling door Tbilisi Christelijke, Joodse, Islamitische en Zoro-astrische invloeden zien. Als laatste is er Sovjet Reizen, die noemt dat de “onstuimige maar zeer aangename mix van oost en west” in Tbilisi al vele bezoekers trekt sinds de oudheid. Door NRC Reizen wordt ook Batoemi beschreven als een stad waarin verschillende culturen en religies naast elkaar bestaan: “rond de oude Orta Dzjamemoskee heerst een Turkse sfeer, er zijn een in Moorse stijl opgetrokken synagoge, een Armeense, een katholieke en enkele orthodoxe kerken”. De andere reisorganisaties waarbij Batoemi deel is van de rondreis wijzen echter niet op het multiculturele karakter van Batoemi, maar gaan daarentegen in op de historische waarde en de stad als geliefde ‘zon-zee-strand’ bestemming.

Alle reisorganisaties wijzen ook op de lange en diverse geschiedenis van Georgië, wat inzicht geeft in de culturele positionering van Georgië. Dit is nauw verwant aan de verschillende invloeden zoals genoemd in de vorige alinea, maar dit onderwerp verdient een eigen alinea omdat er meer gaande is. Zo noemt NRC Reizen dat Georgië een oeroude beschaving is, want “ooit maakte het deel uit van de Hellenistische cultuur en al in 337 werd het een christelijke staat”. Dat Georgië een lange geschiedenis kent wordt ook benadrukt door Koning Aap, zij het in andere woorden. De reisorganisatie noemt bijvoorbeeld dat de toeristen staand op een hoge toren uit kunnen kijken “over vele ruïnes in de omgeving”, wat impliceert dat Georgië een dusdanig oud land is dat er ruïnes te zien zijn. Shoestring draagt een vergelijkbaar voorbeeld aan door te noemen dat het land eeuwenoude tradities heeft. Een ander voorbeeld is de aandacht

die wordt besteed aan het gegeven dat Georgië een ex-sovjet republiek is, iets dat bij alle vijf de reisorganisaties meermaals wordt benoemd. NRC Reizen noemt bijvoorbeeld dat er in het hele land “restanten van het communisme” te zien zijn en Koning Aap noemt specifiek het verleden van de stad Batoemi als “de belangrijkste ‘zon-zee-strand’ bestemming voor communistische jeugd”. Ook komt het Sovjet-verleden van Georgië naar voren doordat alle rondreizen de stad Gori aandoen, een stad die “de fameuze reputatie van geboortestad van Stalin” heeft. Dim Sum Reizen bezoekt tijdens de rondreis nog andere locaties met een Sovjetverleden, alleen worden deze op de website niet als dusdanig beschreven. Daarnaast doet Sovjet Reizen ook meerdere locaties met een Sovjetverleden aan, wat de naam van de reisorganisatie al weggeeft. Zo bezoeken ze onder andere een seminarium waar Jozef Stalin seminarist was en het museum van de Sovjetrepressie.

De reisorganisaties wijzen daarnaast ook allemaal op de natuur die Georgië rijk is, waarbij met name de bergachtige landschappen in de belangstelling lijken te staan. Aangezien Shoestring zich richt op wandel- en natuurliefhebbers, komt de waardering voor het Georgische landschap het sterkst voor bij deze reisorganisatie. De natuur behoort bij Shoestring zelfs tot de hoogtepunten van de reis: “wandelen, door de prachtige natuur en het ongerepte landschap van Georgië”. Veelvuldig noemt de reisorganisatie het Kaukasusgebergte en wat een prachtige en fantastische uitzichten de wandelingen tijdens de rondreis geven op deze bergketen. Shoestring benoemt daarnaast ook regelmatig de “besneeuwde bergtoppen” van de Kaukasus, waaronder bij de Drievuldigheidskerk in Gergeti. Het Kaukasusgebergte wordt ook door de andere reisorganisaties veelvuldig genoemd als zijnde imposant (Koning Aap), uitzonderlijk (Sovjet Reizen), en adembenemend (Dim Sum Reizen). Sovjet Reizen noemt het bijvoorbeeld onder andere in relatie tot de ligging van de hoofdstad Tbilisi, en Koning Aap benoemt hoe imposant de bergketen is. Daarnaast benoemen de reisorganisaties nog andere verschillende natuurlijke fenomenen die niet aanwezig zijn in het Nederlandse landschap, zoals gletsjers, valleien, diepe ravijnen en veelkleurige rotsen. Bij NRC Reizen is de natuur in Georgië meer een bijzaak – de natuur wordt voornamelijk genoemd wanneer de reisorganisatie beschrijft dat ze van de ene naar de andere locatie verplaatsen: “vervolg van de reis door de Goudjaani-vallei, omringd door Kaukasische bergen”. Hier is de natuur op zich dus geen locatie, maar maakt het onderdeel uit van de reis naar een andere locatie toe.

Het laatste aspect dat reisorganisaties toeschrijven aan Georgië is dat het een mythisch land is. Belangrijk om hierbij op te merken is dat dit vooral als kenmerkend voor Georgië wordt gezien door NRC Reizen, die de mythische kant van het land meerdere malen benoemt op hun website. In de introductie zegt de reisorganisatie het volgende in één van de eerste zinnen: “Georgië, land van de Griekse mythe van het Gulden Vlies van Jason en Medea”. In het stuk van Ramsey Nasr komt dit magische karakter ook meerdere malen terug. Zo noemt Nasr bijvoorbeeld dat het land een moderne voortzetting is van de magische wereld zoals deze is gepresenteerd in de verhalen over het Gulden Vlies en de tovenares Medea. Daarnaast bezoeken toeristen tijdens deze rondreis de regio Svanetië en de stad Batoemi, locaties die NRC Reizen op de website linkt aan mythes. Het mythische karakter van Georgië wordt ook wel benoemd door Dim Sum Reizen en Sovjet Reizen, maar dit gebeurt slechts eenmalig en vluchtig. De reden hiervoor lijkt dezelfde te zijn als de reden waarom NRC Reizen meer aandacht besteed aan polyfone muziek: de rondreis van NRC Reizen is bedoeld voor hoogopgeleiden die cultureel onderlegd zijn.

Maar de reisorganisaties doen in de beschrijvingen op de websites meer dan alleen een beeld creëren van Georgië. De reisorganisaties besteden onder meer aandacht aan het vastleggen van toeristische hotspots met een fotocamera, waarbij de *circle of representation* een rol speelt. Daarnaast dragen ze ook twee verschillende manieren van kijken aan, manieren waarop Georgië als toeristische bestemming volgens hen het beste kan worden ervaren en bekeken: door het land te aanschouwen vanaf een hoger gelegen punt (panorama) of vanuit het perspectief van een flaneur.

Circle of representation

Urry en Larsen bespreken in hun publicatie het fenomeen *circle of representation* enkel in relatie tot afbeeldingen, maar ik ben van mening dat dit ook gekoppeld kan worden aan teksten. Op de websites besteden de reisorganisaties overduidelijk aandacht aan het vastleggen van toeristische hotspots op beeld. In veel gevallen wordt het belang van de camera op de website beschreven. Zo noemt Koning Aap niet alleen dat het geboortehuis van Stalin in de stad Gori een interessante plek is voor een fotostop, maar ook het belang van foto’s en souvenirs om herinneringen van de rondreis levend te houden. Sovjet Reizen acht fotostops ook van belang, hierdoor worden toeristen namelijk in de gelegenheid gebracht om de mooie omgeving in zich op te nemen. Dit sluit aan bij Shoestring, die het fototoestel noemt in relatie tot het vastleggen van het

“natuurschoon” van de Okatse Canyon. Daarnaast noemt Shoestring zelfs meerdere malen het fotogenieke karakter van de Drievuldigheidskerk in Gergeti. De reisorganisatie maakt bij het beschrijven van deze locatie zelfs de verwijzing naar een bekend toeristisch fenomeen, de ansichtkaart: “met de besneeuwde toppen van de berg Kazbegi op de achtergrond lijkt het net alsof je naar een ansichtkaart kijkt.” Het feit dat Shoestring de Drievuldigheidskerk fotogeniek noemt en een verwijzing naar de ansichtkaart maakt, duidt op de *circle of representation*. Door de kerk fotogeniek te noemen worden toeristen namelijk aangespoord om er een foto van te maken, en de ansichtkaart valt onder de (massa)media die toeristen op het idee brengen om een soortgelijke foto te reproduceren voor zichzelf.

Het panorama

Uit de tekstanalyse blijkt dat de reisorganisaties het bekijken van Georgië vanaf een hoger gelegen punt een van de beste manieren vinden om een indruk te krijgen van het land. Hierbij benoemen ze de vele uitzichtpunten die in het land te vinden zijn en veelal gaat dit gepaard met wat er te zien is vanaf dat uitzichtpunt. Koning Aap en Sovjet Reizen nemen de toeristen tijdens de rondreis bijvoorbeeld mee naar Narikala Fort, want “vanaf de muren van het fort kun je genieten van een fantastisch panorama over de stad”, aldus Koning Aap. Volgens de reisorganisaties is dit een van de manieren om de hoofdstad Tbilisi te overzien. Maar veruit het meest genoemde uitzicht is een panorama waarbij de toeristen uitkijken over het berglandschap. Aangezien de rondreis van Shoestring veel bergwandelingen bevat, is dit het sterkst aanwezig bij deze reisorganisatie. Op dag vier noemt Shoestring bijvoorbeeld dat de toeristen zullen “genieten van een prachtig uitzicht op de berg Chaukhebi,” op de vijfde dag hebben ze “een fantastisch uitzicht op berg Kazbegi,” en op de twaalfde dag hebben ze “uitzicht op de hoge en lage Svaneti en verschillende indrukwekkende bergen”. Sovjet Reizen gaat zelfs nog een stap verder door te zeggen dat de adembenemende vergezichten ervoor zorgen “dat het voelt of u in een geheel andere wereld terechtgekomen bent”.

De flaneur

Een andere manier waardoor toeristen een indruk krijgen van Georgië is vanuit het perspectief van een flaneur. Een expliciet voorbeeld hiervan is afkomstig van de website van Koning Aap: “heerlijk slenteren over de boulevard langs het kilometers lange kiezelstrand, met her en der barretjes en restaurants”. Hier wijst de

reisorganisatie op het slenteren over de boulevard, wat vergelijkbaar is met het ronddwalen van de flaneur. Er zijn echter ook impliciete voorbeelden te vinden, zoals het vele wandelen wat bij elke reisorganisatie op het programma staat. Dit gebeurt bijvoorbeeld met een stadswandeling door de hoofdstad Tbilisi, of zoals NRC Reizen het noemt: “stadsoriëntatie”. In dit woord zit ook de oriënterende blik van de flaneur verwerkt. Een ander voorbeeld is te vinden op de website van Shoestring, die de toeristen op de eerste dag de vrijheid geeft om “op eigen gelegenheid Tbilisi [te] ontdekken” – toeristen krijgen zelf de gelegenheid om de stad door het oog van een flaneur te zien, ze kunnen zonder begeleiding van een reisgids door de stad dwalen.

Conclusie

Over het algemeen presenteren de reisorganisaties op hun websites één overkoepelend narratief over Georgië, waarbij de tegenstelling tussen stad en platteland centraal staat. Hierbij wordt de stad door de meeste reisorganisaties gerepresenteerd als modern en vernieuwend, maar wel met nog duidelijk zichtbare traditionele kenmerken. Het platteland daarentegen wordt gerepresenteerd als zijnde volledig traditioneel van aard, met in het bijzonder de regio Svanetië. Belangrijk is echter om op te merken dat dit narratief voortkomt uit het samenbrengen van de teksten en afbeeldingen van alle vijf de reisorganisaties. Nuanceverschillen zijn daarom in dit algemene beeld niet meegenomen, terwijl deze wel aanwezig zijn. Een mogelijke reden voor deze verschillen is de variatie in doelgroepen van de reisorganisaties, wat varieert van hoogopgeleide cultuurliefhebbers tot wandelaars.

Toch verschilt de manier waarop Georgië wordt neergezet niet drastisch per reisorganisatie, integendeel, het komt grotendeels overeen. De reisorganisaties lijken namelijk allemaal eenzelfde narratief te presenteren van het land, waarbij veel aspecten worden aangemerkt als typerend voor Georgië. Hiermee lijken de reisorganisaties een stereotiep beeld te creëren van het Euraziatische land, want doordat alle vijf de reisorganisaties eenzelfde narratief presenteren, wordt het narratief als het ware herhaald. Herhaling is belangrijk om een stereotiep beeld te creëren, zoals de stereotypetheorie van Berg uitlegt.[224] Daarnaast is het van belang om te benadrukken dat de reisorganisaties hun beeld van Georgië voornamelijk baseren op de positieve kwaliteiten van het land, of de kenmerken op een positieve manier

[224] Berg, *Latino Images in Film*, 18-19.

brengen. Dit is van belang omdat bij een stereotiep beeld vaak de negatieve kwaliteiten worden benadrukt.[225] Maar een belangrijk argument waarom dit narratief niet als een stereotyperend beeld kan worden gezien is omdat dit narratief niet rondcirculeert via verschillende soorten massamedia, maar enkel op de websites van reisorganisaties.[226] Zodra meerdere soorten media dit narratief overnemen en het tegelijkertijd blijven herhalen, zou het narratief uit kunnen groeien tot een stereotiep beeld van Georgië.

De reisorganisaties doen geen uitspraak over de geografische ligging van Georgië: geen enkele keer benoemen de reisorganisaties of ze Georgië zien als deel van Europa, Azië, of als deel van Eurazië. Daarentegen wijzen de reisorganisaties *wel* regelmatig op de culturele positionering van Georgië. Dit komt het meest duidelijk naar voren in de tekstuele vertelling, waar de reisorganisaties wijzen op het multiculturele karakter van het land en de daarbij behorende mengeling van Aziatische, Russische, Perzische, Byzantijnse, Arabische en Europese invloeden. Georgië wordt hier dus neergezet als een land dat beïnvloed is door diverse culturen. Ook het Sovjetverleden van Georgië blijft niet achterwege, waar de reisorganisaties op hun websites ook meerdere malen op wijzen. Wat betreft de culturele positionering van Georgië benadrukken de reisorganisaties dus zowel het (West-)Europese als het Sovjetkarakter en de Aziatische of Oriëntalistische invloeden.

[225] Berg, *Latino Images in Film*, 14.
[226] Berg, *Latino Images in Film*, 17-21.

CONCLUSIE

In deze scriptie is onderzocht op welke manieren Georgië wordt gerepresenteerd in de afleveringen van het achttiende seizoen van WIDM (2018) en op de websites van Nederlandse reisorganisaties. Zeer weinig hedendaagse massamedia besteden aandacht aan Georgië, met het resultaat dat Nederlanders geen duidelijk beeld hebben van het land. Ook om de geografische en culturele positionering is daarom veel discussie, een kwestie dat nauw verband houdt met *Othering*. Dit is waar WIDM en reisorganisaties in beeld komen, aangezien zij de enige media zijn die Georgië zowel visueel als tekstueel uitgebreid in beeld brengen. Hierdoor spelen beide een belangrijke rol in het creëren van een beeld van het land. Daarnaast is het vergelijken van WIDM en reisorganisaties interessant omdat beide media een ander doel voor ogen hebben. Zorgt dit contrast voor een verschil in de manier waarop Georgië wordt gerepresenteerd? En doen WIDM en reisorganisaties uitspraak over de geografische en culturele positionering van Georgië? De onderzoeksvraag luidde daarom:

Hoe komt het discours Oriëntalisme terug in de manieren waarop het achttiende seizoen van WIDM (2018) en hedendaagse Nederlandse reisorganisaties Georgië representeren als een toeristische bestemming?

Om de onderzoeksvraag te kunnen beantwoorden heeft deze scriptie twee methodes gehanteerd, waarbij de discoursanalyse zich richtte op de afleveringen van het achttiende seizoen van WIDM, en de inhoudsanalyse focuste op het analyseren van afbeeldingen en teksten op de websites van vijf Nederlandse reisorganisaties.

Beantwoording van de centrale vraag

De discoursanalyse in hoofdstuk twee en de inhoudsanalyse in hoofdstuk drie hebben uitgewezen dat WIDM en de reisorganisaties een vergelijkbaar narratief over Georgië presenteren. In steden is er volgens beide media over het algemeen wel sprake van moderne en vernieuwende invloeden, al is het traditionele karakter niet geheel te ontkennen. Volgens zowel WIDM als de reisorganisaties is het hele land namelijk geworteld in tradities, wat voornamelijk zichtbaar is in dorpen en kleine steden gelegen op of nabij het platteland. Dit narratief van Georgië wordt overgebracht door middel

van twee verschillende vertellingen, namelijk een tekstuele en visuele vertelling. Zowel WIDM als de reisorganisaties dragen hiermee als het ware manieren aan om naar Georgië te kijken, wat geschaard kan worden onder de *tourist gaze*. Dit komt onder andere terug door het panorama en de flaneur als perspectieven te noemen.

Er zijn echter wel enkele verschillen aan te wijzen in de manieren waarop WIDM Georgië representeert en de manieren waarop reisorganisaties dit doen. De manier waarop WIDM de stad representeert verschilt namelijk van de manier waarop de reisorganisaties dit doen. Op de websites van de reisorganisaties wordt het diverse karakter van steden in Georgië meermaals aangehaald, waaronder door in de teksten te noemen dat er verschillende culturele en historische invloeden in het straatbeeld van Tbilisi zichtbaar zijn. Opvallend is dat WIDM geen aandacht besteed aan het verbeelden van deze diversiteit, zowel niet op tekstueel als op visueel niveau. Ook de manier waarop het traditionele platteland door beide media wordt gerepresenteerd verschilt van elkaar. De reisorganisaties benadrukken dat de regio Svanetië het meest traditionele deel van Georgië is, een regio waar de tijd stil lijkt te hebben gestaan door de eeuwenlange moeilijke bereikbaarheid. Hierdoor zijn vreemde mogendheden niet in staat geweest om door te dringen tot deze regio, waarmee de reisorganisaties duiden op de authenticiteit en de 'echtheid' van Svanetië. Daarnaast benadrukken de reisorganisaties dat de enkele vernieuwende elementen die zichtbaar zijn in de dorpen op het platteland alsnog geworteld zijn in een cultuur met oude tradities. WIDM beschrijft het traditionele karakter van het platteland op een andere manier, want de regio Svanetië maakt bij het programma namelijk geen deel uit van de locaties voor de opdrachten. Bij WIDM tonen de beelden de vervallen en verlaten staat van veel huizen en andere gebouwen in dorpen en afgelegen gebieden, maar ook de kandidaten laten het traditionele karakter niet buiten beschouwing wanneer ze zich bevinden op een locatie op of nabij het platteland.

Zowel uit de discoursanalyse van de afleveringen van WIDM als uit de inhoudsanalyse van de websites van de vijf reisorganisaties bleek de *tourist gaze* op verschillende manieren duidelijk naar voren te komen. In beide media droeg zowel de visuele als de tekstuele vertelling verschillende manieren van kijken naar een bestemming aan, met in het bijzonder het panoramabeeld en het perspectief van een flaneur. Deze "toeristische blik" die in WIDM en door reisorganisaties wordt gehanteerd, zorgt ervoor dat (potentiële) toeristen een bepaald verwachtingspatroon vormen van Georgië als toeristische bestemming. Met deze verwachtingen zetten ze

het land op een bepaalde manier neer en bestempelen ze bepaalde aspecten als typerend zijnde voor Georgië: de variatie in natuur, de gastvrijheid van de bevolking, polyfone muziek, het multiculturele en historische karakter, het mythische karakter, en de bourgondische eetcultuur. Bij WIDM komen niet alle aspecten terug, zoals het multiculturele karakter, het mythische karakter en de bourgondische eetcultuur, waaruit kan worden opgemaakt dat de reisorganisaties een beeld van Georgië vormen waarin meer typerende kenmerken naar voren komen. Om deze typerende beelden ook als stereotyperende beelden te beschouwen is echter niet terecht. Een beeld van iets of iemand moet volgens de stereotypetheorie van Berg namelijk aan verschillende criteria voldoen alvorens het gezien kan worden als stereotyperend. De meeste criteria zijn niet van toepassing op de manieren waarop WIDM en reisorganisaties Georgië representeren: de informatie is niet ahistorisch, de kenmerken die toebedeeld worden aan Georgië zijn *wel* vatbaar voor verandering, en het narratief over het land wordt niet herhaald door verschillende (massa)media.

Uit de bevindingen van de analyses blijkt dus dat WIDM en reisorganisaties eenzelfde narratief presenteren over Georgië als toeristische bestemming, en de stereotypetheorie van Berg wijst uit dat het beeld dat beide media presenteren niet gezien kan worden als een stereotiep beeld. Maar betekent dit ook dat Georgië niet wordt gerepresenteerd als Anders? Om hier antwoord op te kunnen geven kan de manier waarop Georgië zichzelf representeert als toeristische bestemming niet genegeerd worden. Want als Georgië een vergelijkbaar beeld van zichzelf aan toeristen presenteert, kunnen de manieren waarop WIDM en de reisorganisaties Georgië representeren dan nog wel gezien worden als het verbeelden van een Ander? Met andere woorden: is er dan wel sprake van het discours Oriëntalisme? Via de website *Georgia Starts Here* is het mogelijk een beeld te krijgen van de manieren waarop Georgië zichzelf presenteert als toeristische bestemming. Verschillende aspecten van het land worden hier uitgelicht, waaronder de culturele diversiteit van het land, de Georgische gastvrijheid, de eetcultuur, de “breathtaking” natuur en de polyfone muziek.[227] De aspecten die benadrukt worden komen dus grotendeels overeen met de aspecten die WIDM en reisorganisaties als typerend achten. Maar kan de manier waarop WIDM en reisorganisaties Georgië neerzetten dan wel worden beschouwd als een representatie van een Ander? Volgens het discours Oriëntalisme

[227] Georgia Starts Here, “Homepage”; Georgia Starts Here, “Start Here.”

houdt het representeren van een Ander in dat Westerlingen een representatief beeld creëren en rondcirculeren van de Ander, waarbij een tegenstelling van Wij tegenover Zij de wereld in wordt gebracht. Maar in deze casus lijkt Georgië dit beeld *zelf* te hebben gecreëerd, en onder andere via deze website laten ze deze representatie rondcirculeren. Het is aannemelijk dat WIDM en de reisorganisaties deze representatie hebben gebruikt voor hun eigen representatie van Georgië, wat maakt dat er geen sprake is van Oriëntalisme.

Het is echter mogelijk dat er meer schuilgaat achter de manier waarop Georgië zichzelf representeert als toeristische bestemming. Georgië kan namelijk ook de beslissing hebben gemaakt om in te spelen op het beeld dat Westerlingen van het land en zijn inwoners hebben. In de toeristische industrie komt het vaker voor dat mensen of landen zich aanpassen aan het verwachtingspatroon van toeristen, en veelal bevatten deze verwachtingen ook culturele en/of racistische stereotyperingen.[228] Een voorbeeld hiervan is de Mursi stam in Ethiopië, die door omstandigheden economisch afhankelijk is van de toeristen die hen bezoeken.[229] Om zoveel mogelijk geld te verdienen aan toeristen laat de stam zich fotograferen met veel ornamenten, waaronder beschilderde lichamen en grote en gedecoreerde lipplaten.[230] Deze ornamenten zijn echter niet representatief voor de manier waarop de mannen, vrouwen, en kinderen van de Mursi stam zich normaal kleden en decoreren, maar zijn uitgekozen om te voldoen aan de verwachtingen van de (westerse) toeristen die de stam bezoeken.[231] Maar het blijft niet bij niet-representatieve ornamenten, want ook de activiteiten worden aangepast op de toeristen.[232] De activiteiten worden namelijk door de Mursi stam in scène gezet en zijn als het ware een theatrale reproductie van de traditionele activiteiten.[233] Een uitspraak van Maia Sidamonidze, hoofd van het Bureau van Toerisme in Georgië, wijst op een mogelijke soortgelijke situatie in Georgië. Tegen *Georgian Journal* zei ze namelijk dat toeristen niet naar Georgië komen om Europa te zien, en dat Georgië *die* aspecten moet blootleggen die toeristen aantrekkelijk vinden aan het land.[234] Deze uitspraak suggereert dat Georgië aan de

[228] Urry, "Tourism, culture and social inequality."
[229] Hallett, "The Truth about Tribal Tourism."
[230] Hallett, "The Truth about Tribal Tourism"; LaTosky, "Images of Mursi women," 130-141; Régi, "Tourism, leisure and work," 6-7.
[231] Hallett, "The Truth about Tribal Tourism"; LaTosky, "Images of Mursi women," 130-134.
[232] Régi, "Tourism, leisure and work," 6-7.
[233] Régi, "Tourism, leisure and work," 6-7.
[234] Patsuria, "Georgia changes its tourist image."

hand van de verwachtingen van toeristen een nieuw toeristisch imago heeft gecreëerd en dus net als de Mursi inspeelt op dat wat toeristen aantrekkelijk achten. Dit kan als het ware gezien worden als een variant op de *circle of representation*, waarbij, in plaats van de *toeristen*, de toeristische bestemming er *zelf* voor zorgt dat een bepaald beeld van een bestemming rond blijft circuleren. Als Georgië zijn representatie heeft aangepast aan het verwachtingspatroon van toeristen, dan is er naar mijn mening *wel* sprake van Oriëntalisme, zij het in een gecompliceerde vorm. De manier waarop Georgië zichzelf representeert is dan namelijk gebaseerd op de verwachtingen van (westerse) toeristen, die het land volgens Sidamonidze niet als Europees beschouwen. De toeristen verwachten andere invloeden te zien, waarin het idee van Wij tegenover Zij zichtbaar is: Wij zijn westerse toeristen en Zij zijn het land met zichtbaar andere invloeden. Dit komt ook naar voren in de representaties van WIDM en reisorganisaties, waar de verschillende invloeden in Georgië, die tevens inzicht geven in de culturele positionering van het land, uitvoerig terugkomen op visueel en tekstueel niveau. In dit geval is het discours Oriëntalisme dus terug te zien in WIDM en bij reisorganisaties doordat zij de manieren waarop Georgië zichzelf als toeristische bestemming representeert overnemen, een representatie die op zijn beurt weer gebaseerd is op de verwachtingen van (westerse) toeristen.

Tekortkomingen en verder onderzoek

Deze scriptie focuste enkel op de manieren waarop WIDM en reisorganisaties Georgië verbeelden als toeristische bestemming, maar niet op de manieren waarop Georgië *zichzelf* als een toeristische bestemming presenteert. In de conclusie is hiermee een begin gemaakt door de bevindingen van dit onderzoek te koppelen aan de website *Georgia Starts Here*, waar *locals* het land promoten als toeristische bestemming.[235] Het beeld dat Georgië via deze website van zichzelf presenteert is recentelijk gewijzigd. In 2011 kwam de Georgische regering namelijk tot de conclusie dat het toeristische imago van het land hervormd moest worden.[236] De toenmalige slogan "Europe Starts Here," bedacht door het reclamebureau Saatchi & Saatchi, zou volgens de regering te misleidend zijn voor potentiële toeristen.[237] Volgens de regering zouden

[235] Georgia Starts Here, "Homepage"; Georgia Starts Here, "Start Here."
[236] Patsuria, "Georgia changes its tourist image."
[237] Patsuria, "Georgia changes its tourist image."

toeristen niet naar Georgië komen om Europa te zien, want dat kunnen ze ook in Duitsland.[238] Om deze reden is de slogan veranderd naar "Georgia Starts Here," gelijk aan de naam van de website die gerund wordt door *locals*. In de nieuwe campagne richt Georgië zich op de factoren die het land 'uniek' maken: gastvrijheid, natuur en eetcultuur.[239] Georgië hanteert nu een "East meets West"-mentaliteit, en het lijkt toerisme te bevorderen.[240] Verder onderzoek zou zich kunnen richten op de evolutie van het toeristische imago in Georgië en de overgang van "Europe Starts Here" naar "Georgia Starts Here": waarom maakte Georgië de beslissing om zich op deze manier te representeren naar de buitenwereld toe, en wat heeft deze verandering hen opgeleverd?

Daarnaast is het WIDM-effect een potentieel onderwerp voor nader onderzoek. Dit fenomeen heb ik kort geïntroduceerd in de introductie, maar het is interessant om te bestuderen in hoeverre dit WIDM-effect bestaat en in welke vormen zich dit uit. Er wordt bijvoorbeeld beweerd dat de effecten van het programma het grootst zijn wanneer WIDM zich afspeelt op een relatief onbekende of onontdekte bestemming.[241] Hiermee wordt gesuggereerd dat WIDM een dusdanige invloed heeft op Nederlandse kijkers dat het programma ervoor kan zorgen dat het toerisme naar een onbekendere bestemming toeneemt. Een ander aspect dat ruimte biedt voor nader onderzoek is de reacties van meerdere reiswebsites en reisorganisaties op het WIDM-effect, wat zich onder andere uit in de promotie van WIDM-gerelateerde reizen naar en activiteiten in een land dat als bestemming heeft gediend in WIDM, zoals WIDM-tours. De invloed van WIDM op Nederlandse kijkers zou kunnen worden onderzocht door interviews af te nemen met Nederlandse toeristen die naar aanleiding van het populaire programma besloten af te reizen naar een dergelijke bestemming: ondernemen toeristen op locatie WIDM-gerelateerde activiteiten? Dient WIDM als houvast voor de locaties die toeristen tijdens de reis bezoeken? Of fungeert WIDM enkel als inspiratiebron om naar de bestemming in kwestie af te reizen? Dergelijke onderzoeken naar het WIDM-effect kunnen meer inzicht geven in de invloed die (massa)media op kijkers uitoefenen.

[238] Patsuria, "Georgia changes its tourist image."
[239] Patsuria, "Georgia changes its tourist image."
[240] Kucera, "Where Europe Begins, or Where It Ends?."
[241] Cheaptickets.nl, "Vliegreizen naar Georgië populairder dankzij Wie is de Mol."

BIBLIOGRAFIE

Literatuur

Antaki, Charles, Michael Billig, Derek Edwards & Jonathan Potter. “Discourse Analysis Means Doing Analysis: A Critique of Six Analytic Shortcomings.” *Discourse Analysis Online* 1, nr. 1 (2003): z.p. Geraadpleegd via https://extra.shu.ac.uk/daol/articles/open/2002/002/antaki2002002-paper.html#.

Arnold, Matthew & Stefan Collini (red). *Culture and Anarchy and Other Writings*. Cambridge: Cambridge University Press, 1993.

Ascherson, Neal. *Black Sea: The Birthplace of Civilisation and Barbarism*. Londen: Vintage Books, 2007.

Barthes, Roland. “De Eiffeltoren.” In: *Het werkelijkheidseffect*, 54-88. Brussel: Historische Uitgeverij, 2004.

Barton, Ruth. “The Ironic Gaze: Roots Tourism and Irish Heritage Cinema.” In: Paul Cooke & Rob Stone (red.), *Screening European Heritage: Creating and Consuming History on Film*, 163-179. Londen: Palgrave Macmillan, 2016.

Beeton, Sue. *Film-Induced Tourism*. Bristol: Channel View Publications, 2016.

Bell, Philip. “Content Analysis of Visual Images.” In: Theo van Leeuwen & Carey Jewitt, *The Handbook of Visual Analysis*, 10-34. Londen/California/New Delhi: Sage, 2004.

Benjamin, Walter & Rolf Tiedemann. *The Arcade Project*. Cambridge: Harvard University Press, 1982.

Berg, Charles Ramírez. *Latino Images in Film: Stereotypes, Subversion, Resistance.* Austin: University of Texas Press, 2002.

Bernstein, Matthew. “Introduction.” In: Matthew Bernstein & Gaylyn Studlar (red.), *Visions of the East: Orientalism in Film*, 1-18. Londen/New York: I.B. Tauris Publishers, 1997.

Bolan, Peter & Lindsay Williams. “The Role of Image in Service Promotion: Focusing on the Influence of Film on Consumer Choice within Tourism”, *International Journal of Consumer Studies* 32, nr. 4 (2008): 382-390. DOI: https://doi-org.ru.idm.oclc.org/10.1111/j.1470-6431.2008.00672.x.

Bordwell, David, Kristin Thompson & Jeff Smith. *Film Art: An Introduction*. New York: McGraw-Hill Education, 2017.

Brown, Desoto. *Hawaii recalls: Selling romance to America.* Honolulu: Editions Limited, 1982.

Buchmann, Anne, Kevin Moore & David Fisher. “EXPERIENCING FILM TOURISM: Authenticity & Fellowship.” In: *Annals of Tourism Research* 37, nr. 1 (2010): 229-248. DOI: https://doi.org/10.1016/j.annals.2009.09.005.

Buchmann, Anne. “Planning and Development in Film Tourism: Insights into the Experience of Lord of the Rings Film Guides.” In: *Tourism and Hospitality Planning & Development* 7, nr. 1 (2010): 77-84. DOI: https://doi.org/10.1080/14790530903522648.

Buruma, Ian & Avishai Margalit. *Occidentalism: The West in the Eyes of Its Enemies*. New York: The Penguin Press, 2004.

Busby, Graham & Julia Klug. “Movie-induced tourism: The challenge of measurement and other issues.” In: *Journal of Vacation Marketing* 7, nr. 4 (2001): 316-332.

Carrier, James G. (red). *Occidentalism: Images of the West*. Oxford: Oxford University Press, 1995.

Casey, Bernadette, Neil Casey, Ben Calvert, Liam French & Justin Lewis (red.). *Television Studies: The Key Concepts*. Londen: Routledge, 2008.

Castree, Noel, Rob Kitchin & Alisdair Rogers. *A Dictionary of Human Geography*. Oxford: Oxford University Press, 2013.

Connell, Joanne. “Toddlers, tourism and Tobermory: Destination marketing issues and TV-induced tourism.” In: *Tourism Management* 26, nr. 5 (2005): 749-755. DOI: https://doi.org/10.1016/j.tourman.2004.04.010.

Connell, Joanne. “What the story in Balamory? The impacts of a children’s TV programme on small tourism enterprises on the isle of Mull, Scotland.” In: *Journal of Sustainable Tourism* 13, nr. 3, (2005): 228-255. DOI: https://doi-org.ru.idm.oclc.org/10.1080/01434630508668555.

Devereux, Eoin. *Understanding the Media*, Londen: Sage, 2007.

Echtner, Charlotte & J.R. Brent Ritchie. “The Meaning and Measurement of Destination Image.” In: *The Journal of Tourism Studies* 2, nr. 2 (1991): 2-12. http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.89.3276&rep=rep1&type=pdf.

Featherstone, Mike. “The *Flâneur*, the City and Virtual Public Life.” In: *Urban Studies* 35, 5-6 (1998): 909-925.

Frost, Warick. “Braveheart-ed Ned Kelly: historic films, heritage tourism and destination image.” In: *Tourism Management* 27, nr. 2 (2006): 247-254. DOI: https://doi.org/10.1016/j.tourman.2004.09.006.

Frost, Warick. “Life Changing Experiences: Film and Tourists in the Australian Outback.” *Annals of Tourism Research* 37, nr. 3 (2010): 707-726. DOI: https://doi.org/10.1016/j.annals.010.01.001.

Gates, John S. “Home and away: The tourist, the flâneur and everyday life.” PhD diss., Edith Cowan University, 2002.

Giebelhausen, Michaela. “Museum Architecture: A Brief History.” In: *A Companion to Museum Studies*, geredigeerd door Sharon Macdonald, 223-244. Malden/Oxford: Blackwell Publishing, 2006.

Gray, Jonathan. “We’re Not in Portland Anymore: Lost and Its International Others.” In: Roberta Pearson (red.), *Reading Lost: Perspectives on a Hit Television Show*, 221-239. Londen/New York: I.B. Tauris Publishers, 2009.

Hall, Stuart. *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. Londen/ California/New Delhi: SAGE, 1997.

Hart, Philip. “Product Placement for Dummies.” In: *Marketing Magazine* 108, nr. 17 (2003): 23. http://search.ebscohost.com.ru.idm.oclc.org/login.aspx?direct=true&db=bth&AN=9892958&site=ehost-live.

Hensen, Chris. “De Lada: mislukt, maar onverzettelijk.” *NRC*. Gepubliceerd op 26 april 2012. Geraadpleegd op 21 mei 2019. https://www.nrc.nl/nieuws/2012/04/26/de-lada-mislukt-maar-onverzettelijk-12291890-a1341426.

Homer, Pamela Miles. “Product Placements: The Impact of Placement Type and Repetition on Attitude.” In: *Journal of Advertising* 38, nr. 3 (2009): 21-32. DOI: https://doi.org/10.2753/JOA0091-3367380302.

Hudson, Simon & J.R. Brent Ritchie. “Promoting Destinations via Film Tourism: An Empirical Identification of Supporting Marketing Initiatives.” In: *Journal of Travel Research* 44 (2006): 387-396. DOI: https://doi.org/10.1177/0047287506286720.

Huisman, Martijn. “Orientalism and the Spectacle of the Other. Japan and the Japanese in *Wie is de Mol?*.” Masterscriptie, Erasmus Universiteit Rotterdam, 2011.

Irwin, Robert. “Popular Culture, Orientalism, and Edward Said.” In: *Viewpoints. Orientalism’s Wake: The Ongoing Politics of a Polemic* 12 (2009): 6-9. http://www.la.utexas.edu/users/chenry/pmena/coursemats/2009/Orientalism.pdf.

Iwashita, Chieko. “Media representation of the UK as a destination for Japanese tourists: Popular culture and tourism.” In: *Tourist Studies* 6, nr. 1 (2006): 59-77. DOI: https://doi.org/10.1177/1468797606071477.

Jenkins, Olivia. “Photography and travel brochures: The circle of representation.” Tourism Geographies 5, nr. 3 (2003): 305-328, DOI: https://doi.org/10.1080/14616680309715.

Jenkins, Olivia. “Understanding and measuring tourist destination images.” In: *International Journal of Tourism Research* 1, nr. 1 (1999): 1-15. DOI: https://doi-org.ru.idm.oclc.org/10.1002/(SICI)1522-1970(199901/02)1:1<1::AID-JTR143>3.0.CO;2-L.

Jockey, Philippe. *Le mythe de la Grèce blanche. Histoire d’un rêve occidental*. Parijs: Éditions Belin, 2013.

Joppe, Marion, David Martin & Judith Waalen. “Toronto’s Image as a Destination: A Comparative Importance-Satisfaction Analysis by Origin of Visitors.” In: *Journal of Travel Research* 39, nr. 3 (2001): 252-260. DOI: https://doi.org/10.1177/004728750103900302.

Jørgensen, Marianne & Louise Phillips. *Discourse Analysis as Theory and Method*. Londen: Sage, 2002.

Karrh, James, Kathy Brittain McKee & Carol Pardun. “Practitioners’ Evolving Views on Product Placement Effectiveness.” In: *Journal of Advertising Research* 43, nr. 2 (2003): 138-149. DOI: https://doi.org/10.2501/JAR-43-2-138-149.

Kim, Hyounggon & Sarah Richardson. “Motion picture impacts on destination images.” In: *Annals of Tourism Research* 30, nr. 1 (2003): 216-237. DOI: https://doi.org/10.1016/S0160-7383(02)00062-2.

Kim, Sangkyun. “Audience involvement and film tourism experiences: Emotional places, emotional experiences.” In: *Tourism Management* 33, nr. 2 (2012): 387-396. DOI: https://doi.org/10.1016/j.tourman.2011.04.008.

Kirby, Lynne. *Parallel tracks: the railroad and silent cinema*. Durham: Duke University Press, 1997.

LaTosky, Shauna. “Images of Mursi women and the realities they reveal and conceal.” In: *Ethiopian Images of Self and Other*, geredigeerd door Felix Girke, 121-145. Halle an der Saale: Universitätsverlag Halle-Wittenberg, 2014.

Lee, Christina. “"Have Magic, Will Travel": Tourism and Harry Potter’s United (Magical) Kingdom.” In: *Tourist Studies* 12, nr. 1 (2012): 52-69. DOI: https://doi.org/10.1177/1468797612438438.

Li, ShiNa, Hengyun Li, Haiyan Song, Christine Lundberg & Shujie Shen. “The economic impact of on-screen tourism: The case of The Lord of the Rings and the Hobbit.” In: *Tourism Management* 60 (2017): 177-187. DOI: https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.11.023.

Lockman, Zachary. *Contending Visions of the Middle East. The History and Politics of Orientalism*. Cambridge: Cambridge University Press, 2010.

Macionis, Niki & Beverley Sparks. “Film-induced Tourism: An Incidental Experience.” In: *Tourism Review International* 13, nr. 2 (2009): 93-101. DOI: https://doi.org/10.3727/154427209789604598.

Mordue, Tom. “Performing and Directing Resident/Tourist Cultures in Heartbeat Country.” *Tourist Studies* 1, nr. 3 (2001): 233-252.

Nederveen Pieterse, Jan. *Globalization and Culture. Global Mélange*. Lanham: Rowman & Littlefield Publishers, 2009.

O’Doherty, Brian. *Inside the White Cube: The Ideology of the Gallery Space.* Expanded edition. Berkeley/Los Angeles/Londen: California University Press, 1999.

Orgad, Shani. *Media Representation and the Global Imagination*. Cambridge/Malden: Polity Press, 2012.

Osborne, Peter. *Travelling Light: Photography, Travel and Visual Culture*. Manchester: Manchester University Press, 2000.

Perry, Michael, Dov Izraeli & Arnon Perry. “Image change as a result of advertising.” In: *Journal of Advertising Research* 16, nr. 1 (1976): 45-50.

Phillips, Louise. “Doing discourse analysis. A brief introduction to the field.” In: Nico Carpentier et. al. (red.), *Media Technologies and Democracy in an Enlarged Europe,* 285-294.

Pike, Steven & Chris Ryan. “Destination Positioning Analysis through a Comparison of Cognitive, Affective, and Conative Perceptions.” In: *Journal of Travel Research* 42, nr. 4 (2004): 333-342. DOI: https://doi.org/10.1177/0047287504263029.

Postman, Neil. *Amusing Ourselves to Death: Public Discourse in the Age of Show Business*. New York: Viking, 1985.

Reyes, Luis. *Made in paradise: Hollywood’s films of Hawaii and the South Seas*. Honolulu: Mutual Publishing, 1995.

Régi, Tamás. “Tourism, leisure and work in an east African pastoral society.” In: *Anthropology Today 28*, nr. 5 (2012): 3-7. DOI: https://doi.org/10.1111/j.1467-8322.2012.00895.x.

Riley, Roger & Carlton van Doren. “Movies as tourism promotion: A ‘pull’ factor in a ‘push’ location.” In: *Tourism Management* 13, nr. 3 (1992): 267-274. DOI: https://doi.org/10.1016/0261-5177(92)90098-R.

Riley, Roger, Dwayne Baker & Carlton van Doren. “Movie induced tourism.” In: *Annals of Tourism Research* 25, nr. 4 (1998): 919-935. DOI: https://doi.org/10.1016/S0160-7383(98)00045-0.

Rodríguez Campo, Lorena, José Antonio Fraiz Brea & Diego Rodríguez-Toubes Muñiz, “Tourist destination image formed by the cinema: Barcelona positioning through the feature film Vicky Cristina Barcelona.” In: *European Journal of Tourism, Hospitality and Recreation* 2, nr. 1 (2011): 137-154. http://hdl.handle.net/10400.8/447.

Roesch, Stefan. *The experiences of film location tourists*. Bristol/Buffalo: Channel View Publications, 2009.

Rothman, Hal (red.). *The culture of tourism, the tourism of culture.* Albuquerque: University of New Mexico Press, 2003.

Schivelbusch, Wolfgang. “Panoramic Travel.” In: *The Age of the Railway: The Industrialization of Time and Space,* 52-69. Berkeley: California University Press, 1979.

Silverstone, Roger. *Media and Morality: On the rise of the Mediapolis*. Cambridge: Polity Press, 2007.

Singh, Kamal & Gary Best. “Film-Induced Tourism: Motivations of Visitors to the Hobbiton Movie Set as Featured in The Lord Of The Rings.” In: Warick Frost, Glen Croy & Sue Beeton (red.), 98-111. *International Tourism and Media Conference*

Proceedings. 24th-26th November 2004. Melbourne: Tourism Research Unit, Monash University.

Smith, Philippa & Bell, Allan. “Unraveling the Web of Discourse Analysis.” In: Eoin Devereux (red.), *Understanding the Media*, 78-100. Londen: Sage, 2007.

Tessitore, Tina, Mario Pandelaere & Anneleen Van Kerckhove. “The Amazing Race to India: Prominence in reality television affects destination image and travel intentions.” In: *Tourism Management* 42, (2014): 3-12. DOI: http://dx.doi.org/10.1016/j.tourman.2013.10.001.

Tester, Keith (red). *The Flâneur*. Londen/New York: Routledge, 1994.
Tooke, Nichola & Michael Baker. “Seeing is believing: the effect of film on visitor numbers to screened locations.” In: *Tourism Management* 17, nr. 2 (1996): 87-94. DOI: https://doi.org/10.1016/0261-5177(95)00111-5.

Turner, Bryan Stanley. “Re-reading Said: Late Thoughts.” In: *Viewpoints:* Orientalism*’s Wake: The Ongoing Politics of a Polemic* 12 (2009): 20-22. Geraadpleegd via http://www.la.utexas.edu/users/chenry/pmena/coursemats/2009/Orientalism.pdf.

Urry, John & Jonas Larsen. *The Tourist Gaze 3.0*. London: SAGE, 2011.

Varisco, Daniel Martin. “*Orientalism*’s Wake: The Ongoing Politics of a Polemic.” In: *Viewpoints:* Orientalism*’s Wake: The Ongoing Politics of a Polemic* 12 (2009): 2-4. Geraadpleegd via http://www.la.utexas.edu/users/chenry/pmena/coursemats/2009/Orientalism.pdf.

Waysdorf, Abby & Stijn Reijnders. “The role of imagination in the film tourist experience: The case of Game of Thrones.” In: *Journal of Audience and Reception Studies* 14, nr. 1 (2017): 170-191. http://www.participations.org/Volume%2014/Issue%201/10.pdf.

Wearing, Stephen, Deborah Stevenson & Tamara Young. *Tourist Cultures: Identity, Place and the Traveller*. Londen/California/New Delhi/Singapore: SAGE, 2010.

Wester, Fred (red.). *Inhoudsanalyse: theorie en praktijk*. Deventer: Wolters Kluwer, 2006.

Williams, Kaylene, Alfred Petrosky, Edward Hernandez, Robert Page Jr. “Product placement effectiveness: revisited and renewed.” In: *Journal of Management and Marketing Research* 7 (2011): 1-24.

Websites

Beemster, Rob. "'Wie is de mol' zet Georgië op de kaart als reisbestemming. Mol-effect zorgt voor sterke stijging aantal boekingen." *Adformatie*. Gepubliceerd op 8 februari 2018. Geraadpleegd op 7 januari 2019. https://www.adformatie.nl/gedragsverandering/wie-de-mol-zet-georgie-op-de-kaart-als-reisbestemming?io_utm_social=newsletter&mt=UgpVtCjjtMhrS7th5w006Q&pub=1002&utm_campaign=9-02-2018&utm_content=&utm_medium=email&utm_source=NB_ADF_ADFO_traffic_2017_copy&utm_term=&vk=8WuFPhstqnZTjjydRP2vWA.

Bruk, Solomon Ilich, Nikolay Andreyevich Gvozdetsky & Lewis Owen. "Caucasus." *Encyclopædia Britannica*. Geraadpleegd op 24 januari 2019. https://www.britannica.com/place/Caucasus.

CheapTickets.nl. "Vliegreizen naar Georgië populair dankzij Wie is de Mol. Mol-effect zorgt voor stijging aantal boekingen met 160%." Gepubliceerd op 6 februari 2018. Geraadpleegd op 7 januari 2019. https://www.cheaptickets.nl/pers/wie-is-de-mol-georgie.

Communications Unlimited. "Event "Wie is de Mol" in Georgia." Gepubliceerd op 19 maart 2018. Geraadpleegd op 7 januari 2019. https://www.communications-unlimited.nl/event-wie-is-de-mol-in-georgia/.

Diplomat Magazine. "Wie is de Mol" in Georgia." Gepubliceerd op 22 maart 2018. Geraadpleegd op 7 januari 2019. http://www.diplomatmagazine.nl/2018/03/22/wie-is-de-mol-in-georgia/.

Georgia Starts Here. "Homepage." Geraadpleegd op 28 mei 2019. https://georgiastartshere.com/.

Georgia Starts Here. "Start Here." Geraadpleegd op 28 mei 2019. https://georgiastartshere.com/georgia-travel/.

Gerrits, A.W.M. "Oost-Europa bestaat helemaal niet; De clichés van het Westen." In: *NRC*. Gepubliceerd op 27 maart 1998. Geraadpleegd op 21 mei 2019. https://www.nrc.nl/nieuws/1998/03/27/oost-europa-bestaat-helemaal-niet-de-cliches-van-het-7393023-a968948.

Google Trends. "Vergelijken: Georgië en Tbilisi." Geraadpleegd op 7 januari 2019. https://trends.google.nl/trends/explore?date=2017-01-01%202018-12-18&geo=NL&q=georgie,tbilisi.

Hallett, Rebecca. "The truth about tribal tourism." *Rough Guides*. Gepubliceerd op 9 augustus 2017. Geraadpleegd op 7 juni 2019. https://www.roughguides.com/article/the-truth-about-tribal-tourism/.

Jansen, Dennis. “Georgië is meer in trek voor vakanties dankzij Wie is de Mol?.” *AD*. Gepubliceerd op 31 januari 2018. Geraadpleegd op 7 januari 2019. https://www.ad.nl/show/georgieneuml-is-meer-in-trek-voor-vakanties-dankzij-wie-is-de-mol~abe2243e/.

Kirt, Reinier. “Breng eens wat vaker verhalen over moslims die het goed doen.” *NRC*. Gepubliceerd op 25 september 2017. Geraadpleegd op 5 juni 2019. https://www.nrc.nl/nieuws/2017/09/25/en-zo-schrijft-de-pers-over-de-nederlander-13182552-a1574771.

Koning Aap. “Over Koning Aap. Écht op reis!” Geraadpleegd op 14 april 2019. https://koningaap.nl/over-ons/wie-zijn-wij.

Kucera, Joshua. “Where Europe Begins, or Where It ends? Georgia insists that it’s in Europe. What does that really mean?” *Slate.* Gepubliceerd op 30 januari 2017. Geraadpleegd op 28 mei 2019. https://slate.com/news-and-politics/2017/01/georgia-insists-that-its-a-european-country-what-does-that-really-mean.html.

Landenkompas. “Georgië.” Geraadpleegd op 24 januari 2019. https://www.landenkompas.nl/georgie.

Mack, Robert. “The Flâneur, the Tourist and the City.” Gepubliceerd op 10 mei 2010. Geraadpleegd op 20 mei 2019. https://springinparis.wordpress.com/2010/05/10/the-flaneur/.

Meijer, Eveline. “Vliegticket-zoekopdrachten naar Georgië verdubbeld door ‘Wie is de Mol?’.” *Vance*. Gepubliceerd op 1 maart 2018. Geraadpleegd op 7 januari 2019. http://vance.nl/vliegticket-zoekopdrachten-naar-georgie-verdubbeld-is-mol/.

Patsuria, Nino. “Georgia changes its touristic image.” *Georgian Journal*. Gepubliceerd op 7 juli 2011. Geraadpleegd op 28 mei 2019. https://www.georgianjournal.ge/business/5390-georgia-changes-its-tourist-image-.html.

Tanner, Rob. “Synergy Or Interference? How Product Placement In TV Shows Affects The Commercial-Break Audience.” *Forbes*. Gepubliceerd op 8 september 2014. Geraadpleegd op 4 februari 2019. https://www.forbes.com/sites/onmarketing/2014/09/08/synergy-or-interference-how-product-placement-in-tv-shows-affects-the-commercial-break-audience/#5a2cb2b953da.

Tix. “‘Wie is de Mol?’ zorgt voor run op vliegtickets Portland.” Gepubliceerd op 2 maart 2017. Geraadpleegd op 7 januari 2019. https://blog.tix.nl/onderzoeken/wie-is-de-mol-portland-oregon/.

Tix. “Veel interesse in Dominicaanse Republiek dankzij ‘Wie is de Mol?’.” Gepubliceerd 2 februari 2016. Geraadpleegd op 7 januari 2019. https://blog.tix.nl/onderzoeken/wie-is-de-mol-dominicaanse-republiek/.

Tix. “Wie is de Mol? Zet Georgië in de spotlights.” Gepubliceerd op 28 februari 2018. Geraadpleegd op 7 januari 2019. https://blog.tix.nl/onderzoeken/wie-is-de-mol-toerisme-georgie/.

WIDM.nl. “Over WIDM: Kijkcijfers.” Geraadpleegd op 14 mei 2019. https://www.widm.nl/over-wie-is-de-mol/kijkcijfers.html.

Audio(visueel)

WIDM. “S19A01: Ri(c)k.” Podcast audio door Annemieke Schollaardt en Rik van de Westelaken. *Wie is de Mol?*, AVROTROS, 6 januari 2019, 40:30, https://wieisdemol.avrotros.nl/nieuws/de-wie-is-de-mol-podcast-aflevering-9/.

WIDM. “S19A03: (Ge)bouwen.” Podcast audio door Annemieke Schollaardt en Rik van de Westelaken. *Wie is de Mol?*, AVROTROS, 20 januari 2019, 40:58, https://wieisdemol.avrotros.nl/nieuws/de-wie-is-de-mol-podcast-aflevering-9/.

WIDM. “S19A05: Bovenop.” Podcast audio door Annemieke Schollaardt en Rik van de Westelaken. *Wie is de Mol?*, AVROTROS, 3 februari 2019, 42:16, https://wieisdemol.avrotros.nl/nieuws/de-wie-is-de-mol-podcast-aflevering-9/.

WIDM. “S19A06: Kunst en vliegwerk.” Podcast audio door Annemieke Schollaardt en Rik van de Westelaken. *Wie is de Mol?*, AVROTROS, 10 februari 2019, 43:13, https://wieisdemol.avrotros.nl/nieuws/de-wie-is-de-mol-podcast-aflevering-9/.

WIDM. “S19A08: Eindsprint.” Podcast audio door Annemieke Schollaardt en Rik van de Westelaken. *Wie is de Mol?*, AVROTROS, 3 maart 2019, 35:43, https://wieisdemol.avrotros.nl/nieuws/de-wie-is-de-mol-podcast-aflevering-9/.

BIJLAGE 1 Discoursanalyse

Voor deze discoursanalyse zijn alle elementen uit de tien afleveringen van WIDM beschreven en geanalyseerd, waarbij enkel de elementen zijn meegenomen die relevant zijn voor dit onderzoek. Alle beelden, uitspraken en geluiden die betrekking hebben op wie de mol is, zullen niet worden besproken. Belangrijk om op te merken is dat de relevante uitspraken van de kandidaten en de presentator verbatim zijn opgeschreven. De afleveringen van WIDM komen veelal overeen in structuur, bestaande uit de volgende elementen of delen:[242]

Introductie Alleen in de eerste aflevering van het seizoen

Vorige week Korte herhaling van de opdrachten van de week ervoor, eindigt met de kandidaat die het spel moest verlaten

Introductie Kaart van het land waarbij met een stip wordt aangeduid waar de kandidaten zich in het land bevinden. De presentator geeft een korte introductie op de aflevering van desbetreffende week.

Leader Hierin worden shots van de kandidaten die nog in het spel zitten (aangegeven met een groene vingerafdruk) en kandidaten die het spel hebben verlaten (rode vingerafdruk) afgewisseld met beelden van de opdrachten en het land.

Interval Kandidaten praten over wat er is gebeurd tijdens de opdrachten van de week ervoor, met de nadruk op de test en executie. Soms bevat dit deel shots van de kandidaten op weg naar de eerste opdracht.

Opdracht 1 Beelden van de opdracht met shots van de kandidaten in actie en uitleg van de kandidaten over hoe zij de opdracht hebben ervaren.

[242] Deze structuur wijkt dit seizoen in de volgende afleveringen af: 1, 6, 9 en 10.

Interval Korte interval tussen de opdrachten door. Begint met een zwart beeld voor een halve seconde. Bevat veelal beelden van de kandidaten op weg naar de locatie voor de volgende opdracht en bespreking van de opdracht bij de kandidaten onderling.

Opdracht 2 *Zie opdracht 1*

Interval *Zie interval*

Opdracht 3 *Zie opdracht 1*

Interval *Zie interval*. In dit gedeelte van de aflevering evalueren de kandidaten vaak de dag, waarbij ze stilstaan bij de opdrachten en wie zij denken dat de mol is. Dit doen zij in groepsverband of individueel.

Test De kandidaten moeten de test maken op een laptop, waarbij zij vragen krijgen over de identiteit en het gedrag van de mol. Tijdens de test worden er voortdurend opmerkingen van kandidaten en flashbacks naar de opdrachten getoond.

Executie Presentator Art Rooijakkers onthult door het tonen van een groen (door naar de volgende aflevering) of een rood (moet het spel verlaten) scherm welke kandidaten mogen blijven en welke kandidaat naar huis moet.

Vooruitblik Teaser van de opdrachten van de aflevering de week erna.

Aflevering 1 – Armenië, Azerbeidzjan, Kazachstan, Oekraïne, Rusland, Georgië – 06-01-2018

Introductie (00:00:16)

Opdracht 1 – Jerevan, Bakoe, Almaty, Kiev, en Moskou (00:05:09)

De kandidatenduo's komen erachter dat ze allemaal in de hoofdstad van een ander land zitten, namelijk in Jerevan (Armenië), Bakoe (Azerbeidzjan), Almaty (Kazachstan), Kiev (Oekraïne), en Moskou (Rusland).

Beelden van een landkaart, waarbij de landen waarin de kandidaten zich bevinden stuk voor stuk worden onthuld door middel van een land dat oplicht op de landkaart. Deze kaart verschijnt nadat elk duo bekend heeft gemaakt in welk land ze zich bevinden. Na het tonen van de landkaart verschijnt er een shot van de stad waarin ze zich bevinden met tekst erbij.

[muziek: main theme (intro song) van de serie *The 100*]

Leader (00:17:16)

De leader begint met het logo van WIDM.

Een combinatie van verschillende beelden: logo van WIDM, droneshot van de stad Tbilisi, kandidaat die via een zipline naar beneden gaat met op de achtergrond hoge gebouwen, kandidaat Ron Boszhard, verschillende shots van een monument bovenop een heuvel, kandidate Simone Weimans, natuurshots van bergen en kandidaten die tussen die bergen paragliden, kandidaat Ruben Hein, shots van rijdende lada's over hobbelige wegen, een jeep die over een niet-geasfalteerde weg in de bergen rijdt, kandidate Olcay Gulsen, een shot met veel mist en een kerk-achtig gebouw in deze mist, shot van openingen in de wand van een berg, zingende mannen in uniform, kandidaat Emilio Guzman, binnenkant van een gebouw, een hand die een reling 'streelt', een theaterstuk waarbij een man een andere man in zijn rug steekt, kandidate Stine Jensen, snel ronddraaiend shot van het plafond van een gebouw, shots van letters op de grond, kandidaat Jean-Marc van Tol, shots van gebouwen, jokers, close-up van lampen die aanstaan, kandidate Bella Hay, wilde rivier, shots van de kandidaten die in een wilde rivier in een bootje zitten en omringd zijn door natuur, kandidaat Jan Versteegh, shot van een gebouw op een heuvel, een close-up van een apparaat met ronde draaischijven, shot van iets dat opengaat en waar ligt doorheen komt, kandidate

Loes Haverkort, groepsfoto, logo van WIDM met een stem die fluisterend zegt: trust nobody.

[muziek: Ugo Farell – *Oratio*]

Opdracht 1 (vervolg) (00:18:08)
Uiteindelijk komen de kandidaten erachter dat ze naar Tbilisi, Georgië zullen gaan aan het eind van deze opdracht/na de test en executie.

Interval (00:50:10)
Test (00:52:46)
Executie (00:54:20)
Na de test en executie (00:56:46)
Drone-shot van de zonsondergang in de stad Tbilisi, Georgië. Drone-shot met in beeld een gebouw met een glazen koepel, met daarop wapperend de vlag van Georgië (presidentieel paleis). Op de achtergrond zijn bergen te zien. Het shot beweegt langzaam over de stad heen.
Shots op ooghoogte van het vliegveld met borden in het Georgisch, wachtende reizigers met koffers, de kandidatenduo's komen één voor één aan op het vliegveld. Dit wordt afgewisseld met snelle shots van andere reizigers op het vliegveld. [muziek: snel en opzwepend]
Zwart beeld en daarna in het donker een ingezoomd shot van een verlichte koepel met een kruis er bovenop. [muziek: hoge en engelachtige stem dat een halleluja-gevoel oproept]. Daarna een drone-shot, uitgezoomd, van de verlichte kerk: de Holy Trinity kathedraal in Tbilisi. Langzaam gaat het shot steeds dichter naar de kerk toe (drone-shot).
De zes kandidaten die de test niet hoefden te maken zien elkaar voor het eerst wanneer ze met zijn zessen in een gebouw staan.
Rooijakkers komt aanlopen en zegt: "Goedenavond allemaal. Welkom in Tbilisi. Voor degene die geen idee hebben, de hoofdstad van Georgië."
Kandidaten die zich aan elkaar voorstellen nadat Rooijkakkers weg is. Een shot van de verlichte kerk van beneden naar boven gefilmd.
Eindigt met de groepsfoto, waarbij de afvaller vervaagt.

Vooruitblik (1:00:13)

Aflevering 2 – Tbilisi – 13-01-2018

Review vorige week (00:00:15)
Introductie (00:01:03)
Shot van het History of Georgia monument van onderaf gefilmd.
Landkaart van Georgië met een stip bij de stad Tbilisi, waar de kandidaten zich bevinden.
Rooijkakkers staat voor het History of Georgia monument als hij zegt: “De rest [van de kandidaten] is nu eindelijk samen, in het land met misschien wel de meest gastvrije bevolking van het Europese continent: Georgië. Het speelveld van De Mol dit jaar.”
Drone-shot waarbij de camera langzaam van onder naar boven beweegt en het History of Georgia monument in beeld wordt gebracht, terwijl Rooijakkers wegloopt.

Leader (00:02:06)
Interval (00:02:58)
Drone-shot van Tbilisi tijdens zonsopkomst, waarbij een groot gedeelte van de stad te zien is.
Daarna volgt een drone-shot van freedom square in Tbilisi, met in het midden het monument van Sint George en de draak en rijdende voertuigen. Hetzelfde plein wordt daarna in beeld gebracht vanuit een vogelperspectief.
Het volgende shot is een drone-shot waarbij huizen in beeld zijn gebracht die tegen een heuvel op zijn gebouwd. Ook loopt er iemand over straat en rijden er auto’s. Op de achtergrond zijn bergen zichtbaar.
Daarna volgt een drone-shot waarbij de camera langzaam over de stad heen beweegt en de huizen in beeld brengt.
Het drone-shot erna legt de rivier Mtkvari vast die door Tbilisi stroomt, met aan weerszijde bomen en gebouwen.
Daarna een drone-shot van de stad waarbij gebouwen en bergen zichtbaar zijn. Als de camera langzaam naar achteren beweegt, is beneden in de rechterhoek van het beeld een groot televisiescherm te zien met bewegend beeld erop.
Vervolgens is het muziektheater/concertgebouw te zien, wat valt onder moderne architectuur. Dit is ook een drone-shot.

Daarna een drone-shot van heel de stad Tbilisi. Het shot begint vanachter het standbeeld Kartlis Deda (wat bovenop een heuvel staat), om vervolgens over het beeld heen te bewegen en alle delen van de stad in beeld te brengen waar de vorige drone-shots op in hadden gezoomd. Na dit shot is de camera gedraaid en is een drone-shot van hetzelfde beeld zichtbaar, met op de achtergrond groene bergen en een huis.
Het beeld gaat een halve seconde op zwart. Daarna een drone-shot vanaf een andere kant van de stad. Tijdens dit shot komt ook de locatie in tekst in beeld: “Tbilisi”.

Donderend geluid en langzaam gaat het zwarte beeld over in een drone-shot van heel de stad Tbilisi, waarbij opnieuw het beeld Kartlis Deda in beeld is. De camera gaat nu langs de rechterkant van het beeld erlangs.
Een shot van het gebouw waar het presidentieel bestuur zich bevindt.
Dit beeld gaat langzaam over in een close-up van een dak waar druppels vanaf vallen.
Hier verschijnt ook de locatie in beeld: “Navtlugi Bazar”.
Dit beeld gaat langzaam over in beelden van lokale mensen die op de markt lopen, eten nuttigen, etenswaar kopen, verschillende handelingen van werkende mensen die op de markt staan, lokale mensen die op de markt een spel spelen, groenten, fruit, en andere producten.

Opdracht 1 – Navtlugi Bazar (00:09:13)
Kandidaten staan op een lokale markt, met regenkleding aan vanwege het weer. Rooijakkers staat achter een kraam en legt de opdracht uit. De kandidaten moeten zo vaak mogelijk een geldbiljet wisselen tegen biljetten met een kleiner bedrag. Met behulp van polaroidfoto’s met locals erop afgebeeld, moeten ze op zoek naar de juiste marktkoopmannen en -vrouwen, omdat deze personen hen daarbij kunnen helpen: interactie met de locals.
Beelden van de markt waar locals producten kopen en allerlei etenswaren zijn uitgestald voor de verkoop. Close-ups van alle de marktkoopmannen en -vrouwen die ze moeten zien te vinden.
Gedurende de opdracht afwisseling van beelden van de kandidaten die de opdracht uitvoeren en beelden van locals op de markt die met tassen sjouwen, kippen in kooien vervoeren, zwaaiende locals, locals die etenswaar kopen, local die ambachtelijk werk doet, close-ups van enkele marktkoopmannen en -vrouwen. De camera is de hele tijd op ooghoogte.

Muziek gedurende de opdracht doet Oosters aan, alsof er met kleine belletjes geluid wordt gemaakt, is een beetje up-tempo. Soms doet het denken aan de muziek van de Fata Morgana in de Efteling.

Loes Haverkort: “Die man was heel erg traag.” [over marktkoopman]

Rooijkakkers: “We gaan vanavond een avondje uit. Dus trek iets leuks aan.”

Interval (00:22:41)
Drone-shot van de Sameba-kathedraal in Tbilisi met op de achtergrond de rest van de stad. Close-up van een rode auto die over de weg door een plas water rijdt. Moeder en zoon onder een paraplu die door de stad lopen, camera op ooghoogte. Locals aan het werk, gefilmd op ooghoogte. Close-up van wapperende bladeren: gaat langzaam over in een bordje met daarop rooms hotel. Kandidaten in hun hotelkamers.
Een halve seconde zwart beeld. Drone-shot van de stad met aan de linkerkant prominent in beeld de wapperende vlag van Georgië. Draait langzaam naar rechts, waarbij de vlak aan de linkerkant van het beeld blijft wapperen. Drone-shot van een plein met rijdende auto’s.
Een halve seconde zwart beeld. Shot van een gebouw, van onderaf gefilmd terwijl de camera van rechtsonder naar linksboven beweegt. Shot gaat over in een close-up van een rond teken met daarop een Georgische tekst en daaronder ‘box-office’.
Een halve seconde zwart beeld. Close-up van een bord met Georgische tekst. Beeld gaat over in een shot van een deur die langzaam opengaat. Erachter een ruimte met een interieur met veel kruisgewelven. Close-up van een klein beeld met een lampje.
Een halve seconde zwart beeld. Shot van de zaal van het Rustaveli Theatre, wat duidelijk wordt door de tekst die achteraf is toegevoegd in de montage. Muziek doet opera-achtig aan, met een soort engelengezang. Shot van de hal van het theater, genomen vanuit een laag perspectief. Rooijakkers komt het beeld in lopen, gekleed in pak. Shot van de benen van de kandidaten die aan komen lopen, daarna van hun bovenlichamen.

Opdracht 2 – Rustaveli Theatre (00:27:09)
Rooijakkers: “Welkom in het uh, Rustaveli Theater, het is een van de mooiste schouwburgen van Tbilisi, dus het is ook wel terecht dat jullie er zo mooi uitzien. We

gaan hier vanavond van een voorstelling genieten. Het verhaal van Julius Caesar wordt vertolkt, met in de hoofdrol niet 1, maar 2 verraders." Rooijakkers geeft instructies voor de opdracht.
Beelden van bezoekers die het theater betreden, door de hallen struinen en de trappen oplopen. Shots van de kandidaten die zich verspreid over verschillende loges in het theater bevinden. Een vergelijkbaar shot van de zaal van het theater als eerder, maar nu gevuld met bezoekers. Zodra de voorstelling begint gaan de lichten uit, maar blijven de loges waar de kandidaten zich in bevinden verlicht.

Ruben Hein: "Pots pats begint de toneelvoorstelling. En dan moet je voorstellen, Julius Caesar, in het Georgisch, uh, zeer intens. Het was- het had ook iets uh, absurdistisch."

Bella Hay: "Nou verstonden wij niks van wat er in de voorstelling gebeurde, maar hadden we wel het idee dat er iets zou gaan gebeuren wat we moesten onthouden."

Shots van de voorstelling worden afgewisseld met shots van de kandidaten in de loges. De shots van de voorstelling zijn veelal kort, maar het geluid van de voorstelling is gedurende de hele opdracht als achtergrondgeluid te horen. Afwisseling van shots van kandidaten die over de gang rennen en kandidaten die in de loges zitten/gaan zitten.
Drone-shot van de buitenkant van het theater met enkele verlichte delen.

Interval (00:40:40)
Drone-shot van de stad Tbilisi, gefilmd vanuit een hoge boom. Drone-shot van een lange straat met mensen en rijdende auto's. Local die uit een raam hangt. Man die op straat een kraam heeft met boeken, gefilmd vanaf ooghoogte. Vrouw die geld geeft aan een man die kandelaars en vazen verkoopt op straat. Close-up van gekleurde paraplu's die boven straat hangen, gevolgd door een shot waarbij duidelijk wordt dat ze in een steegje hangen. Drone-shot van een kabelbaan waarbij een cabine omhoog wordt getakeld, met op de achtergrond gebouwen, straat, mensen en geparkeerde auto's. Kandidaten die buiten (maar wel overdekt) gezamenlijk ontbijten.

Shot van Rooijakkers bij een rivier, met op de achtergrond de Jumah Mosque.

Opdracht 3 – Mughanlo (00:43:09)
Een halve seconde zwart beeld. Drone-shot van een groene omgeving, waarbij heel snel wordt ingezoomd op een plek met allemaal hopen grind. Uit de tekst blijkt dat de locatie Mughanlo heet. Shots van de locatie, waarbij de machines worden gefilmd. Dit wordt gedaan met close-ups en shots in zijn geheel. Muziek op de achtergrond doet aan alsof er iets actiefs gaat plaatsvinden. Shot van Rooijakkers die tussen de hopen grind staat en de kandidaten die aan komen lopen, wat in slow motion in beeld wordt gebracht. Op de achtergrond rijdt er een vrachtwagen langs. Drone-shot (bijna vogelperspectief) van Rooijakkers, de kandidaten en het speelveld voor de opdracht.

Rooijakkers: “Die Lada daar, achter jullie.” Rooijakkers wijst naar de Lada en er volgen een aantal shots van de Lada, zowel in zijn geheel als close-ups. Het muziekje hieronder komt over als stoer.

Drone-shot van het parcours, van begin tot finish in een versneld tempo. De woorden ‘start’ en ‘finish’ zijn in het Georgisch geschreven.

Rooijakkers: “Dit gaan jullie doen met behulp van dit zwaar materieel.” Wat volgt zijn shots van de graafmachines die de kandidaten moeten gebruiken, waarbij de machines zowel in zijn geheel als close-ups ervan worden laten zien.

Tijdens de opdracht wordt er afgewisseld tussen drone-shots van het gehele speelveld, shots vanuit vogelperspectief van het speelveld, shots van de verschillende graafmachines waar de kandidaten in zitten en close-ups van de kandidaten *in* de graafmachines. De shots worden veelal in normaal tempo afgespeeld, maar soms ook in slow motion met een instrumentaal en rustig, bijna zen muziekje op de achtergrond.

Als de tijd om is wordt het beeld een halve seconde zwart. Rooijakkers zit in de Lada en rijdt vanaf de start tot aan het gedeelte waar de kandidaten in de graafmachines het grind hebben weg geschept.

Interval (00:55:29)
Halve seconde zwart beeld. Drone-shot van Mughanlo.

Een seconde zwart beeld. Shot van een beeld voor de ingang van een gebouw dat er oud uitziet. Uit de tekst blijkt dat dit de National Library is. Er volgen enkele close-up shots van kleine bakjes, wat het (oude) kaartensysteem in een bibliotheek voor moet stellen. Shot van onderaf genomen met de schilderingen van de koepel. Shot van andere schilderingen op de muren en plafonds in het gebouw, een schilderij, en een kroonluchter. Beelden van de kandidaten die individueel hun molboekjes bestuderen in gedeeltes van het gebouw. Deze beelden worden afgewisseld met close-ups van de kandidaten en close-ups van geschreven tekst in molboekjes.

Test (00:56:14)
Een halve seconde zwart beeld. Kandidaten moeten de test maken in een ruimte in de bibliotheek. De camera is zo gepositioneerd dat aan weerszijde de bakjes van het kaartensysteem zichtbaar zijn en in het midden de tafel met een laptop staat waar kandidaten aan moeten gaan zitten om de test te maken. Op de achtergrond zijn rommelige boekenkasten, losse stapels boeken en een omgevallen tafel te zien. Beelden van de kandidaten die hun molboekjes bestuderen. Shot van Gulsen in de bibliotheek met op de achtergrond veel losse stapels boeken en boekenkasten.
Shot van de binnenkant van de bibliotheek met rijk gedecoreerd plafond en muren. Een close-up van een spinnenweb en een dood insect.

Executie (00:59:03)
De executie vindt ook plaats in de National Library. Achter de kandidaten zijn de bakjes van het kaartensysteem te zien. Achter Rooijakkers is een witachtige, monumentale trap te zien. Shot van de zijkant, met Rooijakkers links en de kandidaten rechts. In het shot is de ruimte duidelijk te zien, met het versierde plafond en de gewelven, donkerbruine deuren en de bakjes van het kaartensysteem.

Vooruitblik (1:00:42)

Aflevering 3 – Stepantsminda – 20-01-2018

Review vorige week (00:00:15)
Introductie (00:01:02)

Drone-shot van een rotsachtige berg, waarbij de camera omhoog beweegt. Achter deze berg komt een heel berglandschap tevoorschijn, met zowel groene stukken landschap, bruine bergtoppen en bergen met sneeuw op de toppen. De achtergrondmuziek is *Light of the Seven* van Ramin Djawadi (voor de serie Game of Thrones).
Landkaart van Georgië komt in beeld met daarop met een stip aangegeven wat de locatie is van deze aflevering: Stepantsminda (in het noorden van Georgië).
Rooijakkers komt in beeld, met op de achtergrond een berglandschap van groene begroeiing, rotsen en besneeuwde bergtoppen. Achter hem langs lopen twee dieren.
Rooijakkers: “En daarvoor reizen we af naar het machtige Kaukasusgebergte.”

Leader (00:01:46)
Interval (00:02:39)
Drone-shot van een berg met sneeuw op de top, waarbij links in beeld langzaam de zon boven de berg uitkomt. Halve seconde zwart beeld. Drone-shot van het berglandschap met een autoweg en enkele rijdende auto’s, waarbij de drone door het landschap beweegt.
Stine Jensen: “We kwamen terecht op een werkelijk oogverblindende locatie. Omringd door bergen.”
Het beeld gaat een halve seconde op zwart en daarna is er een drone-shot waarbij de drone in versneld tempo aan de rechterkant achter een berg vandaan vliegt. Het effect is een soort doorkijkje omdat er aan de andere kant ook een berg staat. Ertussen zijn bergen te zien met besneeuwde toppen. De drone gaat door de opening heen, waardoor de bergen met besneeuwde toppen het volledige beeldoppervlak in beslag nemen.
Bella Hay: “Een van de mooiste plekken die ik *ooit* heb gezien.”
Drone-shot waarbij de drone zich in de wolken begeeft. Langzaam komen de bergen met besneeuwde toppen, die eerst verscholen gingen achter de wolken, beter in beeld.
Hay: “Een heel groot berglandschap en overal waren wolken eroverheen en dan bovenop een topje van de berg stond een heel klein mooi kasteeltje.”
Het shot gaat over in volledige wolken (lijkt op mist) en langzaam verdwijnen de wolken en komt er aan de rechterkant een klein kasteel op een begroeide bergtop in beeld.
Hay: “Ik waande me echt midden in een soort Game of Thrones scène.”

Het beeld gaat een halve seconde op zwart. Drone-shot van een berglandschap met een weg, waarop twee auto's rijden. De camera beweegt mee. Drone-shot van een grasvlakte met heel veel schapen. Op de achtergrond zijn bergen zichtbaar. Een paar seconden geluid van schapen verwerkt in de montage. Drone-shot met links een rotsachtige berg, in het midden een groen landschap en rechtsboven een berg met besneeuwde toppen.
Jensen: "Het was werkelijk ongelofelijk mooi. Wel *heel* koud."
Drone-shot van een brug met enkele rijdende auto's. Op de achtergrond een berglandschap. Drone-shot van een dorp tussen de bergen met de tekst "Stepantsminda".
Gedurende deze beelden is voortdurend de achtergrondmuziek *Light of the Seven* te horen.

Shot van een gebouw met daarop "cafe", gefilmd van onderaf. Op de achtergrond besneeuwde bergtoppen. Er klinkt gerinkel van bestek, borden en glazen. Shot van de binnenkant van het gebouw met de kandidaten die eten aan tafel.

Een halve seconde zwart beeld. Drone-shot van een dorp in een groen landschap en rotsachtige bergen op de achtergrond. Het muziekje op de achtergrond klinkt mysterieus, Oosters en lichtelijk dramatisch. Shot van hoogspanningsmasten. Shot van een dorp waar twee mannen een kudde schapen een bepaalde richting op sturen. Shot van een straat zonder mensen met hoogspanningsmasten en enkele huizen. Shot van een lege straat met een grote boom en in de verte mist. Shot van de kandidaten die over straat lopen, met op de achtergrond bergen. Er klinkt geluid van regen(druppels). Shot van een local die bij zijn auto staat met de deur open. Hij roept iets en zwaait uitbundig, met een grote lach op zijn gezicht.

Opdracht 1 – Stepantsminda (00:06:05)
Rooijakkers: "Goedemorgen. Welkom in Stepantsminda. Misschien gaat de frisse berglucht jullie hier wel goed doen. […]"

Shot van de vijf auto's waar de kandidaten in moeten rijden, zowel close-ups als van de vijf auto's naast elkaar. Shot van de vijf auto's naast elkaar met op de achtergrond een bouwwerk dat lijkt op een put en daarachter een gebouw. Op de voorgrond loopt

een koe langs. Drone-shot van het dorp met de huizen en het berglandschap op de achtergrond.

Tijdens de opdracht verschillende drone-shots met vogelperspectief van de vijf auto's die door het dorp rijden. Shot van schapen op de weg.

Hein: "Een rood autootje en schapen. Dit is vrij- dit is vrij classic."

Shots van auto's die in de straten in het dorp rijden, gefilmd op ooghoogte.

Hein: "Je moet je voorstellen, het is nog niet zo lang geleden dat paard en wagen hier zijn afgeschaft, terwijl je vast komt te staan tussen een kudde schapen, naast je staan een paard, mensen, een heel dorp zonder tanden waar je doorheen rijdt eigenlijk. Het is ook, mensen moeten zich nog een beetje aanpassen."

Shot van een local met een lange grijze baard die een kruisje slaat en aan een touwtje trekt.

Interval (00:19:38)
Shot van een hond op een boomstam in een bos. Shot van de accommodatie waar de kandidaten in verblijven, met op de achtergrond bergen. Binnen zitten de kandidaten allemaal op een stoel of bank met andere bekleding. De ruimte ziet er huiselijk en gemoedelijk uit.
Shot van een groen begroeid gebied met links in beeld een oud-uitziende auto, met op de achtergrond enkele gebouwen, hoogspanningsmasten, bergen en mist. Shot van een groot bord met daarop Georgische woorden en daaronder de Engelse vertaling. Links in beeld rijdende auto's en rechts een fontein. Close-up shot van een schoorsteen waar rook uit komt, met wat takken ervoor. Een halve seconde zwart beeld. Drone-shot met op de voorgrond wolken en daarachter een berg met een klein kasteel erop. In een versneld tempo lossen de wolken op, waarna het shot overgaat in een ander drone-shot van een berglandschap waarbij alle toppen besneeuwd zijn. Drone-shot van een wolkenveld met een blauwe lucht en een besneeuwde bergtop. De camera beweegt langzaam boven het wolkenveld. Drone-shot van een besneeuwde berg, waarna het beeld langzaam overgaat in een drone-shot waarbij de

drone zich in het wolkenveld bevindt en links in beeld twee bergen tevoorschijn komen. Drone-shot waarbij het hele beeldoppervlak gevuld is met wolken en in het midden van het beeld komt er langzaam een klein kasteel tevoorschijn. Drone-shot met aan weerszijde bergen en in het midden een wolkenveld. Een halve seconde wit beeld. Shot van een groene vlakte met bergen, met de kandidaten die links in een groep lopen. Drone-shot met links onderin beeld een klein kasteel en een blauwe lucht bedekt met wolken. In beeld komt de tekst “Gergeti Trinity Church”, waaruit blijkt dat het kleine kasteel een kerk is. Shot waarbij de kandidaten naar Rooijakkers lopen, met op de achtergrond wolkenvelden en bergen.

Opdracht 2 – Gergeti Trinity Church (00:21:32)
Shot dat aan het begin gericht is op de besneeuwde bergtoppen met links een regenboog, waarna de camera naar beneden beweegt en focust op een doos met daarop “De mol”.
Shot van gebergte met daarvoor een wolkenveld.

Hein: “De setting was er wel. De setting was er. Het was ongelofelijk hoog in de bergen, een klooster, bewolking die dan af en toe om je heen vloog en dan uh, in één keer een gigantische regenboog. Het was echt ongelofelijk mooi. Het was echt een *waanzinnige* plek.”
Terwijl Hein dit zegt zijn er drone-shots te zien in deze volgorde: drone-shot met besneeuwde bergtoppen met rechts in beeld de kerk en een dichtbewolkte lucht, drone-shot van de kerk met de besneeuwde bergtoppen op de achtergrond, drone-shot van een regenboog in een vallei die het hele beeldoppervlak vult.

Tijdens de opdracht drone-shots van de kandidaten die verspreid over de groene vlakte lopen, met op de achtergrond de bergen. Drone-shot van de bergen en de wolkenvelden in versneld tempo. Drone-shot van het landschap met in het midden in miniatuur de opdracht, rechts de kerk en op de achtergrond de besneeuwde bergtoppen en de bewolkte lucht. Versneld drone-shot van de bergen en de bewolking. Versneld drone-shot van de bergen met onderaan bewolking. Versneld drone-shot met onderaan besneeuwde bergtoppen, rechts de kerk en de bewolkte lucht.

Interval (00:35:31)

Een halve seconde zwart beeld. Drone-shot met onderin een wolkenveld en daarboven de bergen en een blauwe lucht met wolken. Halve seconde een beeld met alleen maar wolken. Drone-shot waar links in beeld langzaam twee bergen tevoorschijn komen tussen de wolken.

Een halve seconde zwart beeld. Drone-shot van het berglandschap in het donker, met enkel lichtjes in het dal waar de huizen staan. Erboven zijn lichtflitsen van het onweer zichtbaar. Er klinkt hard gerommel. Shot van de accommodatie van de kandidaten in het donker, met verlichting bij de deur.

Een halve seconde zwart beeld, wat langzaam overgaat in een drone-shot van een groen berglandschap met in de verte een waterval. Drone-shot van de waterval omringd door groene bergen met links bovenin een reflectie van de zon wat ervoor zorgt dat er een paarse vlek zichtbaar is.

Een halve seconde zwart beeld, wat langzaam overgaat in een drone-shot van een berglandschap met een lucht bedekt met wolkenvelden. Geluid van harde wind. Drone-shot van een dal met groene bergen en op de achtergrond bergen met besneeuwde toppen. Geluid van schapen op de achtergrond. De muziek tijdens deze beelden is meeslepend.

Shot van Rooijakkers op een rots met op de achtergrond een vallei en bergen.

Een halve seconde zwart beeld. Drone-shot van bergen met besneeuwde toppen waarbij de zon langzaam boven de bergen uitkomt. Close-up van een standbeeld met daarachter een berg. Drone-shot met links de Gergeti Trinity Church op een berg en rechts een besneeuwde berg. De lucht is strakblauw. Drone-shot met rechts onderin het dorp Stepantsminda met links en achterin het beeld bergen. Shot van de accommodatie van de kandidaten met op de achtergrond besneeuwde bergtoppen. Shot van de zijkant van de accommodatie met Rooijakkers die aan komt lopen. Shot vanaf een heuvel met uitzicht op de parkeerplaats van de accommodatie en op de achtergrond bergen. Rooijakkers loopt door het beeld.

Drone-shot van het dorp Stepantsminda waarbij de camera uitzoomt en naar boven beweegt waardoor het dorp onderin beeld verdwijnt en het grootste gedeelte van het beeld gevuld is met bergen. Drone-shot met aan weerszijde bergen en in het midden een grote besneeuwde bergtop, waar een wolkenveld overheen waait. Drone-shot van twee bergen, waarvan één bergtop bedekt met sneeuw en de ander een gedeelte groen en een gedeelte sneeuw. De lucht is strakblauw. In het midden komen vier

kandidaten een berg oplopen. Drone-shot van een berglandschap met een blauwe lucht en enkele wolken. In beeld komt de naam van de locatie te staan: Gudauri. Shot van vier kandidaten die over een weg de heuvel oplopen, met om hen heen bergen.

Opdracht 3 – Gudauri (00:41:30)
Drone-shot van een groen landschap met schapen en op de achtergrond bergen. Drone-shot twee besneeuwde bergtoppen en bewolking. Close-up van de vier kandidaten die paragliden en stuk voor stuk de berg afrennen. Drone-shots van een berg waarbij de camera langzaam over de berg heen gaat en er een vallei met een rivier zichtbaar wordt. Drone-shot van de kandidaten die de berg afrennen. Drone-shot van de kandidaten die door de lucht vliegen met bergen en de vallei op de achtergrond.

Haverkort: “Oh my god. Oh. Oh, wauw. Oh, wauw.” [tijdens het paragliden tussen de bergen]

Drone-shot van de kandidaten die door de lucht vliegen met bergen en de vallei op de achtergrond. De kandidaten krijgen een molcast te horen met informatie over sport, eten en drinken, kunst en cultuur, en geschiedenis over Georgië.

Haverkort: “We zagen gewoon overal om ons heen waren witte bergtoppen, het was kraakhelder. Dit had ik anders nooit, nooit, maar dan ook nooit gedaan. Echt nooit.”

Drone-shots van de kandidaten die door de lucht vliegen met bergen en de vallei op de achtergrond. Shots van de kandidaten die door de lucht vliegen van onderaf, met de blauwe lucht en wolken op de achtergrond.

Hay: “Oh, yes. Beautiful.”

Interval (00:51:30)
Drone-shot van berglandschap met bomen en op de achtergrond in de verste besneeuwde bergtoppen. De camera beweegt over het gebied heen. Drone-shot met op de voorgrond een silhouet-achtig tafereel en daarachter besneeuwde bergtoppen.

Test (00:51:57)
Drone-shot waarbij de camera van boven naar beneden beweegt: van blauwe lucht naar berglandschap en het dorp Stepantsminda in het dal. Shot met links een lang, smal, stenen bouwwerk en op de achtergrond een berglandschap. In beeld verschijnt “Sioni”, de locatie waar de test en executie plaatsvindt. Close-up van een steen met een kruis erbovenop. De achtergrond is een berglandschap, maar wel onscherp. Shots van de kandidaten die in de bergen hun molboekjes bestuderen. Shot van een gebouw waar Jensen rechts in beeld haar molboekje bestudeerd. Shot met links een huis en een kat die door het beeld loopt en aan de rechterkant het berglandschap. Drone-shot van het berglandschap. Versneld shot van een lang, smal, stenen bouwwerk, gefilmd van onderaf en kijkend op de wolken in de lucht. De kandidaten maken de test buiten, met het berglandschap op de achtergrond.

Executie (00:55:44)
Achter de kandidaten is het berglandschap te zien, achter Rooijakkers is een dorp te zien.

Vooruitblik (1:00:04)

Aflevering 4 – Tbilisi – 27-01-2018

Review vorige week (00:00:15)
Introductie (00:00:48)
Drone-shot van de stad Tbilisi, met huizen en andere gebouwen en links de rivier Mtkvari. Kaart van Georgië, waarbij de gele stip aangeeft dat de kandidaten zich in Tbilisi bevinden. Rooijakkers komt in beeld. Hij staat op een heuvel en op de achtergrond is de stad Tbilisi te zien, met veel groene bomen en rechts de rivier Mtkvari.

Leader (00:01:31)
Interval (00:02:23)
Shot van een grijs gebouw met street art op de buitenkant van het gebouw. Shot van de binnenkant van een gebouw met een hoog plafond, tafels en stoelen. De kandidaten zitten aan de rechterkant van de ruimte. Shot van onderaf van de buitenkant van een

hostel met boven de deuren meerdere figuratieve voorstellingen in een vierkant vlak. De kandidaten lopen door de deuren naar buiten. Een halve seconde zwart beeld. Drone-shot van de stad Tbilisi, met uitzicht op de gebouwen en de bergen om de stad heen. Shot op ooghoogte gefilmd vanuit een park met uitzicht op een straat waar auto's rijden en een groot gebouw staat. Shot op ooghoogte van een gebouw waarvan de buitenkant afgebladderd is en er enkele mensen op de stoep staan. Aan de rechterkant is een winkeltje met een gele luifel en daarop Georgische tekst. Close-up van een oudere local in een vest met een petje op en een peuk in zijn mond.

Opdracht 1 – Tbilisi/Rustaveli tunnels (00:05:19)
Rooijakkers en vier kandidaten staan op straat, met op de achtergrond een stenen gebouw met een balkon en een aantal bomen en planten. De opdracht houdt in dat de kandidaten door de stad moeten lopen en op zoek moeten naar de andere drie kandidaten, die zich ergens onder de grond/in een tunnel bevinden.
Drone-shot van de stad met links groene bomen, in het midden de straat met rijdende auto's en aan de rechterkant gebouwen en in de verte andere gebouwen van de stad. De drone beweegt naar rechts, over de gebouwen aan de rechterkant heen en hierdoor wordt de rest van de stad zichtbaar. De muziek is *Gorgeous Beasts* van Ramin Djawadi (voor de serie Game of Thrones). Drone-shot van de stad. Drone-shot van dichterbij, rechts een standbeeld met daaromheen veel groene bomen en enkele gebouwen. De camera gaat van boven naar beneden, waarbij aan het eind van het shot het standbeeld bijna helemaal in beeld is. Shot van drie kandidaten in een tunnel, met daarbij de tekst Rustaveli tunnels. Close-up van een lamp.

Jensen: "We kwamen terecht in een donkere, ja, laten we zeggen, soort tunnel."
Emilio Guzman: "Ik vond het prachtig. Het was echt een heel mooi gangensysteem en op dat soort momenten voel je echt van oh ja, ik doe mee aan *Wie is de mol?*"
Tijdens deze uitspraken shots van de binnenkant van de tunnel en het gangensysteem.

De groep van vier kandidaten moet op zoek naar bepaalde locaties in de stad zodat ze nieuwe aanwijzingen kunnen krijgen van de groep van drie kandidaten. Shot van de stad met allerlei gebouwen. Diverse shots op ooghoogte van vier kandidaten die door de stad lopen/rennen. Onderweg lopen ze langs hoge gebouwen,

straatverkopers, een park en een drukke straat. Muziek: *Charlie's Prelude* van John Kirby and his Orchestra. Drone-shot van de kandidaten die op de stoep lopen. Shot van een oudere local met twee kinderen op een balkon en die een kusje blaast naar de kandidaten en lacht.

Jan Versteegh: "Dat is gewoon een gek oud vrouwtje op een balkon, joh." Tijdens deze uitspraak bevinden de vier kandidaten zich in een meer afgelegen gedeelte van de stad met veel heuvels en smalle straatjes met ongelijke wegen. De camera volgt de kandidaten wanneer ze teruglopen/rennen naar een drukker gedeelte van de stad. Ze vinden de eerste locatie, een figuratieve voorstelling dat onderdeel uitmaakt van een fontein. In de stad gaan ze op zoek naar de andere locaties, terwijl de camera hen volgt.

Interval (00:18:57)
Drone-shot van de stad met gebouwen en een berg in de verte. Drone-shot vanuit een vogelperspectief, met in beeld een straat waar auto's rijden en een monumentaal gebouw. De kandidaten gaan met zijn alleen aan een tafel zitten in een park. Shot van Versteegh en Guzman op straat tussen allemaal andere mensen die over straat lopen. Shot van mensen die over straat lopen. Drone-shot vanuit vogelperspectief van een straat waar auto's rijden en een monumentaal gebouw. Drone-shot van de blauwe lucht met enkele wolkenvelden met rechts beneden de stad Tbilisi. Links in beeld wappert de vlag van Georgië van dichtbij.

Rooijakkers: "Het is Onafhankelijkheidsdag vandaag en Georgiërs vieren dat ze zich op deze dag in 1918 losmaakten van het Russische tsarenrijk. Het duurde trouwens niet lang want 3 jaar later werd het land alweer een Sovjetstaat, iets wat het tot 1991 bleef. Vandaag vieren ze in het hele land dat ze onder het Russische juk vandaan zijn en in alle vrijheid kunnen leven."
Tijdens deze uitspraak staat Rooijakkers in een park waar veel mensen zijn en mensen spulletjes op kleedjes hebben uitgestald om te verkopen. Shot van onderaf van twee parachutespringers met de vlag van Georgië bij zich. Shot op ooghoogte van locals in een park bij een fontein. Kind dat zwaait met de vlag van Georgië. Shot van twee kinderen met een vlaggetje van Georgië.

Opdracht 2 – 9 april park (00:22:58)

Shot van een park met veel locals, met daarbij de tekst “9 april park”. Shot van een stelletje op een bankje in het park, gefilmd van voren.

Guzman: “Het was een heel, uh, heel mooi park. Het was vooral heel gezellig, het was heel druk. Je had ook nog een prachtige fontein, zo, zo, zo’n watertrap die zo mooi naar beneden liep. Ja, het was, het was een heel fijn park om lekker rustig te zitten.” Tijdens deze tekst een slow motion shot van Guzman die door het park loopt. Close-up van een kind met een blauwe pruik die rent door het park. Close-up van de fontein met een kind op de rand. Shot van de fontein in zijn geheel met daaromheen het park. Slow motion shot van Guzman die door het park loopt. Close-up van een vrouw op haar hurken op het gras met in haar handen een camera waarmee ze een foto maakt. Shot van drie oude mannen op een bankje die roken. Shot van een stelletje op een bankje in het park, gefilmd van de zijkant. Shot van het park met mensen die lopen door het park en zitten op bankjes. Shot van een kind in een boom. Shot van twee oude mensen op een bankje, waarna vervolgens iemand dicht langs de camera loopt. Shot van kinderen bij de fontein.

Tijdens het spel focust de camera op Rooijakkers en de kandidaat die tegenover hem staat, waarbij de omgeving vervaagd is. Bij de shots gefilmd vanaf de zijkant waarbij Rooijakkers en de kandidaat zichtbaar zijn, is de omgeving niet vervaagd. Tussendoor shots van kinderen die bij de fontein spelen, een oude man die de trap in het park afloopt, ouders die spelen met hun kinderen, en diverse close-ups in slow motion van locals.

Interval (00:34:27)

Drone-shot van Tbilisi in het donker, met diverse gebouwen die verlicht zijn. Muziekje op de achtergrond klinkt mysterieus. Shot in het donker van onderaf met links de ingang van het hostel en rechts een grote boom. Shot van bovenaf in het donker van kandidaten Gulsen en Guzman die over straat lopen. Er staan jongeren in groepjes bij elkaar, een lichtblauwe lada, een picknicktafel en aan de muren van de gebouwen aan de overkant hangen Georgische vlaggen. Shot van de stad in het donker met hier en daar verlichting.

Een seconde zwart beeld. Drone-shot van een klein strand met een meer/zee en heel veel groene bomen. In de verte bergen. Tekst: “Soviet district”. De drone vliegt over de groene bomen heen, en achter deze bomen komt een gebied met alleen

hoogbouw/flats tevoorschijn. De muziek is rustig, met lange en lage noten. Ook gefluit van vogels op de achtergrond en af en toe een soort bel die zacht rinkelt.

Versteegh: “Tbilisi heeft een heleboel mooie kanten, we hebben er ook best al wat mogen zien. Het is een hele mooie stad, maar wij komen aan op een plek, ja, iets minder mooi. Het was gewoon een soort getto, een soort onafgebouwde flats. Gewoon, ja, de buitenring van de stad waar het minder mooi is.”

Drone-shots waarbij ingezoomd wordt op verschillende flats, ook met enkele close-ups van flats. De beelden en muziek werken hier samen: elke keer als de viool een nieuwe nooit speelt, verandert het beeld ook. Dit gebeurt ook steeds sneller en vanuit verschillende perspectieven (onderaf, ooghoogte, bovenaf).

Opdracht 3 – Sovjet district (00:39:08)
Gefluit van vogels op de achtergrond. Shot van Rooijakkers en de kandidaten van onderaf, met achter Rooijakkers een alleenstaand hoog flatgebouw. Rooijakkers wijst omhoog, waarna een ingezoomd shot van het flatgebouw volgt. De camera beweegt over de gehele lengte van het flatgebouw, van beneden naar boven. Vervolgens wijst Rooijakkers naar de andere kant, waarna de camera het koord volgt van het ene naar het andere flatgebouw. Shot van het hele koord en de twee flatgebouwen. Versneld drone-shot, waarbij de camera tussen twee bomen doorgaat en uitkijkt op een aantal flatgebouwen. Drone-shot van andere flatgebouwen met in de verte bergen. Drone-shot van een lager punt, met rechts in beeld een hoog flatgebouw. Drone-shot van twee flatgebouwen bij elkaar, met eromheen veel gras en groene bomen. Drone-shot ingezoomd op een flatgebouw, waarbij elke keer als de muziek een boem-geluid is, het shot stapsgewijs iets omhooggaat. Shot gefilmd van bovenop de flat die fungeert als het beginpunt van het koord, waarbij de camera over de rand heen naar beneden ‘kijkt’. Drone-shot waarbij de camera tussen de flatgebouwen door beweegt. Drone-shot vanuit vogelperspectief, waarbij een flatgebouw te zien is met groene bomen en geparkeerde auto’s. Drone-shots van de kandidaten die via het koord naar het andere flatgebouw gaan, waarbij de andere (lagere) flatgebouwen ook in beeld zijn. Drone-shots van de kandidaten die via het koord naar het andere flatgebouw gaan, maar van een hoger punt gefilmd zodat de straten met geparkeerde auto’s zichtbaar zijn. Drone-shot van het Soviet district met de flatgebouwen, groene bomen en in het midden een

soort kleine kerk. Drone-shot ingezoomd van een flatgebouw en het koord, waarbij de camera eerst focust op het flatgebouw en daarna op het rode koord.

Interval (00:51:14)
Drone-shot met een overzicht van het hele Soviet district, met in de verte de bergen. Een halve seconde zwart beeld. Shot van boven naar beneden gefilmd, waarbij eerst de blauwe lucht in beeld is en daarna en met mos bedekt gebouw. De tekst “Sarajishvili” komt in beeld. De muziek is up-tempo.

Test (00:51:38)
Close-up van het hoofd van het standbeeld voor het met mos bedekte gebouw. Shot van de trap van het gebouw die leidt naar de deur/ingang. Close-up van de trap met een kat die erachter zit. Meerdere close-ups van een ruimte met allemaal tonnen, wat de locatie voor de test is. Shot van kandidaten die buiten rondlopen in de buurt van het met mos bedekte gebouw. Shot van een standbeeld van een dier met hoorns.

Executie (00:54:34)
De executie vindt plaats in de tuin van het met mos bedekte gebouw.

Vooruitblik (00:59:51)

Aflevering 5 – Tbilisi – 03-02-2018

Review vorige week (00:00:15)
Introductie (00:00:50)
Drone-shot van een stad aan het water, met groene bergen op de achtergrond. Kaart van Georgië komt in beeld. De gele stip geeft aan dat de kandidaten zich in Tbilisi bevinden. Het beeld gaat een halve seconde op zwart. Shot van Rooijakkers van onderaf gefilmd, met op de achtergrond een stenen kerk met blauwe lucht en groene bomen.

Rooijakkers: “[…] en naar eigen zeggen met 5000 euro op zak door de lucht zweefde, tussen twee Sovjetflatgebouwen, dat is een mooi afscheidscadeau voor de rest.”

Leader (00:01:40)

Interval (00:02:31)

Drone-shot van Tbilisi met zicht op de huizen en de groene bergen op de achtergrond. Boven in beeld beweegt een cabine van de kabelbaan door het beeld. Eerst beweegt de drone over de huizen heen, daarna gaat de camera links omhoog. Drone-shot van een standbeeld dat hoog gepositioneerd is. De camera draait, waarbij eerst alleen de linkerkant van het standbeeld zichtbaar is en aan het eind van het shot de voorkant van het standbeeld ook meer in beeld is gebracht. Op de achtergrond zijn een weg met rijdende auto's, groene bomen en diverse gebouwen zichtbaar. Shot ingezoomd op twee vlaggen: de voorste is de Georgische vlag en de vlag die erachter hangt is donkerblauw (doet denken aan de vlag van Europa). De camera beweegt snel naar beneden en richt zich op de mensen die op straat lopen. Shot van een locatie op ooghoogte met in het midden tegels en aan weerszijde bankjes met daarachter gras en bomen. Shot van twee cabines van de kabelbaan die langs elkaar bewegen, met op de achtergrond een kerk. Op de achtergrond klinkt een gemoedelijk muziekje gespeeld op een akoestische gitaar. Shot gefilmd vanaf een balkon met uitzicht op de binnenplaats van de accommodatie van de kandidaten.

Een halve seconde zwart beeld. Drone-shot van de stad Tbilisi, waarbij de camera vanaf een heuvel snel naar boven vliegt. Hierdoor is het standbeeld dat op de heuvel staat zichtbaar, met aan weerszijde een uitzicht op de stad. De camera vliegt nog hoger, waardoor het standbeeld uit het zicht verdwijnt en enkel een uitzicht op de stad zichtbaar is. Drone-shot van een rond gebouw omringt door groene bomen, met op de achtergrond allemaal gebouwen. In beeld komt de tekst: "Tbilisi circus". Shot van bovenaan trappen gefilmd, waarbij de kandidaten helemaal beneden langslopen.

Hein: "Nieuwe fantastisch mooie plek hier in Tbilisi."

Shot van beneden aan de trappen gefilmd, met de trappen in het midden, de kandidaten die naar boven lopen (met hun rug naar de camera toe) en aan weerszijde groene bomen. In het midden, tussen de bomen door, is de façade van een gebouw zichtbaar. De muziek op de achtergrond is nadrukkelijk aanwezig en klinkt groots en hard.

Hein: “We liepen een hele lange, grote, statige trap op omhoog en bovenaan die trap kwamen we bij een gigantisch gebouw, rond gebouw, het circus. Het circus van Tbilisi.” Tijdens deze uitspraak zijn de volgende beelden te zien: shot van de kandidaten die bovenaan arriveren. Shot van de kandidaten in hun rug gefilmd, met een gedeelte van het gebouw op de achtergrond. Drone-shot van de kandidaten die naar de ingang van het gebouw lopen, waarbij de drone langzaam omhoog vliegt en de kandidaten naar de onderkant van het beeld worden verplaatst. Hierdoor wordt het beeld grotendeels gevuld met de façade van het gebouw. Drone-shot vanuit vogelvluchtperspectief van het gebouw, waardoor het gebouw gedeeltelijk van bovenaf te zien is, net als de kandidaten die richting de ingang lopen. Drone-shot van de naam van het gebouw op de gevel.

Versteegh: “Wauw.” [wanneer de kandidaten het circus inlopen]

Opdracht 1 – Tbilisi circus (00:04:25)
Shot van de binnenkant van het (lege) circus, Rooijakkers in het midden van de ruimte en de kandidaten die naar hem toe lopen.

Haverkort: “Echt zo’n ouderwetse, Carré-achtige setting.”

Rooijakkers: “Goedemorgen, welkom in het circus van Tbilisi, gebouwd in 1939. Sindsdien hebben hier talloze legendarische lokale en Russische artiesten hun kunsten vertoond voor een hooggeëerd publiek, uiteraard. 2000 man sterk.”

Shot met alle kandidaten in de piste achter hun tafeltje met kaarten, met op de achtergrond de lege stoelen in het circus. Ingezoomde shots van clowns die de piste in komen rennen. Op de achtergrond vrolijke circusmuziek. Shots van de clowns die de kandidaten lastigvallen. Close-ups van de clowns. Shot van circusartiesten die de piste in komen rennen. Shot van de hele piste waarbij links in beeld een rij mensen de piste in komt lopen. Slow motion shots van de circusartiesten van onderaf gefilmd, met een langzaam en rustgevend muziekje op de achtergrond.

Gulsen: “Wanneer krijg je nou de kans om onderdeel te zijn van een heuse circusact? Ik vond dit echt waanzinnig tof.”

Shot vanuit vogelperspectief van de piste met de kandidaten en de circusartiesten. Onscherp shot van het plafond met witte vlokjes die naar beneden dwarrelen. Onscherp shot van drie gekleurde lampen met witte vlokjes die naar beneden dwarrelen. Muziek op de achtergrond is rustig en bijna hypnotiserend. Shots in slow motion van de circusartiesten. Muziek veranderd naar een vrolijke melodie. Shot van het plafond waarvan gekleurde ballonnen naar beneden komen vallen. Shot van de ballonnen die in de piste op de grond vallen. Shot vanuit vogelperspectief van de piste die vol ligt met kapotte en hele ballonnen. Shot op ooghoogte van de kandidaten die samen met de circusartiesten in de piste in het rond springen.

Interval (00:16:13)

Shot vanaf de straat waarbij de camera omhoogkijkt. De straat met daarin de gevel van de accommodatie van de kandidaten is te zien aan de linkerkant van het beeld, en aan de rechterkant grote groene bomen.

Ingezoomd shot van blauwe glazen platen. Shot vanaf de kade met een brug over de rivier en daar overheen een architectonisch construct bedekt met blauwe glazen platen (peace bridge). Shot van modern architecturaal gebouw (Tubular building). Drone-shot vanuit vogelperspectief van modern architecturaal gebouw (Justice House). Drone-shot waarbij de camera over en langs de met blauwe glazen platen bedekte brug beweegt.

Opdracht 2 – 'Racen' door de stad Tbilisi (00:19:52)

Shot van de kandidaten die op straat staan met huizen en restaurants. Shot van Rooijakkers en Hein met op de achtergrond een overdekt terras van een restaurant waar enkele mensen zitten. Shot van een gedeelte van de voorruit van een auto, waarbij de camera abrupt naar links beweegt en het mollogo in beeld komt, met aan de linkerkant de rivier en de brug met een overkapping van blauwe glazen platen.

Drone-shot van de stad met een rotonde met rijdende auto's en eromheen gebouwen. Het ondersteunt de uitspraak van Haverkort: "We werden losgelaten op een grote rotonde."

Verschillende shots van de kandidaten die over de straten rennen, tussen de auto's door en opzoek naar de auto met een mollogo. Drone-shot vanuit vogelvluchtperspectief van de rotonde. Shots van de kandidaten in de auto's en shots van de auto's waar de kandidaten inzitten geschoten vanaf de buitenkant. Shot vanuit

vogelvluchtperspectief van een andere rotonde met daarop een hoge pilaar met een gouden beeld. Drone-shot waarbij de camera over bomen vliegt en de rotonde met de hoge pilaar en het beeld tevoorschijn komt. Muziek op de achtergrond lijkt op een deuntje uit een actiefilm. Shot van de kandidaten die over straat rennen en aan mensen vragen waar het metrostation is. Drone-shot van een weg met rijdende auto's, op de achtergrond gebouwen en links onderin een meer met grijsbruin water. Shots van de kandidaten die in de metro stappen. Shots van de kandidaten die uit de metro stappen en over het perron rennen. Shots van de kandidaten die over straat rennen en aan mensen vragen waar Rose Revolution Square is. Drone-shot van de geparkeerde auto's met een mollogo erop. Drone-shot vanuit vogelperspectief van een modern architecturaal gebouw (Justice House). Drone-shot van Justice House met op de achtergrond de rivier en een afwisseling van gebouwen en groene bomen. Drone-shot met de rivier, links bovenin een kerk, en enkele gebouwen in het beeld. Drone-shot van de rivier met daaroverheen de brug met de overkapping van blauwe glazen platen en allerlei gebouwen met daartussen groene bomen. Drone-shot waarbij de camera een auto filmt en op dezelfde snelheid als de auto meebeweegt. Drone-shot met de rivier in het midden en daaroverheen de brug met de overkapping. Drone-shot ingezoomd op de overkapping van de brug, waarbij de camera langzaam omhoog beweegt. Drone-shot van de overkapping van de brug iets verder uitgezoomd met op de achtergrond gebouwen en groene bomen. Shot van Rooijakkers en Hein op dezelfde locatie als aan het begin van opdracht 2, op straat tussen de gebouwen en restaurants met terrassen. Shot van Haverkort die naar Rooijakkers en Hein rent.

Interval (00:34:36)

Drone-shot van de brug met de overkapping. Drone-shot met links onderin Tubular building en rechts hoger gelegen het gebouw van de presidentiële administratie van Georgië, met daar tussenin een weg met rijdende auto's. De drone vliegt richting het presidentiële paleis. Een halve seconde zwart beeld. Drone-shot van huizen en auto's die door de straten rijden. De camera draait langzaam meer naar boven, waardoor een groter gedeelte van de stad en de huizen zichtbaar is en verderop de groene bergen. Shot op ooghoogte van een gebouw met een boom. Hein en Haverkort komen het beeld inlopen. Shot van een soort steegje met een deur die openstaat en een waslijn met wasgoed. Door de opening is te zien hoe Hein en Haverkort voorbijlopen. Shot van een donker steegje waarbij het licht is in de opening waar Hein en Haverkort staan.

Drone-shot van twee auto's die over de weg rijden. Shot van de kandidaten die uit hun accommodatie komen. Rooijakkers die op een steen zit met op de achtergrond de rivier, een groen heuvellandschap en gebouwen. Drone-shot vanuit vogelperspectief van de gebouwen met links een weg met rijdende auto's. Opnieuw shot van Rooijakkers op een steen met op de achtergrond de rivier, een groen heuvellandschap en gebouwen.

Opdracht 3 – Institute of Space Structures (00:37:25)
Shots waarbij de camera omhoogkijkt naar het plafond van een gebouw met een rond dak. Snelle afwisseling van korte ingezoomde shots van de locatie van opdracht 3. Shot van het gebouw waarbij de camera begint aan de bovenkant van de façade en vervolgens in snel tempo naar beneden beweegt, waar Rooijakkers staat.

Hein: "We kwamen vandaag terecht bij een hele oude loods, hangar-achtige plek. Gigantisch gebouw en vervallen, hele vette oude industriële plek."

Rooijakkers: "Vanuit dit complex werden tijdens de Koude Oorlog radarsignalen verstoord. Toch moeten jullie het hier van goede communicatie hebben."

Shot van het gebouw in zijn geheel, gefilmd vanaf de buitenkant, waarbij de camera lichtelijk omhoog is gericht.

Gulsen: "Het was echt een súpermooi oud gebouw, enorm grote hoge hal."

Ingezoomd shot van de woordzoeker op de grond in het gebouw, waarna de camera uitzoomt en bijna de hele woordzoeker op de vloer in beeld komt. Shot van de kandidaten die door een deur heen gaan en over een grindpad een ander gebouw binnenrennen. Shot waarbij de camera ronddraait en de woorden die op de ramen geschreven staan weergeeft.

Interval (00:46:39)
Shot van een straat met aan weerszijde huizen, bomen en geparkeerde auto's. Rechts bij een gebouw staan Versteegh en Gulsen. Drone-shot van de stad met een afwisseling van gebouwen en groene bomen. Shot op ooghoogte van een persoon die

over straat loopt langs een winkel. Twee personen die bij de ingang van een winkel met elkaar kletsen. Shot van een persoon die op een balkon staat en uitkijkt op de straat. Shot van een straat waar auto's doorheen rijden. Shot van een weg met rijdende auto's en aan weerszijde gebouwen. Op de stoep lopen mensen. Muziek op de achtergrond klinkt als een soort klokkenspel. Shot van een gebouw, waarbij de camera bovenaan de façade begint en snel naar beneden beweegt. In beeld komt de tekst "Museum of Modern Art". Shot van de binnenkant van het museum met schilderijen en sculpturen.

Test (00:50:33)
Shot waarbij de camera inzoomt op een sculptuur en verschillende schilderijen. Shots van de kandidaten die hun molboekjes aan het bestuderen zijn in ruimtes die er modern uitzien (hoge plafonds, robuuste tafels, gekleurde stoelen, en planten). Shots van de kandidaten die de test maken in een leeg museum, omringd door kunst. Shots waarbij de camera snel afwisselt tussen ingezoomde shots van verschillende schilderijen en sculpturen.

Executie (00:53:23)
Shot van de kandidaten die op stoeltjes zitten, met op de achtergrond een leeg museum met schilderijen aan de muren.

Vooruitblik (00:59:18)

Aflevering 6 – Tskaltoebo – 10-02-2018

Review vorige week (00:00:15)
Introductie (00:00:50)
Drone-shot van een oase aan groene bomen tegen een berg op, met een gebouw in het midden van het beeld voor een kabelbaan. De cabine van de kabelbaan gaat naar beneden. Kaart van Georgië, waarbij de gele stip aanduidt dat de kandidaten in Tskaltoebo zijn. Drone-shot van een iets lager standpunt, met in beeld de cabine aan de kabelbaan en verouderde grauwe gebouwen op de achtergrond. De drone vliegt van linksonder naar rechtsboven, over de cabine heen. Drone-shot van de cabine aan de kabelbaan die achter de grote groene boom rechts in beeld verdwijnt. Shot van

Rooijakkers, met op de achtergrond dezelfde twee grauwe en verouderde gebouwen, met aan de onderkant groene bomen. Terwijl Rooijakkers vertelt over de vorige aflevering, komt bovenaan in het midden van het beeld de cabine van de kabelbaan steeds dichterbij. Aan het eind van het verhaal van Rooijakkers vult de cabine het linker gedeelte van het beeldvlak.

Leader (00:01:44)
Interval (00:02:35)
Drone-shot vanuit vogelperspectief van een ovale rotonde met rijdende auto's. Close-up shots van de WIDM-busjes (herkenbaar aan het kentekenbord) die achter elkaar rijden. Shot op ooghoogte van een bus die snel voorbijrijdt, met daarop een onleesbare Georgische tekst. Als de bus voorbij is gereden, is er een straat zichtbaar met aan weerszijde geparkeerde auto's, groene bomen en aan de rechterkant goed onderhouden gebouwen. Twee mensen steken de straat over, en lopen achter de twee WIDM-busjes langs. Drone-shot van een gedeelte van de stad, waarbij de daken van de gebouwen voornamelijk zichtbaar zijn, met hier en daar groene bomen. In het midden van het beeld is een lange weg zichtbaar waar auto's op rijden. De muziek op de achtergrond is *Searching for Home* van Dustin O'Halloran en Hauschka.

Jensen: "We zijn vertrokken uit Tbilisi, uh, een fraaaaie autorit."

Drone-shot van een groene omgeving, waarbij een huis en de weg gedeeltelijk verstopt zitten achter de groene begroeiing. De camera vliegt over dit gebied heen. Drone-shot van een hoog punt, waarbij een groen begroeide berg zichtbaar is, met links onderin een rivier met een brug. De camera beweegt van beneden naar boven. Drone-shot vanaf een hoog punt met uitzicht op een groen berglandschap, met links in beeld een gedeelte van een hoge rots met daarop twee stenen huisjes. De drone beweegt naar achteren, waardoor de hoge rots in zijn geheel zichtbaar wordt. Drone-shot vanaf een hoger punt waarbij dezelfde rots zichtbaar is, maar nu veel kleiner en omringd door een groen berglandschap. Shot vanuit de bus, waarbij de camera eerst focust op het gezicht van Weimans, en daarna scherpstelt op de groene omgeving die voorbijraast. Shot van de omgeving vanuit de bus, waarbij het beeld een grote waas is door de snelheid van het busje. Drone-shot van schuin boven met de twee WIDM-busjes die

over een weg rijden door een groen begroeid gebied door. De camera beweegt mee met de busjes.

Jensen: “Prachtig landschap. Landschap waar ik heel erg van houd, met veel bos, uh je voelt de vruchtbaarheid, groenheid.”

Shot van een restaurant waar de kandidaten eten, gefilmd vanaf de overkant van de weg, met geluiden van rinkelend bestek, glazen en borden op de achtergrond. Shot van de kandidaten die buiten op een overdekt terras eten aan de rechterkant, en aan de linkerkant van het beeld een bos.

Opdracht 1 – Tskaltoebo (00:05:07)
Een halve seconde zwart beeld. Drone-shot vanaf een hoger punt van een bebost gebied met hier en daar een gebouw. Onderaan in beeld een smal, lang gebouw. Close-up van een oude vrouw die met een soort rieten bezem de straat aanveegt. Shot op ooghoogte van een lager, maar langgerekt gebouw met op de voorgrond gras en groene bomen. Shots van het interieur van het gebouw: ziet er verlaten, oud en niet onderhouden uit. Er zijn geen mensen op de beelden zichtbaar. Close-ups van de buitenkant van het gebouw dat er verlaten uitziet. Shot waarbij de camera door een gang naar voren beweegt, waarbij de gang verlaten is, de muren afgebladderd en er lijken planten binnen te groeien. Shots van De muziek op de achtergrond tijdens deze beelden is *Carly Requiem* van Charlie Clouser (van de horrorfilm Jigsaw): klinkt heel mysterieus, alsof er iets spannends staat te gebeuren.
Shot van Rooijakkers en de kandidaten die buiten het gebouw staan, gefilmd van onderaf.

Rooijakkers: “Welkom in Tskaltoebo. In de Sovjettijd was dit uh, dankzij de heilzame bronnen een florerend dorp. Russische militairen kwamen hier bijvoorbeeld naar toe om aan te sterken. Die bronnen zijn er nog, maar de gasten komen niet meer. En dus hebben jullie dit [wijst en kijkt naar het gebouw] verlaten hotel compleet tot jullie beschikking. 50 kamers.”
Tijdens dit praatje gaat het beeld een halve seconde op zwart. Daarna een drone-shot van de bovenkant van een aantal gebouwen in het midden van groene bomen. Het smalle, lange gebouw staat opnieuw onderin beeld. De camera beweegt langzaam iets

meer omhoog, waardoor de omgeving meer zichtbaar wordt (de rest van de huizen in het dorp).

Shots van een verlaten gang en een close-up van een deur die op slot zit. Kandidaten die bonzen op de deur en “Ruben” schreeuwen.

Gulsen: “Toen ik eenmaal opgesloten werd in een hele oude, vieze kamer die echt gewoon volgens mij al 20 jaar verlaten is, brak de paniek wel enigszins uit.”

Drone-shot van de buitenkant van het gebouw, omringt door groene bomen.

Weimans: “Ik verwachtte elk moment Jack Nicholson die zijn kop door de deur zou steken, ‘here’s Johnny’.” [Weimans doelt met deze uitspraak op een scene uit de horrorfilm *The Shining*]

De muziek tijdens deze opdracht is allemaal afkomstig van de horrorfilm Jigsaw.

Interval (00:17:22)
Shot van een leeg zwembad met op de vloer grote rode vlekken, daarachter een groot huis. Shot van de voorkant van het huis met veel groene bomen. In dit huis (waarschijnlijk hotel) verblijven de kandidaten.
Drone-shot van een groen begroeid gebied met in de verte een rivier. In beeld komt de locatie waar de kandidaten zich nu bevinden: “Sukchai”. Shot van een niet geasfalteerd landweggetje waar eenden overheen waggelen. Shot van een huisje dat lijkt op een krot met een tuin, op de voorgrond staat een bruine koe. Close-up van het dier. De muziek is heel vrolijk en gemoedelijk, doet denken aan de smurfen.

Hein: “We belandden vandaag in een uh, dorpje, heel erg mooi eigenlijk. Het was eigenlijk maar één straat met hobbels en keien en daaraan stonden van die beetje vervallen, maar wel hele mooie huizen, en het was heel erg gemoedelijk eigenlijk. Eigenlijk een heel erg fijn gemoedelijk Georgisch dorpje.”
Tijdens deze uitspraak worden de volgende beelden getoond: shot van een oudere vrouw die over de landweg loopt. Drone-shot vanuit vogelperspectief die op het dorpje neerkijkt, met diagonaal de landweg. Shots van vervallen huizen in het dorpje, waarbij

kleine dieren rondom het huis lopen. Shot op ooghoogte van een oudere man met een beetje sloeberkleding aan die over het landweggetje loopt. Shot van een vrouw met een klein jongetje in haar armen, gepositioneerd voor een stenen muur met daarachter een huisje. Ze lachen in de camera. Shot van een hond die buiten ligt. Shot van een kat die ergens op springt en er dan vanaf valt.

Opdracht 2 – Sukchai (00:22:14)
Rooijakkers komt in een oude Lada aanrijden, over het landweggetje. De camera volgt hoe Rooijakkers door een hek rijdt, waar de kandidaten op hem staan te wachten. Shot van Rooijakkers die moeite heeft met het tot stilstand brengen van de Lada.

Rooijakkers: “Goedemorgen. Dit is Sukchai, een leuk plaatsje, […].”

Shot van een lokale familie bestaande uit vier volwassenen en drie kinderen die buiten voor hun huis staan. De man staat tegen een zwarte Lada aangeleund. Shot van een man en vrouw buiten in de tuin voor hun huis, waarvan de man zijn arm omhoog doet als teken van begroeting. Shot van een man en vrouw die buiten in de tuin voor hun huis staan, met ook nog een oud-uitziende tractor ernaast.
Snelle shots achter elkaar van de meubels die de kandidaten mee moeten nemen in de Lada’s, waarbij de shots zijn gemonteerd op de muziek het spel Tetris.
Drone-shot van het dorp met op de achtergrond een rivier. Shot op ooghoogte van een huis met daarvoor een Lada.

Jensen: “En het was, denk ik, een klassiek Georgisch plattelandshuis met tamelijk oude meuk.”
Tijdens deze uitspraak een shot van twee huizen naast elkaar, waarbij de camera van rechts naar links beweegt.

Shots en close-ups van de Lada’s met daarin en erop allerlei meubelstukken. Shot van kandidaat Hein en een Georgische vrouw die zich aan elkaar voorstellen. Shot van de Georgische vrouw die in de Lada gaat zitten met meubels op haar schoot. Shots van de Lada’s die volgeladen wegrijden, met enkele dorpsbewoners die toekijken. Drone-shot vanuit vogelperspectief van een volgeladen blauwe Lada die over het landweggetje rijdt. Shot van Weimans en een dorpsbewoner rijdend in de Lada. Shot

van de achterkant van een volgeladen blauwe Lada. Drone-shot van de landweg met daaromheen groene bomen. De Lada komt vanaf onder het beeld in gereden. De muziek op de achtergrond is de Angry Birds main theme.

Hein: “[…] en Irma zat naast mij en begint in het Georgisch liedjes te zingen. Nou, dan kan je me opvegen, lintje eromheen, kus erop, mazzel.”
Shot van Hein en dorpsbewoner Irma in de Lada, waarbij Irma een liedje zingt en Hein vol ongeloof en verbazing naar Irma kijkt.

Shot van de volgeladen blauwe Lada die het erf op komt rijden. Een dorpsbewoner helpt even duwen als de Lada moeilijk het erf opkomt. Shot van de dorpsbewoner bij Weimans in de auto die klapt en juicht als ze op bestemming zijn. Drone-shot van het landweggetje omringd door groene bomen, met een volgeladen Lada die over het landweggetje rijdt.

Hein: “We zwaaiden even, we toeterden even, alsof we hele trouwe dorpsbewoners waren.” [over het moment dat Hein en Versteegh, die beide een volgeladen Lada besturen, elkaar rakelings missen wanneer ze elkaar passeren]
Shots van de volgeladen Lada’s die onderweg zijn naar de andere kant van het dorp. Drone-shot vanuit vogelperspectief van een volgeladen Lada die rijdt over het landweggetje.

Shots van de kandidaten die allemaal aankomen op hun eindbestemming. Drone-shot van het dorp met in het midden de landweg en links bovenin een rivier. De camera beweegt langzaam naar achteren. Shot van een varken die slapend langs de kant ligt. Shot van een vogel. Drone-shot vanuit vogelperspectief van de volgeladen blauwe Lada. Shots op ooghoogte van de volgeladen Lada’s die op bestemming zijn aangekomen. Drone-shot van het dorpje, waarbij de drone naar de rivier vliegt, waardoor het dorpje uit beeld verdwijnt. Hierbij is de muziek erachter *A Time of Sweet Sadness* van Alan Lazar.

Interval (00:34:55)
Twee seconden zwart beeld, waarbij de volgende muziek wordt ingezet: *Grimm Fairy Tales* (uit de serie *Sherlock*, seizoen 2). Drone-shot vanaf een hoger punt met uitzicht

op een oase van groene bomen. Shot van de voorkant van het hotel van de kandidaten met veel groene bomen in beeld. Shots van de kandidaten die op een bankje zitten en eromheen staan, midden in een groene omgeving. Drone-shot van akker waar twee mensen aan het werk zijn, waarbij ouderwets twee ossen een ploeg trekken. De drone vliegt naar achteren en draait naar boven, waardoor een groot gedeelte van de akkers zichtbaar wordt. Drone-shot van een soort rotswand met groene begroeiing, met rechts in beeld een smalle waterval. Drone-shot van een klif met aan de linkerkant een ravijn, waarbij water naar beneden valt. Drone-shot van een weiland met water ernaast, met meerdere paarden die op het land lopen. Drone-shot van een weiland met aan de linkerkant van het beeld een berg met groene bomen. Drone-shot van een hogere positie met uitzicht op een groen berglandschap en een rivier in het midden. Drone-shot van een groen bebost landschap, waarbij de camera snel inzoomt op een ronde ruïne met een oculus in het dak. De tekst die erbij staat is “Tskaltoebo”. Mysterieus muziekje op de achtergrond.

Weimans: “We kwamen aan bij een, uh, gebouw dat leek op Battlestar Galactica. Ik weet niet of mensen die serie nog kennen. Een soort heel groot ruimteschip maar uh, deze versie was inmiddels een ruïne geworden.”
Drone-shot vanuit vogelperspectief met in beeld het dak van de ronde ruïne. De camera draait rond, waarbij de ruïne in het midden blijft staan. Shot aan de binnenkant van de ruïne, met zicht op de oculus.

Test (00:37:52)
Drone-shot van de oculus, waarbij de binnenkant van de ruïne zichtbaar is. Shot van de binnenkant, waarbij de camera gericht is op de oculus. Kandidaten die studeren voor de test aan de binnenkant van de ruïne. Weimans zit op de rand van een van de overblijfselen aan de binnenkant van de ruïne. Shot van kandidaten die in de ruïne hun molboekje bestuderen. Drone-shot van de oculus, waarbij de binnenkant van de ruïne zichtbaar is. Shot op ooghoogte van de binnenkant van de ruïne. Shots van de kandidaten, waarbij de ruïne een groot gedeelte van het beeldvlak inneemt.

Interval (00:43:14)
Rooijakkers is in beeld met op de achtergrond iets dat lijkt op een uitkijkpunt, met daarachter uitzicht op een groen berglandschap en een stad. Drone-shot van de ronde

ruïne, waarbij de camera langzaam uitzoomt en naar achteren beweegt, waardoor het groene beboste gebied met hier en daar een gebouw zichtbaar wordt. Drone-shot van een groene heuvelachtige omgeving met een groot gebouw verscholen tussen de bomen. Drone-shot (bijna) vanuit vogelperspectief van een WIDM-busje die langs rijdt en verdwijnt tussen de bomen.

Opdracht 3 – Medea Sanatorium (00:43:57)
Drone-shot van een soort gebouw met aan weerszijde groene bomen. In beeld komt de tekst “Medea sanatorium”. De drone vliegt naar het gebouw toe. Een halve seconde zwart beeld. Drone-shot waarbij de camera snel recht naar beneden afdaalt en dan komt de voorkant van het sanatorium in beeld.

Weimans: “We werden naar een andere locatie gebracht, ook weer een fantastisch oude ruïne, ook weer een oud badhuis uit de Sovjettijd.”
Shots en close-ups van de binnenkant van het verlaten sanatorium. Drone-shot van de binnenplaats van het sanatorium dat bedekt is met groene bomen en planten. Close-ups van enkele delen van het sanatorium. Drone-shot van een hoger punt, neerkijkend op de voorkant van het sanatorium waar Rooijakkers en de kandidaten staan. Meerdere malen flashbacks naar eerdere opdrachten uit het seizoen, waarvan de beelden een donkere/grijze gloed hebben.

Executie (00:56:52)
Drone-shot van het sanatorium, waarbij de drone omhoogvliegt en richting de binnenplaats van het sanatorium vliegt. De executie vindt plaats in de galerij van het sanatorium.

Vooruitblik (00:59:15)

Aflevering 7 – Tskaltoebo – 17-02-2018

Review vorige week (00:00:15)
Introductie (00:00:50)
Shot op ooghoogte van een klein stenen gebouw, waar links buiten een man voor zit in een autoband. Op de bovenkant bij de ingang van het gebouwtje staat een tekst in

het Georgisch. De kaart van Georgië verschijnt in beeld, met een gele stip bij de plaats Tskaltoebo. Shot waarbij de camera van boven snel naar beneden beweegt. In beeld is een straat te zien met enkele kraampjes, huizen en er lopen enkele mensen voorbij. Rooijakkers staat op straat, met achter zich kraampjes en mensen die langslopen. Er komt een lichtblauwe Lada aanrijden, die achter Rooijakkers stopt.

Leader (00:01:52)
Interval (00:02:43)
Shot van het hotel van de kandidaten, met links in beeld een persoon die met een soort rieten bezem de straat veegt. Shot van de binnenkant van het hotel waar de kandidaten gezamenlijk ontbijten. De ruimte is hoog, rond en groot en het lijkt bijna een theater. Shot van de zaal op zithoogte, waarbij de focus eerst ligt op de kandidaten die eten, en daarna stelt de camera scherp op cakejes die op de buffettafel op een schaal liggen. Drone-shot van een oud, half vervallen gebouw. De drone vliegt over het gebouw heen en erachter ligt een oase aan groene begroeiing met hier en daar een huis. De muziek is *Home* van Ramin Djawadi (uit *Game of Thrones* seizoen 7). Shot van twee mensen op een akker samen met een ouderwetse ploeg die getrokken wordt door twee ossen. Shot van een berggeit die op een rots ligt en uitkijkt op het berglandschap beneden.

Hein: “Wederom kwamen we aan bij een, ja, weer zo’n gigantisch paleis, overwoekerd, vervallen en de ene is nog mooier dan de andere en ook deze was wel echt imposant.” Tijdens deze uitspraak de volgende beelden: drone-shot van een gebied met veel groene bomen met daartussen huizen. Onderin beeld een smal, lang gebouw. In beeld komt de tekst “manor sanatorium”. Drone-shot met op de voorgrond bomen en daartussen door is een glimp op te vangen van een gebouw. De drone vliegt langzaam gedeeltelijk door de bomen heen, waardoor het gebouw iets zichtbaarder wordt.
Drone-shot van het sanatorium, waarbij de drone langzaam omhoogvliegt. Close-up van een standbeeld in de tuin, gefilmd vanaf de zijkant. Shot op ooghoogte van het standbeeld, met op de achtergrond het sanatorium.

Opdracht 1 – Manor sanatorium (00:05:20)
Shot van de kandidaten en Rooijakkers die aan de voorkant van het sanatorium staan.

Rooijakkers: “Goedemorgen. Dit is het manor sanatorium [wijst en kijkt naar het gebouw].”
Tijdens deze uitspraak de volgende beelden: drone-shot waarbij de camera heel snel uitzoomt, met eerst een shot van het dak, waarna er wordt uitgezoomd en het hele sanatorium in beeld is. Snelle shots wisselen elkaar af van de verschillende deelopdrachten.

Drone-shot van het sanatorium omringd door groene bomen en wat huizen op de achtergrond. Shots van de kandidaten in het sanatorium, waarbij zichtbaar is dat het gebouw in slechte staat verkeerd (muren zijn weg of ernstig versleten, vloeren waren bedekt met vuil en er zaten gaten in). Drone-shot van het sanatorium.
Drone-shot van het sanatorium met huizen en groene bomen op de achtergrond. Drone-shot van het sanatorium en de groene bomen eromheen.

Interval (00:19:01)
Een halve seconde zwart beeld. Drone-shot van een brug waar auto’s overheen rijden. De drone vliegt langzaam omhoog, waarbij eerst de onderkant van de brug zichtbaar was en daarna de bovenkant van de brug. Shot op ooghoogte van twee WIDM-busjes die geparkeerd staan voor een gebouw met daarop “Restaurant”. Shot van het restaurant gefilmd vanaf de overkant van de weg, waarbij af en toe een auto voorbij rijdt door het beeld heen. Shot van mensen die eten in het restaurant. Shot van Hein en Gulsen op een grasveld, met op de achtergrond een gebouw met losse planken tegen de muur aan. Drone-shot van de twee WIDM-busjes die de drone tegemoet komen rijden. Shots van de kandidaten in de busjes, waarbij ook de omgeving te zien is door het raam. Drone-shot met rechts een rivier met daaroverheen een brug, in het midden bovenaan een oase van groene bomen, en links in beeld huizen/gebouwen. Drone-shot van een stad met een mix van gebouwen en groene bomen. In beeld komt de tekst “Koetaisi”.

Hein: “De stad Koetaisi, waar we nu zijn, is eigenlijk een, uh, heel gemoedelijk stadje.”
Drone-shot vanaf een lager punt, waarbij een fontein op een rotonde centraal in beeld is gebracht.

Shot van een kraampje met diverse soorten fruit en mensen die zitten rondom het kraampje en enkele mensen die langs het kraampje lopen. Shot van een kraampje waarbij een vrouw iets groens uit elkaar aan het trekken. Shot van een lagere school met heel veel kinderen die buiten op het plein spelen. Drone-shot vanaf een hoger punt, waarbij een overzicht van een groot deel van de stad te zien is. De camera zoomt langzaam in op de brug die over de rivier heen ligt.

Hein: “Dwars door Koetaisi stroomt een rivier. Niet een lullig stroompje, het is wel echt een rivier. En over die rivier loopt een prachtige brug, een voetgangersbrug, een hele brede brug waar je over kan flaneren.”
Tijdens deze uitspraak zijn de volgende beelden te zien: drone-shot vanuit vogelperspectief van de rivier, met een cabine van een kabelbaan die eroverheen gaat. Drone-shot van een laag perspectief, waarbij de rotsen in de rivier zichtbaar zijn, evenals de onderkant van de brug. De drone beweegt langzaam omhoog, waardoor de brug (witte ‘Tetri’ brug) prominent in beeld komt, met daaroverheen lopend meerdere voetgangers. Shot van de reling van de brug, welke is afgebladderd en soms hangen er sloten aan de spijlen. Verschillende shots op ooghoogte van de voetgangers die over de brug ‘flaneren’, mensen die lachen, iemand die een foto maakt vanaf de brug. Drone-shot van de brug met daaronder de rivier.

Opdracht 2 – Koetaisi (00:23:53)
Rooijakkers [hij vertelt dit verhaal terwijl hij samen met de kandidaten over de brug loopt/flaneert]: “Jongens, Georgië is een land in wederopbouw, dat hebben jullie waarschijnlijk wel gemerkt. Overal waar je komt, uh, merk je dat mensen eindelijk in vrijheid leven na jaren van onderdrukking. Meer en meer monumenten worden gerestaureerd. Langzaam maar zeker krijgt het land zijn oude glorie terug. Dit, waar we nu lopen [over de brug], is een van de belangrijkste iconen van deze stad, van Koetaisi. De witte die het oosten van de stad [wijst] met het westen [wijst] verbindt. Het is op het nippertje gered van instorten, nu is hij voor een groot deel herstelt. Jullie gaan helpen om de oude glorie van deze brug weer terug te brengen. En dat doen jullie door die [wijst] en die [wijst] reling weer hagelwit te maken.”
Gulsen: “Oh, leuk!”
Rooijakkers: “Dat is zo’n 125 meter aan schilderwerk. Dat kunnen jullie natuurlijk nooit alleen, dus uh, jullie moeten de bevolking van Koetaisi gaan mobiliseren om jullie te

helpen verven. […] Jullie hebben tot ik denk [kijkt op horloge], half 7, want dan komt de burgemeester deze brug feestelijk heropenen." [kandidaten lachen]
Gulsen: "Ik vind dit zo leuk! […] Jongens, wat een leuke opdracht!"

Drone-shot vanuit vogelperspectief met in het midden van het beeld de rivier en de brug, en aan weerszijde van de rivier gebouwen. Close-ups van de reling die geverfd moet worden. De muziek op de achtergrond is vrolijk, met veel trompetten (*The Flik Machine* van Randy Newman uit de animatiefilm *A Bug's Life*).

Versteegh: "Okay, Olcay, we hebben geld. 500 Lari, dat is ongeveer 150 euro. Ik denk dat we moeten hebben, uh, drank, iedereen is gevoelig voor drank, hapjes, want we gaan een feestje maken en eventueel wat muziek."

[conversatie tussen Weimans en een jonge inwoonster van Koetaisi]
Weimans: "Do you want to help paint?"
Inwoonster: "Yeah, sure."
Weimans: "Yes? Oh, fantastic! We uh, need to paint the whole bridge. And in 3 hours the mayor of this city will come to open the bridge."
Inwoonster: "Yes, woooh! I'm so excited. White bridge is symbol of uh, our city. Our city called Koetaisi and white bridge and white stones is symbols."
Weimans: "Yeah, it's an important bridge I hear, huh?"
Inwoonster: "Yeah, yeah, very important uhhh,
Weimans: "So that's why we're here to-"
Inwoonster: "Yeah, with rich history."

Versteegh: "Ik denk dat in dit land iedereen gevoelig is voor Wodka."
Gulsen: "Ja."

Versteegh: "[…] maar nog belangrijker, ik ontmoet daar iemand met wie ik een vriendschap voor het leven sluit, Maya."
Shot van Versteegh en Georgische winkelmedewerkster Maya, waarbij Maya uitbundig lacht en Versteegh een kus op de hand van Maya geeft.

Gulsen: "Iedereen was heel lief. De lokale bevolking was onwijs welwillend."

Versteegh [met een nep-accent wat doet denken aan Russisch/Oost-Europees]: “My name is Jan, I give you wodka and beer.”

Drone-shot van de brug, rivier en aan weerszijde gebouwen.

Jensen: “Bleek eigenlijk dat als je eenmaal op die brug bezig was met een kwastje, dat er allerlei mensen nieuwsgierig waren en dat dat werven, dat- dat kon je gewoon doen terwijl je bezig was. En ik vond het ook hartstikke leuk om te doen.”

Gulsen: “Can you help me paint?”
Oude man: “Sorry?”
Gulsen: “Painting? [beeldt verven uit met haar handen]”
Oude man: “I don’t know if this can be painted, but you’re foreigners?”
Gulsen: “Yes we are.”
Oude man: “Oh, from what country are you?”
Gulsen: “Uh, Amsterdam. But I don’t have time, sir. Have a great day!”
Versteegh: “Oh! Zag je dat! Een tikje op je bips. Hahaha.”

Shots op ooghoogte van Gulsen en Versteegh die een Georgische saxofonist overhalen om naar de brug te komen en daar te spelen, tegen betaling.

Hein: “Het werd echt gezellig. Dit was een feest. Er waren heel veel mensen aan de gang en eigenlijk binnen no-time waren we al een heel eind gekomen. En deze mensen deden dat in volle overgave. Ze vonden het fantastisch.”
Drone-shot van de brug waar tientallen mensen aan het verven zijn.

Versteegh: “Je moet op een bepaalde manier mensen proberen in te palmen.”
Versteegh [tegen een Georgische dame]: “Hello, hello, hello. My name is Jan [steekt hand uit naar de dame].”
Versteegh: “Ik doe mijn best om de Georgische vrouwen het hof te maken.”
Versteegh [tegen een Georgische dame]: “Ah, lieverd, toe nou. Alsjeblieft! Alsjeblieft! [Versteegh blijft de hand van de dame vasthouden terwijl zij weg probeert te lopen en gaat op zijn knieën om te smeken.] Alsjeblieft, verlaat me niet. Help me verven.” Shot van de Georgische dame die haar hand lostrekt wegloopt.

Versteegh [als de Georgische dame bij hem wegloopt]: “Bye bye, ik zal je nooit vergeten.”
Versteegh: “Meestal is het niet genoeg. En heel af en toe lukt het me wel om de dames mee te krijgen naar de brug.”
Shot van Versteegh met twee Georgische dames aan zijn armen.

Een halve seconde zwart beeld. Drone-shot van de brug met tientallen mensen die aan het verven zijn. Close-up in slow motion van handen die een kwast vast hebben en de brug schilderen. Muziek op de achtergrond is *Epilogue* van Hans Zimmer, Pharrell Williams en Benjamin Wallfisch (van de film *Hidden Figures*): zorgt voor een heel sereen en rustgevend gevoel.

Versteegh: “De goedheid van de mens. Misschien ook wel de trots op hun eigen stad. Als je daarnaar kijkt, dan word je gewoon blij.”
Tijdens deze uitspraak verschillende shots van inwoners die verven, jong en oud, in slow motion. Drone-shot van een gedeelte van de brug, met mensen die verven en een jongen die zwaait naar de camera. De drone beweegt van links naar rechts. Shot van inwoners die verven. Shot van Weimans die verft. Drone-shot van de bovenkant van de brug terwijl inwoners verven, De drone vliegt langzaam over de brug, waardoor de rivier met rotsen daarin zichtbaar wordt.
Close-ups van de brug wanneer deze helemaal wit is geverfd. Shot van de kandidaten, de burgemeester en Rooijakkers op een rijtje, staand achter een rood lint met een strik. De muziek op de achtergrond is het begin van *Marmalade Chefs* van Dario Marianelli (van de film *Paddington 2*).

Burgemeester van Koetaisi: “Thank you. I speak Georgian, but [de volgende woorden zijn in het Nederlands, maar de burgemeester zei deze in het Georgisch] Dank u wel. Fijn dat jullie in Koetaisi zijn, een heel oude stad. Welkom. Mogen jullie hier nog vaker komen.”

Drone-shot van de kandidaten, de burgemeester en Rooijakkers die op een rijtje over de brug lopen. De drone vliegt over de brug heen, waarbij aan het eind van het shot voornamelijk de rivier zichtbaar is. Een halve seconde zwart beeld. Drone-shot vanaf

een hoog punt van de brug met enkele mensen die eroverheen lopen, met aan weerszijde de rivier.

Interval (00:35:42)
Drone-shot met onderin een kleine strook berglandschap, maar het overgrote gedeelte van het beeld is gevuld met een blauwe lucht met een paar kleine wolken. Het is een time-lapse shot, herkenbaar aan de wolken die heel snel bewegen. Shot van Jensen die in een soort gesloten galerij met trappen aan het mediteren is. Shot van de schaduw van Jensen die haar handen in de lucht doet. Shot van Jensen met haar rug naar de camera terwijl ze mediteert. Verschillende shots van Jensen die aan het mediteren is, zowel close-ups als shots op ooghoogte. Muziek: *The Hummingbird Comes* van Riverbear Medicine: doet Oosters aan.
Drone-shot van een gebied met veel groene bomen dicht opeen, waarbij de camera langzaam omhoog beweegt waardoor meer van de omgeving zichtbaar wordt, namelijk nog meer groen. Shot van een groene omgeving, met Rooijakkers in het midden van een beeld op een soort brug. Shot waarbij meer is ingezoomd op Rooijakkers. Drone-shot van een hoger punt van een bebost gebied met veel groen, een rivier in het midden en rechts een weg waar enkele auto's op rijden.

Rooijakkers: "Opgetogen verlaten ze Koetaisi en reizen door naar Bordzjomi."
Drone-shot van een weg door een groen landschap met de twee WIDM-busjes in beeld. Drone-shot van berglandschap met een rivier in het dal en een blauwe lucht met een enkele wolk. Drone-shot van een berglandschap met op de voorgrond een soort fort die tegen en op een berg is gebouwd. Drone-shot van een groen landschap met bergen en bomen, waarbij links in beeld een oude trein het beeld in komt rijden. Close-up van de voorkant van de trein die door de groene bomen rijdt. Drone-shot van de trein die door de groene bomen rijdt. Drone-shot van de trein die langs een aantal kleine huizen rijdt. Muziek: *Accelarated Training* van Marco Beltrami (van de sciencefiction/ fantasy film *The Giver*).

Opdracht 3 – Bordzjomi (00:37:54)
Hein [over de trein die aan komt rijden]: "Check dit apparaat, joh."
Versteegh [over de trein die aan komt rijden]: "Ik heb nog nooit zoiets gezien. Zoals een kind een auto tekent, hoekig, en ja, fantastisch, fantastisch."

Weimans: “Dit is wel een hele mooie. Daar kan de NS nog wel een puntje aan zuigen.”

Shot op ooghoogte van de trein die voorbijrijdt met de kandidaten erin. Verschillende shots van de trein die rijdt door het groene landschap. Drone-shot van een groen berglandschap, waarbij in het midden onderaan in het beeld een trein rijdt. Drone-shot van de trein die langs groene bomen rijdt. Drone-shot van een groen berglandschap, gefilmd vanaf een hoger punt. Drone-shot van een groen landschap met in het midden van het beeld een trein die over een spoorbrug rijdt. Verschillende close-ups van de trein. Drone-shot waarbij de zijkant van de trein zichtbaar is die langs groene bomen rijdt. Drone-shot van een groen berglandschap met in het midden (in het klein) de rijdende trein. Close-ups van de trein.

Shots op ooghoogte van de kandidaten die naar het uitzicht kijken.
Versteegh: ‘Wauw! Echt mooi, hè!”

Drone-shot van de trein die door een groen berglandschap rijdt.

Rooijakkers: “Welkom in Tsemi. Mooi ritje, hè?”
Kandidaten: “Ja, prachtig.”

Test (00:52:08)
Shot van bomen, waarna de camera naar beneden beweegt en een klein huisje in beeld komt. Snelle shots wisselen elkaar af van het huisje, zowel van de buitenkant als van de binnenkant van het huisje. In nagenoeg elk shot is er een bordje of afbeelding met Georgische tekst erop zichtbaar. De kandidaten maken de opdracht in een kamer in het huisje.

Executie (00:54:15)
Shot van de buitenkant van het kleine huisje. Shot van de kandidaten die binnen plaatsnemen op de stoelen. Het behang op de muren in de ruimte is afgebladderd.

Vooruitblik (00:59:21)

Aflevering 8 – Borjomi – 24-02-2018

Review vorige week (00:00:15)
Introductie (00:00:51)
Drone-shot van een groen heuvelachtig landschap, waarbij de zon net achter de berg vandaan komt. De landkaart van Georgië komt in beeld, waarbij de gele stip staat bij Borjomi [dit schreven ze in aflevering 7 als "Bordzjomi". Close-up van een groep stenen met wat onkruid ertussen, met daarachter stromend water. Shot op ooghoogte van Rooijakkers met op de achtergrond een groen berglandschap en rechts in beeld in de verte een huis.

Leader (00:01:33)
Interval (00:02:25)
Drone-shot van een groen berglandschap. Shot van een rivier met veel rotsen in het water en aan de zijkant groene bomen. De camera beweegt van links naar rechts. De muziek is *Early Morning Fog* van Jacob Shea en Jasha Klebe (van *Planet Earth II*).

Weimans: "We kwamen aan in Borjomi, uh, een bijzonder stadje hier in Georgië. Er is hier heilzaam mineraalwater en dat betekent dat mensen van heinde en verre hier naartoe komen om dat mineraalwater te drinken."
Tijdens deze uitspraak de volgende shots: shot op ooghoogte van een lage vlakke brug, met daaromheen veel groene bomen en in de verte twee kinderen. Shot op ooghoogte van twee locals op een motor met een soort zijspan die wegrijden. Shot van twee locals die op een soort krukje zitten op straat. Shot waarbij de camera omhoog is gericht op de waterval die tussen de groene bomen vandaan komt. Shot op ooghoogte van dezelfde brug, maar meer abstracter. Veel lichtblauwe hoge palen staan op de brug en daar tussendoor is een groepje van 3 mensen gefilmd, waarvan de jonge vrouw water uit een plastic bekertje drinkt. Shot op ooghoogte van de accommodatie van de kandidaten. Shots van de kandidaten die ontbijten. Shot op ooghoogte van de kandidaten die in het WIDM-busje stappen. Shot van de natuurlijke omgeving (groen berglandschap) gefilmd vanuit het rijdende busje. Shot van het groene berglandschap, gefilmd vanaf de weg, waarbij het busje de camera tegemoet komt rijden. Drone-shot vanaf een hoger punt van de groene en heuvelachtige omgeving met een rivier links in beeld en door het midden een weg met het busje. De

camera beweegt met het busje mee, waardoor de rivier langzaam uit beeld verdwijnt en alleen gras en groene bomen zichtbaar zijn. Shot op zithoogte met links de weg en het busje die aan komt rijden en rechts twee locals die op stoeltjes langs de weg zitten en met elkaar in gesprek zijn. Aan het eind van het shot kijken ze beide in de camera.

Opdracht 1 – Vardzia (00:05:06)
Drone-shot van een berg met halverwege veel rotsen. De camera zoomt op een snel tempo in op de rotsen, waarna de camera abrupt stopt met inzoomen als de rotswand met allerlei grote gaten erin zichtbaar is. Er klinkt een soort operagezang van mannelijke stemmen. Close-up van het gezicht van een man die zingt. Shot op ooghoogte van een groep mannen die zingt, allemaal met hetzelfde uniform aan. Drone-shot van de rotswand met grote gaten erin aan de linkerkant van het beeld, en aan de rechterkant van het beeld een groen dal met een rivier. Op de achtergrond klinkt een kinderlijke operazangstem. Close-up van een tiener die zingt. Drone-shot met enkel de rotswand in beeld, met op de achtergrond de zang van een mannengroep. Shot ingezoomd op een deel van de rotswand waarbij twee openingen zichtbaar zijn. Shot van groep tiener die zingt, allemaal in uniform (anders dan de mannen). Close-up van de enige jongen in de groep tieners. Drone-shot van de berg met de rotswand, waarbij er wordt uitgezoomd. Shot op ooghoogte van een groep mannen die zingt, allemaal in uniform. Shot vanaf een afstand op ooghoogte, waarbij de kandidaten richting Rooijakkers lopen. Op de achtergrond is de berg met de rotswand zichtbaar. Shot van de kandidaten en face. Muziek op de achtergrond klinkt oosters.

Rooijakkers: “Morgen. Welkom in Vardzia. In 1185 stichtte koningin Tamar dit [wijst naar berg met rotswand] grotklooster als bescherming tegen de Mongolen. Zo’n 2000 monniken woonden hier, verspreid over 13 verdiepingen met evenveel kerken. Maar wat je nu ziet, dat zag je toen niet. De stad werd eind 13de eeuw blootgelegd door een aardbeving. Met zoveel historie is dit natuurlijk een prachtige plek voor een polyfonisch zangoptreden, daar kent Georgië een rijke traditie in, toch, Ruben?”
Hein: “Ja, zeker.”
Rooijakkers: “Tussen het genieten door is de bedoeling dat jullie de zanggroepen matchen die hetzelfde nummer zingen.”

Tijdens deze uitspraken worden de volgende beelden getoond: shot van het grotklooster waarbij de camera van rechts naar links beweegt om het helemaal in beeld te brengen. Drone-shot van de berg met het grotklooster.

Drone-shot van de berg met het grotklooster. Shot van een gedeelte van het grotklooster, met de kandidaten die uit een soort huisje naar buiten stappen. Shots van de kandidaten die de trappen op- en aflopen om naar de verschillende zanggroepen te luisteren. De muziek is afkomstig van de verschillende zanggroepen.

Hein: “Wauw.” [als hij de trap af loopt en een groep mannen in uniform begint te zingen.
Gulsen: “Toen Jan en ik langs de eerste grot liepen wilde ik meteen stilstaan, wat was dat een *waanzinnig* mooi nummer. Het raakte mij direct. Ik wilde eigenlijk op een rots gaan zitten en daar gewoon uren naar luisteren.”
Close-ups en shots op ooghoogte van de zanggroepen.

Weimans: “Mannen in een waanzinnige Georgische outfit met zwaarden, volgens mij hadden ze een soort van kogels in zilveren hulzen.”
Hein: “Ik was echt een beetje uit het veld geslagen, in zoverre, het was zo fantastisch geluid, fantastische sound.”
Shots van een hoger punt van de kandidaten die naar de zanggroepen luisteren. Close-ups van de zangers.

Gulsen: “Bij de tweede groep kwamen we kindjes tegen en die zongen iets minder, uh, mooi, maar alsnog wel echt heel schattig.”
Versteegh [tegen Gulsen]: “Mooi, hè.” [over de oudere mannelijke zanggroep]

Shots van de kandidaten die de trappen op- en aflopen om bij de volgende zanggroepen te komen. Shots van de kandidaten die bij een groep stilstaan om te luisteren.

Gulsen: “Je kon echt gewoon die prachtige natuurgebieden zien en ondertussen had je ook nog het genot van die enorm mooie zangkunsten, dus ja, ik was eigenlijk onderweg ook een beetje de opdracht van Art vergeten om eerlijk te zijn.”

Tijdens deze uitspraak een drone-shot met links de berg met het grotklooster en rechts een dal met een rivier en andere bergen in de verte.

Shots van de zanggroepen. Shots van de kandidaten die naar de zang luisteren. Close-up van de zwaarden die de mannen bij zich dragen.

Versteegh: “Fan-tastisch. […] Er staat 1 meisje bij en die, die is zo, staat zo serieus te zingen en uh, op het moment dat ik dan even naar haar lach, dan heel even een lachje terug, een heel lief, mooi, puur lachje, en daarna weer vol door in het serieuze gezang. Ja, het was fantastisch.”

Shot van de kandidaten die klappen en de groep kinderen bedanken. Shot van de kandidaten die langs ze zanggroepen lopen. Shot van de kandidaten met op de achtergrond het groene berglandschap.

Rooijakkers: “Mooi, hè, die samenzang?”
Versteegh: “Prachtig.”
Rooijakkers: “Vooral op deze plek.”

Drone-shot met links onderin de berg met het grotklooster en rechts in beeld het groene berglandschap.

Interval (00:14:37)
Een halve seconde zwart beeld. Drone-shot van een groen berglandschap, met rechts onderin het busje dat over de weg rijdt. De camera beweegt met het busje mee. Drone-shot vanuit vogelperspectief met in het midden een kronkelvormige rivier met gras ernaast. Shot vanaf een hoger punt met links in beeld Hein en Weimans op een heuvel, gefilmd met hun ruggen naar de camera toe. De rest van het beeld bestaat uit bomen, een pad en een paar plekjes om te zitten. Shot van een afstand met rechts onderin beeld, gefilmd vanaf de voorkant, omringd door groene bomen, gras en rotsen. Drone-shot van een groen bergachtig gebied, gefilmd vanaf een lager punt. De camera beweegt snel en vliegt als het ware tussen de bomen door. Shot van een hoog punt met op de voorgrond dichte begroeiing van groene bomen en een rivier met daaroverheen een brug, in de verte een groen heuvellandschap. Shot van een

graafmachine langs het water, waar enkele koeien voorbij lopen. Shot op ooghoogte van een oude local die langs het water aan het vissen is.

Opdracht 2 – [exacte locatie onbekend, maar in de buurt van Bordzjomi] (00:17:03)
Drone-shot van een groen landschap met diagonaal door het beeld een wilde rivier. Shot van vier auto's in de vorm van een plus bij elkaar. Shot op ooghoogte van twee oudere mannen en een hond op de achtergrond. Shot van een local bij een rivier die aan het vissen is. Shot van een local die een heuvel oploopt, met in zijn hand een stok.

Interval (00:28:37)
Shot met time-lapse van een grote wolk in de lucht die van vorm verandert. Shot van een busje die over de weg rijdt, langs een klein huisje langs het spoor. Drone-shot met boven in beeld een blauwe lucht met wolken, in het midden een rij groene bomen, en onderin een grote rivier met daarin de weerspiegeling van de lucht. Shot met in het midden een rivier, aan de linkerkant een weg waar auto's rijden en rechts bomen en verderop een gebouw. Drone-shot van een gedeelte van de stad met veel groene bomen en enkele huizen, met een kabelbaan waar een cabine aan hangt die langzaam omhoog gaat. Shots van Versteegh en Gulsen die samen op de stoep lopen. Shot van de lucht met aan de linkerkant een kleine verticale strook bomen in beeld. De camera beweegt snel van boven naar beneden, waardoor een groen gebied in beeld komt met in het midden een wilde rivier en aan weerszijde groene bomen. Close-up van de rivier met een rots in het water. Shot van iemand in een kajak op de wilde rivier. Shot van Rooijakkers met op de achtergrond onscherpe stenen bouwwerken en groene bomen.

Opdracht 3 – Mtkvari river (00:32:51)
Drone-shot van een groen gebied met akkers, waarbij de camera van boven naar beneden beweegt en stopt bij de rivier. Shot op ooghoogte van de rivier met links een grote boom en rechts in de verte een berg. Shot van de kandidaten midden omringd door gras en groene bomen en richting Rooijakkers lopen. Shot van Rooijakkers die naast de rivier wacht met een opblaasboot.

Rooijakkers: "Goedemorgen. Dit is de Mktvari rivier en pasgeleden werd hier nog het Europees kampioenschap raften gehouden."
Tijdens deze uitspraak een drone-shot waarbij de camera snel over de rivier beweegt.

Drone-shot van de rivier vanaf een hoger punt. Drone-shot van het berglandschap met de rivier in het midden van het beeld. Drone-shot van de rivier omringd door gras en boven in beeld bergen.
Gulsen: “Wat te gek is dit.”
Tijdens deze uitspraak een drone-shot van de kandidaten in het bootje op de rivier, omringd door gras en bomen.

Drone-shot van de kandidaten in het bootje op de wilde rivier.

Gulsen: “Het was echt een van de tofste opdrachten die ik heb gedaan. Ja, voor het eerst misschien ook wel echt een vakantiegevoel.”

Drone-shot van de kandidaten in een bootje op de wilde rivier, gefilmd van de achterkant.

Interval (00:50:25)
Drone-shot van een lager punt, waarbij de drone vlak langs een boom vliegt. Het beeld toont een groen heuvellandschap met in de verte bergen. Drone-shot van een hoger punt met uitzicht op een bergachtig gebied. Shot waarbij is ingezoomd op een wapperende Georgische vlag aan een stok. Shot van gebouw met in een halve cirkel eromheen hoge groene bomen. In beeld komt de tekst: “Romanov Palace”. Het exterieur van het gebouw zit tegen het Oosterse aan.

Test (00:50:44)
Shot van onderaf omhoog gefilmd van een standbeeld met op de achtergrond de lucht. Dit is een time-lapse omdat de wolken zeer snel bewegen. Shots van de kandidaten die individueel buiten aan het studeren zijn. Shots van de kandidaten die op verschillende locaties in het gebouw en buiten het gebouw de test maken. Drone-shot vanuit een vogelperspectief met in beeld het dak van Romanov Palace en de bomen eromheen.

Executie (00:53:28)
Shots van de kandidaten die plaatsnemen op de stoeltjes, met op de achtergrond de voorkant van Romanov Palace.

Rooijakkers: “Dit achter jullie is het Romanov paleis, een van de buitenverblijven van de laatste Russische tsaren.”

Vooruitblik (00:59:20)

Aflevering 9 – Borjomi – 03-03-2018

Review vorige week (00:00:15)
Introductie (00:00:50)
Shot van een berglandschap. Kaart van Georgië in beeld, waarbij de gele stip aangeeft dat de kandidaten zich in Borjomi bevinden. Shot op ooghoogte van een kudde koeien en paarden, met erachter een man op een paard die de kudde in de goede richting leidt. Shot van Rooijakkers met op de achtergrond een berglandschap en links in beeld een kudde schapen en de man op het paard komt vanaf links ook het beeld in.

Leader (00:01:43)
Interval (00:02:35)
Drone-shot van een groen dichtbegroeid gebied, met in het dal in het midden van het beeld enkele gebouwen. In het shot is ook een kabelbaan zichtbaar met een cabine die naar beneden gaat. Op de achtergrond klinkt onweer als geluid. Drone-shot met links de cabine aan de kabelbaan, in het midden een rivier met een brug eroverheen en rechts een straat met hier en daar wat gras en groene bomen. Er lopen twee mensen op de stoep langs de rivier. Shot op ooghoogte van de rivier met links de weg, rechts bomen en in het midden achteraan een gebouw. Shot van de kandidaten die samen een drankje doen, met op de achtergrond een straat, een gebouw aan de overkant van de en groene bomen. Shot vanaf de buitenkant van het gebouw waar de kandidaten een drankje drinken, wat lijkt op een overdekt terras. Drone-shot van een gebouw, waarbij het ongelijke roségouden dak in het oog springt. Drone-shot van een met mos begroeide berg, waarbij de drone omhoogvliegt. Drone-shot van een bergachtige omgeving met diagonaal in beeld een autoweg waar het WIDM-busje overheen rijdt. Drone-shot van een hoger punt van een berglandschap met een weg halverwege langs de berg.

Versteegh: “We zitten lang in de auto voor deze opdracht, een heel stuk over vlakke wegen, maar ook zeker een half uur omhoog slingerend met van die haarspeldbochten.”
Tijdens deze uitspraak een shot op ooghoogte van een groen gebied, waar links het WIDM-busje het beeld in komt rijden. De camera volgt het busje. Drone-shot van een berglandschap met een weg halverwege langs de berg. Op de achtergrond klinkt een vrolijk muziekje: *eyjafjallajökull* van Theodore Shapiro, José González, Mark Graham (van de film *The Secret Life of Walter Mitty*).

Drone-shot van een berg met gras, hier en daar groene bomen en veel rotsen. Halve seconde zwart beeld.

Hein: “We kwamen aan op een plek midden in het bos op de top van een berg. Het rook lekker, uhm, vogeltjes fluiten nog, nou daar word ik sowieso blij van, en het was, ja, best wel een bijzondere plek maar ook met name omdat er door dat bos verspreid, stonden er allemaal gebouwen met gigantische koepels erop.”
Tijdens deze uitspraak een drone-shot waarbij het onderste gedeelte van het beeld bestaat uit een bos met hoge groene bomen, het bovenste gedeelte uit bergen, en in het midden van het beeld is een gebouw met een koepel zichtbaar. De naam “Abastumani Observatory” komt in beeld. Shot op ooghoogte van het bos. Close-up van grassprietjes en gele bloemetjes. Close-up van een combinatie van gele en witte bloemen met veel groene planten. De camera beweegt van rechts naar links. Muziek op de achtergrond is rustgevend, wekt een ‘zen-gevoel’ op. Drone-shot van een gebied in het bos waar de gebouwen met koepels zichtbaar zijn. Drone-shot vanuit vogelperspectief van de gebouwen met de koepels.

Versteegh: “Koepels. Niet koepels als een kerk koepels kan hebben, of zoals een theater een koepel kan hebben, maar duidelijk koepels van observatoria, waarbij je dus mee de sterren in de gaten kunt houden. Het is een heel raar soort surrealistische bebouwing.”
Tijdens deze uitspraak een shot waarbij de camera omhoog filmt, met in beeld een gebouw met een koepel, waarbij de camera van links naar rechts beweegt. Shot ingezoomd op een van de gebouwen (niet herkenbaar wat het voor moet stellen), met links de ondergaande zon. Shot op ooghoogte van een gebouw met een koepel. Shot

van hetzelfde gebouw maar meer vanaf de zijkant gefilmd, met grotendeels de koepel en het gedeelte van het gebouw recht onder de koepel in beeld.

Drone-shot van het groene bos met onderin beeld de observatoria en de bergen op de achtergrond.

Hein: “Het leek er dus op dat we bij de Georgische sterrenwacht waren beland.”

Opdracht 1 – Abastumani Observatory (00:06:01)
Shot op ooghoogte met zicht op de voorkant van de kandidaten en rechts in beeld de rug van Rooijakkers. Ze staan tussen de observatoria, naast een kleine trap.

Rooijakkers: “Finalisten. Dit is het Abastumani Observatorium. Over dit terrein verspreid staan 5 gebouwen met daarin een telescoop. De wetenschappers die hier wonen wijden hun leven aan het bestuderen van het heelal. Hier zien ze wat met het blote oog onzichtbaar is.”
Tijdens deze uitspraak een drone-shot vanuit vogelperspectief van het terrein met de observatoria. Shot van een gebouw met een koepel. Shot van een eivormig gebouw dat waarschijnlijk ook een soort koepel met telescoop moet voorstellen. Shot van een gebouw met koepel die half verscholen ligt achter de groene bomen. Shot van een laag punt van een gebouw met een koepel.

Drone-shot met links in beeld van dichtbij een koepel en in het midden van het beeld andere gebouwen met koepels. De drone vliegt langs de koepel van dichtbij, richting de andere gebouwen met koepels. Drone-shot vanuit vogelperspectief van het terrein met de observatoria (twee keer). Shots van lantaarnpalen die lichtgeven omdat het donker wordt. Shot op ooghoogte met links een gebouw met een koepel en een oudere man die van een trap komt lopen en rechts de kandidaten die van een trap aflopen. Close-up van een bord die naast de ingang van een van de observatoria hangt met daarop Georgische en Engelse tekst.

Versteegh: “Wauw.” [als hij de trap oploopt en de koepel ziet]

Shot van de koepel en een enorme telescoop, waarbij de camera van links naar rechts beweegt. Muziek op de achtergrond: *Cambridge, 1963* van Jóhann Jóhannsson (van de film *The Theory of Everything*): een beetje een wauw-gevoel.

Hein: “Je komt dan in zo’n, ja, sterrenwacht. Het was donker, het was leeg, het had ook een beetje iets spookies en daar staan nog echt apparaten uit, 1803 ongeveer, uh, met overal radartjes en knoppen waar je aan moet draaien onder het stof en, en foto’s van ontdekkingen die ze hebben gedaan. Back in the Soviet.”

Drone-shot van een donker gebied, waarbij opeens een gedeelte van een koepel openschuift waardoor het lichter wordt. Shot waarbij er heel veel licht vanuit de koepel naar buiten schijnt op de camera waardoor het een soort overbelicht raakt, met als resultaat veel lichtstrepen en een halleluja-effect. Dit wordt versterkt door de muziek op de achtergrond.

Versteegh: “Dit wil ik thuis ook.” [over het dak dat open kan en de telescoop]

Verschillende shots van de maan zoals deze te zien is door de telescoop.

Gulsen: “Ik heb nog nooit zoiets bijzonders gezien. Het was zo bijzonder.” [over de koepel met de grote telescoop]

Gulsen: “Jongens, dit is een van de meest bijzondere dingen die ik ooit heb meegemaakt in mijn leven. Ik kan wel bijna huilen.” […] “Toen ik eenmaal de maan te pakken had, ik was echt euforisch. Ik was emotioneel, ik had het idee dat ik zo dicht bij de mensheid stond, zo dicht bij de natuur, uh, bekroont mijn gevoel van eeuwigheid ofzo.” […] “Ik had het idee dat ik een ontdekkingsreis had meegemaakt in sneltreinvaart en dat ik dat zelf had gecreëerd. Dat ik zelf onderdeel was van dat heelal.” [over de maan die zichtbaar is door de telescoop]

Shot van de koepel die weer dicht gaat, waardoor het beeld weer zwart is.

Interval (00:20:38)

Drone-shot van een kronkelende weg door de bergen, met het WIDM-busje dat eroverheen rijdt. Close-up met het geblurde gezicht van Versteegh links in beeld, en de omgeving gezien vanuit het autoraam scherp. Na een seconde wordt dit omgedraaid, waardoor het gezicht van Versteegh scherp is en de achtergrond wazig.

Versteegh: “Georgië heeft al heel veel mooie dingen aan ons laten zien. Uh, de bergen van Kasbegi [Stepantsminda], Tbilisi, we zijn op allemaal mooie plekken geweest. Het is fantastisch, en het maakt me ook helemaal niet meer uit wat we gaan doen, als ik hier maar een tijdje van mag genieten. Wat is dit mooi.”

Tijdens deze uitspraak een drone-shot waarbij de drone over een grasveld in een dal vliegt, met hier en daar wat koeien in beeld. Twee drone-shots van de bergen van Kasbegi met in de eerste een wolkenveld tussen de bergen in, en in de tweede een shot van bergen met besneeuwde bergtoppen en een dal. Drone-shot van de stad Tbilisi met rechts in beeld een kerk en verder een overview van de stad tijdens zonsondergang. Drone-shot vanaf een lager punt van een rotonde met in het midden daarvan een grote pilaar met daarop een gouden beeld. Drone-shot van een slecht onderhouden (bijna vervallen) flatgebouw met daarachter een zee aan groene bomen.

Drone-shot van een groen begroeid berggebied met links in beeld een hoge rots met een huisje erop. Drone-shot van een groen landschap met een weg waarop het busje rijdt en op de achtergrond bergen. Close-up van Hein die uit het raam staart, waarbij eerst zijn gezicht scherp is en daarna het landschap door het autoraam. Drone-shot van een groen berglandschap met in het midden een rivier en een blauwe lucht met wolken.

Hein: “Het was zo vet. Al die opdrachten, al die plekken, al die locaties, en al die mensen die je ontmoet. Stuk voor stuk hele bijzondere mensen. Dat pakken ze niet meer van me af.”

Tijdens deze uitspraak een drone-shot waarbij de drone laag over een rivier vliegt, met op de achtergrond een groene berg. Shots op ooghoogte van de families die de kandidaten moesten helpen met verhuizen in de Lada’s.

Drone-shot vanuit vogelperspectief van een weg die diagonaal in beeld is gebracht, waarover het busje rijdt. Close-up van een enorme hoeveelheid witte bloemetjes die heen en weer bewegen door de wind. Shot van een veld van gele bloemetjes. Shot van een wit paard die over het gras huppelt. Drone-shot van een groene berg, waarbij de tekst “Tabatskuri” in beeld komt. Drone-shot van een groene berg met een enorme hoeveelheid witte schapen die eroverheen lopen. Op de achtergrond klinkt gemekker van de schapen.

Gulsen: “We kwamen in een adembenemend paradijs, een stuk ongerepte natuur met heel, heel erg veel bloemen. Ik heb nog nooit zoveel kleuren groen gezien in mijn leven. We stonden echt bovenaan een berg en als we naar beneden keken zagen we een prachtig meer en niet alleen een meer, maar ook een heel klein pittoresk dorpje op het meer gebouwd. Het was echt een van de meest bijzondere plekken die je je kan voorstellen, waar dieren en natuur echt één waren samen.”
Tijdens deze uitspraak een shot op ooghoogte van een kudde witte schapen en zwarte bokken, met op de achtergrond veel gele bloemetjes. Shot waarbij de camera snel van links naar rechts beweegt, met in beeld een heuvelachtig graslandschap aan de onderkant en aan de bovenkant van het beeld een bewolkte lucht. Shot van een klein dorpje gebouwd op een soort uitham van het meer. Shot op ooghoogte van een kudde schapen en twee mannen op een paard die de kudde een kant op sturen. Close-up van een paar schapen in de kudde.

Opdracht 2 – Tabatskuri (00:22:31)
Shot van de kandidaten die links in beeld aan komen lopen en Rooijakkers die tegen een auto (Lada Niva) staat aangeleund. Op de achtergrond de bergen, het meer en het dorpje. Shot van het meer, waarbij de camera van rechts naar links beweegt.

Gulsen: “Heel tof dit.”
Versteegh: “Wauw. Dat je door dit landschap-”
Gulsen: “-heen mag rijden. Ja, het is wel echt, echt heel cool.”
Tijdens deze uitspraken een shot van een groen heuvelachtig landschap met een riviertje erdoorheen. Shot met het meer en het grasveld en bewolking die vlak hierboven hangt. Een halve seconde zwart beeld. Drone-shot van bergen die deels bedekt zijn met sneeuw. Shot van een jeep die op een hobbelige weg staat

geparkeerd, met op de achtergrond een groene berg en laaghangende bewolking. Shot van een jeep die geparkeerd staat op een weggetje, met op de achtergrond het meer en het dorpje. Shot van de achterkant van een jeep met op de achtergrond het meer en het dorpje. Shot van een afstand waarbij een jeep in beweging komt. Op het weggetje rijdt een man op een paar die omkijkt als de bestuurder toetert.

Versteegh: “Wauw, jonge. Het uitzicht hier.”

Meerdere shots van de kandidaten die in hun Lada Niva rijden door het heuvelachtige landschap over onverharde wegen.

Gulsen: “Mijn kleine Lada was zeker mijn beste vriend want de wegen waren niet echt heel erg gepolijst. Ik uh, moest door berggebieden, door halve uh, uh, rivieren leek het net zoveel plassen waren er. Ik bedoel, uh, ik kwam onderweg ook nog eens een keer wilde beesten tegen.”
Shot van een jeep die van links naar rechts door het beeld rijdt op de achtergrond en op de voorgrond een grazend paard.

Shot van een groen heuvellandschap met een riviertje. Shot waarbij onderin beeld een kudde schapen langsloopt.

Versteegh: “Wauw. Wat een plek, hè.” [over het uitzicht vanaf een berg]

Shots van de kandidaten in de jeeps die het dorpje in komen rijden. Shot van een huis in het dorpje en vier dorpsbewoners die over het onverharde pad lopen. Shot van Gulsen die vanuit de auto zwaait. Shot van twee dorpsbewoners die aan de zijkant op een buis zitten, waarvan de man zijn hand opsteekt en in de camera kijkt. Shot van een jong meisje die naar de camera kijkt en langzaam wegloopt en zich probeert te verschuilen achter een hek. Shot van een oude vrouw die langs de kant op een buis zit, met op de achtergrond achter het hek een waslijn met kleding. Shot van een oude man en een jonge man, waarvan de jonge man in de camera kijkt. Shot van twee oude mannen die op een verhoogde plank tegen een muur aanzitten, waarbij een van hen in de richting van de camera wijst. Shot van een onverharde weg met erachter het dorpje. Shot van dichtbij van een paard die een kar trekt, waarbij een man het paard

leidt en er een passagier in de kar zit. Shot op ooghoogte van een onverharde weg met dezelfde paard met kar en een tractor die hen tegemoet rijdt. Drone-shot in versneld tempo van de groene bergachtige omgeving en de laaghangende bewolking.

Hein: “Het bizarre is in dit soort berggebieden is dat het weer echt ongeveer elke 30 seconden omslaat, dus op het moment dat je lekker in de zon, uh staat, komt er binnen no-time een wolk of een flard mist voorbij en verandert dat hele landschap, ook de kleur, uh, de sfeer, alles verandert. Dat is zo bizar en zo mooi. Echt, onvergetelijk.”
Tijdens deze uitspraak een drone-shot van een groene berg. Shot van een heuvel met bewolking die over het landschap raast. Drone-shot van een heuvel met in de verte een wolkenveld dat over het landschap raast, in combinatie met een dichtbewolkte lucht.

Shot van het meer met links het gedeelte waar de inham met het dorpje erop uit voorkomt. In het midden van het beeld ligt het dorpje wat minder goed zichtbaar is door de bewolking. Shot van een groene heuvelachtige omgeving waar het wolkenveld overheen komt zetten. Shot van een landschap met het meer en het dorpje in de verte, waarbij de wolken aan komen waaien. Shots van dorpelingen die Gulsen en Hein helpen om Georgische woorden in het Engels te vertalen. Shot van het landschap met de rivier rechts in beeld en het dorpje ernaast. Drone-shot van een groene berg met laaghangende bewolking eroverheen.

Interval (00:38:55)
Shot van de buitenkant van het gebouw/overdekte terras waar de kandidaten zitten. Dat gedeelte is rijk gedecoreerd met wat lijkt op mozaïek. Het doet heel oosters aan.

Versteegh: “Ik moet zeggen het paragliden. Dat was voor mij het eerste moment dat ik kennismaakte met de enorme natuur die Georgië heeft. We hebben inmiddels meer bergen en dalen en rivieren gezien, maar dat was het eerste moment dat ik dat zag, toen ik daarboven hing dacht ik zo, dat ik dit mee mag maken is zo bijzonder.”

Tijdens deze interval veel terugblikken naar opdrachten uit eerdere afleveringen.

Drone-shot van een kasteel op een heuvel met op een lager niveau eromheen een stad. In beeld verschijnt de tekst “Rabati Castle”. Drone-shot waarbij de camera meer ingezoomd is op het kasteel. Bovenop wappert de vlag van Georgië. Op de achtergrond zijn huizen met daartussen veel bomen te zien. Verschillende shots van het kasteel wisselen elkaar snel af. Het kasteel heeft Moorse invloeden en doet Oosters aan.

Opdracht 3 en test – Rabati Castle (00:42:27)
Shot op ooghoogte van Rooijakkers die voor een hoge trap tussen twee muren in staat. Drone-shot van de binnenplaats van het kasteel. Verschillende shots van Versteegh die over de binnenplaats rent en trappen opgaat. Versteegh maakt de test op een hoger gelegen gedeelte van het kasteel. Drone-shot van Versteegh die op dat hogere gedeelte de test maakt. Drone-shot van Versteegh die de test heeft gemaakt en wegloopt, met op de achtergrond huizen en bomen. Verschillende shots van Gulsen die over de binnenplaats loopt en trappen opgaat. Drone-shot van Gulsen die op dezelfde plek als Versteegh de test maakt (alleen dan op een later moment dan Versteegh). Drone-shot van Gulsen die wegloopt als ze klaar is met de test. Shots van Hein die over de binnenplaats loopt en rent. Drone-shot van Hein die op dezelfde locatie als Gulsen en Versteegh de test maakt (alleen dan op een later moment dan Versteegh en Gulsen). Drone-shot van Hein die wegloopt als hij klaar is met de test.

Interval (00:56:05)
Een seconde zwart beeld. Drone-shot van een groen gebied met veel bomen en in het midden van dit gebied een groot gebouw. Shots van de kandidaten die individueel aankomen met het WIDM-busje en een luxe hotel binnenlopen. Shots van de kandidaten die door het hotel lopen en naar hun eigen kamer gaan.

Vooruitblik (1:00:16)

Aflevering 10 – Nederland: Vondel CS – 10-03-2018

Introductie (00:00:06)
Leader (00:01:19)
Terugblik in Nederland (00:02:07)

Rooijakkers: “Je kreeg nog een kans, in het prachtige Rustaveli Theater.”

Interval (00:20:20)
Beelden van de opdrachten in Georgië.

Terugblik in Nederland (00:23:12)
Molacties (00:33:02)
Rooijakkers: “Nou, we gaan naar de volgende molactie en dat was die tijdens de mooie treinrit door het Georgisch landschap.”

BIJLAGE 2 Uitwerking officiële WIDM-podcasts

De podcasts gaan over het negentiende seizoen (2019) van WIDM dat zich afspeelt in Colombia, maar in de podcasts wordt regelmatig gerefereerd naar andere seizoenen (waaronder het achttiende seizoen dat zich afspeelde in Georgië) en veel uitspraken gelden voor alle (althans, de meest recente) seizoenen van het programma. Alleen de opmerkingen die relevant zijn voor dit onderzoek zijn genoteerd, in verbatim.

Aflevering 1 – Ri(c)k

(00:14:22) Rik van de Westelaken: “Dan blijkt dus dat het team van WIDM natuurlijk zeer goede hulp hebben ingeschakeld, namelijk de Nederlandse ambassadeuren in het land die precies weten welke gebieden veilig zijn en welke niet. En met de deskundige begeleiding van de lokale gidsen kom je dan op de mooiste plekjes.”

(00:16:18) Rik van de Westelaken: “We hebben hem getest [de opdracht].”

(00:24:02) Rick McCullough: “We zijn in het algemeen 14 maanden bezig met 1 seizoen, dus dat betekent dat we terwijl we aan het monteren zijn, zijn we al aan het voorbereiden voor het jaar daarop, dus ongeveer 14 maanden per jaar, ja.”

(00:24:32) Annemieke Schollaardt: “Er werkt natuurlijk een ontzettend goed en ook groot team mee aan WIDM, en wat ik altijd wel grappig vind is dat het heel vaak dezelfde mensen zijn, dat is wel bewust denk ik.”
Rick McCullough: “Ja, nou, in feite hebben we een heel klein team. Iedereen denkt dat het heel groot is. Tijdens de opnames hebben we natuurlijk de technische ploeg daar en dan gaan we naar een man of 25, maar de redactie, uh, we zitten twee keer per week bij elkaar met 3 man, dus het is eigenlijk heel erg klein.”

(00:28:36) Annemieke Schollaardt: “En ik heb ook best wel wat mensen gehoord die na het kijken van het seizoen dachten van hé, *Keep Portland Weird*, dat is wel wat voor mij, die daar ook echt naartoe gaan, dus je hebt ook een soort van bijna toeristische functie.”

Rick McCullough: “Nee, het klopt wel. Het is niet de bedoeling natuurlijk, maar dat horen we overal dat als het programma ergens geweest is, dat de *tourism* vanuit Nederland, nou ja, uh, vertienvoudigd hoor. En uh, maar ja, we proberen natuurlijk de mooie dingen te laten zien, het komt ons goed uit, maar ja mensen worden er wel door geprikkeld. En er zijn zelfs nu *mol-tours* volgens mij, en dat soort, ja, wordt allemaal georganiseerd en er zijn heel veel liefhebbers van het programma, blijkbaar, die langs alle plekken willen gaan waar wij een opdracht gedraaid hebben.”

(00:30:10) Rick McCullough: “En een van de dingen die wij zoeken, is een land die heel veel diversiteit biedt, dus we willen bergen, we willen dorpen, we willen grote steden, we willen iets strand erbij […].”

(00:32:45) Annemieke Schollaardt: “Er zijn mensen, dat vind ik wel grappig, die ook naar WIDM kijken, uh, niet zozeer voor het spel, dan denk ik, je bent gek, maar goed dat gebeurt. Maar ook vanwege de beelden, want het is echt, het is bijna natuurdocumentaire af en toe. Hoe belangrijk is dat?”
Rick McCullough: “Dat is essentieel. En, uh, we proberen – kijk, sommige mensen vinden het een heel ingewikkeld spel, en dat weten we. En ik heb geprobeerd de laatste jaren om dingen te versimplificeren zo dat het begrijpelijker is, maar toch is er een soort geschiedenis van oh, WIDM is zo ingewikkeld ik ga niet kijken. Uh, maar ja, wij willen natuurlijk een breed publiek, zoals elk ander programma, en, uh, dus de locaties waar we zijn, dat speelt gewoon een ontzettend grote rol. En we besteden er heel veel tijd en aandacht aan om dat goed in beeld te brengen. Er zijn, ik heb begrepen, wel tienduizenden mensen die kijken naar het programma puur voor de beelden en niet zozeer voor het spel. Maar ja, dat vind ik mooi meegenomen.”

(00:33:46) Annemieke Schollaardt: “Ja, en ook de combinatie met de muziek, dat is ook allemaal, het is echt een heel mooi sferisch beeld. Hé, hoe lang gebruiken jullie nu al drones eigenlijk? Want dat was vroeger wel moeilijker denk.”
Rick McCullough: “Ja, wij waren volgens mij de eerste en we zijn daarmee begonnen in seizoen 12 in IJsland, uh, dus dat is 7 jaar geleden, ja, en nu heeft ieder groot programma van Nederland een drone, dus het is niet zo speciaal meer, maar we komen natuurlijk op locaties die het wel, uh, ja, die supermooi zijn en bepaalde dingen kan je niet vanaf de grond filmen. Dus het geeft een extra dimensie en de volgende

stap is, en dat zie je dit jaar in Colombia, dat de drones proberen veel meer te integreren tijdens de opdrachten en niet alleen maar als *beauty-shots*. […] Het geeft ook een compleet ander dynamiek aan de opnames en dat maakt het nog spannender."

(00:36:40) Annemieke Schollaardt: "Nou, en dat beeld heb ik weleens gezien uh, ook op jouw Instagram geloof ik, dat je uh, na de opnames krijg je natuurlijk een belachelijk lange periode dat alles gekeken moet worden, gespot zoals ze dat noemen, van dat is bruikbaar, dat is leuk, dan krijg je een soort van mappenreeks, voor elke aflevering 1 map en dan begint het puzzelen."
Rick McCullough: "Ja, ja, het is een soort telefoonboek voor New York wat je krijgt en alles wat gedraaid wordt, uh, wordt uitgeschreven en uh, aan mij de taak om dat allemaal te lezen want ik moet weten, uh, wat gebeurt er twee afleveringen vanaf nu, wat gebeurt er in de zesde, wat gebeurt er in de negende, zodat je verhaallijnen die uh, die doorgaan, uh, ja, dat moet je wel zorgen dat komt op zijn plaats in een uitzending. Andere dingen moet je gewoon weggooien natuurlijk, dus ja, het is- de kunst is kiezen, uh, en ja, dus je kunt de keuzes niet maken als je het niet allemaal kent. Dus dat is behoorlijk veel werk moet ik zeggen."

(00:39:41) Rick McCullough: "Als ik een aflevering op televisie zie, zou ik iets willen veranderen? Nou, het antwoord daarop is absoluut ja. Uh, het houdt nooit op en dat is zelfs in de montageperiode. Op een bepaald moment moet het klaar zijn, maar ik zou echt vijf jaar lang aan een aflevering kunnen monteren, maar dat mag natuurlijk niet."

Aflevering 2 – Bijhouden

Geen relevante informatie.

Aflevering 3 – (Ge)bouwen

(00:11:10) Annemieke Schollaardt: "Is het [de opdracht] getest door- door jullie ook?"
Rik van de Westelaken: "Nou, ik, dit is zeker getest uh, en het was bekend dat sommige kandidaten Jenga uh, konden spelen. Dus dan moesten ze ook wel de mol-variant

kunnen dachten wij. Maar, nee, ja, dat is een risico, maar dat geldt voor elke opdracht natuurlijk, hè."
(00:13:30) Annemieke Schollaardt: "De derde opdracht, wat een toplocatie weer."
Rik van de Westelaken: "Ja, mooi hè! Ja, dat is echt, uh, fantastisch werk van onze locatiescouts en ik ben- ik ben heel uh, heel blij weer met dit plekje. Mysterieus, spookachtig,"
Annemieke Schollaardt: "En een locomotief ergens."
Rik van de Westelaken: "Tuurlijk, die stond er ook nog even. Nee, heerlijk."

(00:16:21) Annemieke Schollaardt: "Dank aan Rik. En zoals beloofd: locaties. Rick, het is een alom geprezen onderdeel van dit heerlijke programma. Het ziet er zo fantastisch uit. En geloof me, Colombia kent ook onooglijke gebieden, je zult er best wat industriegebieden treffen waar de gemiddelde kijker in Nederland nou niet watertandend voor, voor de buis gaat zitten. Maar hoe kom je nou terecht op die wel prachtige plekken, hoe vind je ze? Ik bel Rick even, Rick McCullough, de regisseur. Ja, de locaties, uh, Rick. Want ik weet dat jullie van tevoren een reis maken al naar land x om dan te kijken van goh, wat kunnen we hiermee en waar moeten we, waar moeten we absoluut zijn. Maar je begint toch redelijk blanco denk ik, hoe kom je op al die te gekke locaties?"
Rick McCullough: "Nou, we beginnen natuurlijk voordat we weggaan om dingen te zoeken op internet. Uhm, de typische mol-gebouwen, zeg maar, dat vind je niet zo gauw moet ik zeggen. En uh, tijdens de eerste researchreis, meestal gaan we met zijn tweeën of soms met zijn drieën en we proberen in zo'n reis van 14 dagen minimaal 150 locaties te bezoeken. Soms is dat letterlijk voor 5 minuten als je ergens binnenloopt en je denkt, dit is het niet, dan ga je eigenlijk om, gelijk gewoon weg. En andere dingen die, die inspireren wel, maar we proberen echt gewoon zo veel mogelijk te zien en bij de eerste researchreis, we gaan eerlijk gezegd niet op zoek per se naar mol-gebouwen, omdat we eerst gewoon meters moeten maken. We moeten weten uh, is er een metrosysteem, wat- hoe zit de infrastructuur van steden, hoe kunnen we eigenlijk gewoon min of meer 3 of 4 opdrachten ergens doen. En dan gaan we eigenlijk gewoon een beetje urban scouting in zodra we een basis hebben en dat is het zoeken naar wat men noemt die mol-gebouwen. Uhm, dat komt meestal door de lokale gidsen die we hebben, maar het duurt altijd even voordat zij begrepen wat we willen, want de meeste mensen zijn heel trots op het land, die willen eigenlijk alle iconen eerst laten

zien, ja, en we snappen dat en dat gebeurt ook en we zeggen oké, we hoeven niet 400 kerken, uh, als we 1 of 2 hebben die we heel mooi vinden zijn we klaar. Maar, maar dat duurt gewoon even, en meestal tijdens de tweede researchreis, uhm, dan gaan we echt op zoek naar specifieke dingen, omdat we weten al oké wat hebben we de afgelopen keer gehad en wat zoeken we nu en dan proberen we die mol-gebouwen te vinden.

Annemieke Schollaardt: "Ik bel je natuurlijk nu ook vanwege die fantastische locatie met die locomotief. Dan denk ik ook wel eens van ja, is dat nou mazzel of hebben jullie zo gigantisch talent, hoe kom je nou precies op die plek?"

Rick McCullough: "Ja, je probeert gewoon aan die gids nogmaals te omschrijven wat je zoekt en uhm, er is een verschil uhm, in taal af en toe en is het een leeg gebouw of is het een verlaten gebouw, of is het een ruïne. En dat zijn nuanceverschillen voor ons, maar je wilt niet iets dat gewoon 1 stapel puin is eigenlijk, dus het moet een, het moet een beetje veilig zijn en dat is gewoon zoeken, zoeken, zoeken, en proberen voorbeelden uit het verleden te laten zien aan die gidsen. En uh, nou ja, af en toe is het raak. Dus deze hebben we gevonden in de tweede researchreis en dat was de lokale gids die eigenlijk uiteindelijk begreep oh wacht even, ik ken een plek met heel veel gebouwen, een soort complex en uh, inderdaad gewoon een rangeerterrein. En nou ja, toen we daar aankwamen dacht ik, ik noem het altijd 'the mothership', dus als we, als we *het* gebouw vinden van het jaar dan noem ik dat altijd 'the mothership' en in soms kunnen we meerdere opdrachten doen op zo'n locatie omdat het zo gevarieerd is. […] Voor ons, uhm, komt dat super goed uit, want reizen is niet filmen. We moeten zoveel mogelijk proberen te draaien. […]

Annemieke Schollaardt: "Gebeurt het dan ook dat je op zo'n locatie staat en dat opeens dan bam, die opdracht bij je binnenkomt? Want dat is natuurlijk vaak ook heel erg locatie-bepaald."

Rick McCullough: "Ja, nee, zeker. En, dit, dit, dit, de cijfers kloppen niet maar ik ga ervan uit dat de opdrachten die ik bedenk uh, zeg maar hier op kantoor, dan zoek ik een plek daarvoor om dat te doen. En andere uh, de andere 50% dan kom je ergens aan en je krijgt een gevoel over, nou ja, het kan een gebouw zijn maar het kan ook gewoon een vallei of een berg of whatever, en door wat je ziet, dan komt er ook een opdracht, zeg maar naar binnen noem ik dan maar. Ja, het, het klopt niet 50/50, maar ongeveer de helft heb ik al liggen of een idee erover, en plek zoeken. En de andere word je absoluut geïnspireerd door wat je gevonden hebt."

(00:28:38) Lid van WIDM-team: “We hebben daar natuurlijk lokale mensen, die helpen ons uhm, ja, want wij kennen niet- wij zijn niet zo in die taal van dat land om alles maar geregeld te krijgen.”

(00:33:08) Lid van WIDM-team: “Zo hadden we vorig jaar [seizoen 18, 2018] bijvoorbeeld, uh, moet ik dan meteen aan denken uh, die loods waar we de woordzoeker hebben uh, gemaakt. Uhm, ja dan is de vraag mogen we daar een woordzoeker van uh, meterslang maken en die locatie ja, moesten ze eerst even denken ja, als het maar weer schoongemaakt wordt is prima. Uhm, maar uiteindelijk zagen we, want het is ook een locatie, een soort Westergasfabriek waar een hoop feesten worden gehouden, en ergens zagen we nog iets van beeldmateriaal van een feest waar die woordzoeker nog steeds op de grond stond. […] Ik denk dat de mensen misschien wel dachten, oh, dat vinden we misschien wel leuk of het ziet er wel leuk uit dus we laten het lekker zo.”

(00:35:21) Annemieke Schollaardt: “Uhm, misschien wel de allerspannendste en bijzonderste was de opening van vorig jaar [seizoen 18, 2018] in- hoeveel landen zaten ze nou de kandidaten?”
Lid van WIDM-team: “Uh, 5 om precies te zijn.”
Annemieke Schollaardt: “Weet je nog, vorig jaar, we begonnen ‘we zijn niet in Kiev, vriend!’ […] Al die kandidaten zaten in groepjes van 2, uh, verdeeld over allemaal landen in de buurt. Da- daar was jij dus ook bij betrokken?”
Lid van WIDM-team: “Ja, klopt. En dat, uh, uhm, toen wij dat idee natuurlijk voor het eerst hoorden ja, dan ga je echt achter je oren krabben van uhm, oké, hoe gaan we dit in hemelsnaam aanvliegen? Ik moet wel zeggen die legendarische woorden van ‘we zijn niet in Kiev,’ krijg ik nog elke keer kippenvel van want dat nou, ja, hoe dat uiteindelijk uhm, gegaan is en ontvangen is ook uhm, bij de kijker, maar vooral ook productioneel, dat het allemaal goed ging want er hoefde maar 1 radartje niet te kloppen en de hele opdracht, uh-“
Annemieke Schollaardt: “Ja, en uh, tijdverschil.”
Lid van WIDM-team: “3 uur tijdverschil, of uh, ja tenminste we hadden inderdaad in 3 verschillende tijdzones, dus de één begon om uh, om uh, om 6 uur ’s ochtends en de ander om 9 uur uh, met de opdracht, want ze moesten allemaal om dezelfde tijd natuurlijk met elkaar het spel spelen. Uh, maar er zit een hele lange voorbereiding aan

vooraf met uh, gesprekken bij de ambassades, uhm, visa, […]. Je wilt namelijk dat alle equipment gewoon in dat desbetreffende land komt en niet dat er iets bij de grens staat en of bij het vliegveld staat van ja sorry, dat komt er niet in, waardoor, dan ben je met 4 landen en je hebt een probleem dan."

Aflevering 4 – Uit Zicht

Geen relevante informatie.

Aflevering 5 – Bovenop

(00:20:18) Rik van de Westelaken: "Ja, dat is van tevoren allemaal al geregeld en kijk, de eindredacteur van het programma die woont de helft van het jaar in Colombia – het is alleen voor deze editie is zij de eindredacteur. En uh, zij, zij heeft gewoon heel veel mensen die ze kent en onze lokale producer uh, Lily, die is ook uh heel erg uh, hulpvaardig geweest, die heeft natuurlijk ook gezorgd dat we goede contacten hadden met de lokale bevolking zodat ze letterlijk en figuurlijk hun deuren voor ons openen. Dat is echt te gek, dat is ook heel belangrijk voor deze opdracht."

Aflevering 6 – Kunst en vliegwerk

(00:16:00) Annemieke Schollaardt: "Er zijn mensen, echt waar, die de opdrachten, het spel en de jokers allemaal wel prima vinden, maar vooral kijken voor die prachtige beelden. Het gastland, dit keer natuurlijk Colombia, is al op een aantal locaties zó mooi getoond, dat weet Wendel toch ook wel hè, dat hij mensen soms ook kijken voor *die* beelden?"
Wendel (drone-operator): "Het mooie is dat, ja in Amerika ben ik ermee begonnen, en dat is natuurlijk ook wel, Oregon [seizoen 17, 2017] is daar ook wel echt voor weggelegd. Je zit 's ochtends zit je bij de sneeuwtoppen, en 's middags sta je in een woestijn bij wijze van spreken. Dus, uh, de diversiteit die was daar enorm, en, ja, ik had gewoon echt een ja, vrijbrief eigenlijk van doe maar wat je wil en maak maar zoveel mogelijk droneshots. Dus uh, dat heb ik gedaan."
Annemieke Schollaardt: "En met succes. En Colombia is natuurlijk ook bij uitstek een land dat prachtig te filmen is, super divers ook, hoe werkt dat nou, want uh, uiteindelijk

komt alles natuurlijk als een puzzel in elkaar, zo'n uitzending, maar van tevoren, uh, word je ergens naartoe gestuurd of ga je zelf kijken waar je moet zijn? Hoe werkt dat?"
Wendel: "Nou, het begint eigenlijk, uh, in Nederland. Momo, dat is de productieleider, die zoekt uit over de regelgeving van het land en uh, en die kijkt wat er mogelijk is en welke bedrijven daar uh, licenties voor hebben en dan uiteindelijk word ik dan, uh, uh, gecheckt door zo'n organisatie of ik de papieren in orde heb en de verzekeringen. En dan, uh, ja, dan gaan we naar dat land toe en dan is het eigenlijk gewoon uh, gaan. Dus ik had een supervisor mee en een chauffeur en dan ben ik eigenlijk gewoon een apart teampje met die twee en dan gaan we shots maken en dan krijg ik een uh, briefje van Rick of van Momo met locaties en dan is het uh, schieten, schieten, schieten. Ja, ik, op een gegeven moment krijg je dan wat, wat adresjes door dus van uh Momo of van Rick en ik had op een gegeven moment een vallei [in Colombia], ja, het naam van het kleine dorpje is me even ontschoten, maar ja, dan kom je in één keer over zo'n bergje heen en dan zie je in één keer zo'n dal liggen en er waren allemaal stapelwolkjes dus dan zie je echt, ja, dan zie je een soort van schilderijtje. Nou dan is het direct 'stop stop stop' en dan uh, nou ja, dan stapt de chauffeur uit, die heeft twee pionnetjes gekocht en aan het begin van de draaiperiode en die zet hem uit, dat we er veilig staan en dan, ja, dan word ik echt intens gelukkig want dan mag ik gewoon door die vallei heen met het, met mijn eigen vogel dan en dat, ja, dat is gewoon, ja, daar word ik echt heel erg uh, gelukkig van. En toen op een gegeven moment reden we terug en toen uh, uh, zag ik in één keer een regenboog, ja, en dan kun je ook maar één ding doen, stoppen. En ja, toen ben ik echt alleen maar langs die vallei richting de regenboog gegaan."
Annemieke Schollaardt: "Wat voor gevoel geeft dat? Dat je denkt van dit is een perfect shot voor in de serie?"
Wendel: "Nou, ja, ja, je gaat natuurlijk Google Maps ga je langs en uh, je zoekt inderdaad wel de goede plekjes uit en ja, het mooiste is dat licht bijvoorbeeld want dat is 's ochtends en dat is 's avonds, net voor zonsop- of uh, net voor zonsopkomst en net voor zonsondergang. Dus, ja, dan heb je van tevoren 's avonds heb je eigenlijk al een route gemaakt voor de dag erna en dan nou ja, in Colombia ging ik om een uurtje of 5 altijd van bed en om 6 uur- half 6 probeerde ik in de auto te zitten om tussen 6 en 7 dat ik dan op locatie was uh, om de eerste shots te maken. En dan, nou ja, dan, dan, dan, zie je al of het, of het mooi is of niet is en als het me niet bevalt dan rij ik weer verder en dan ga ik weer door naar andere plekken. En dan heb ik vaak tegen een

uurtje of 11 uh ’s ochtends al de accu’s opgevlogen en dan ga ik naar een, een uh restaurantje toe, wat die local me dan aanraadt en dan, dan uh accu’s laden en dan uh om een uurtje of 2 zijn die dingen weer vol en heb ik mijn buikje ook vol en dan uh, ja, dan gaan we weer tot zonsondergang.”
Annemieke Schollaardt: “Er zitten een paar waanzinnige locaties in, zoals uh, dat meer van Guatapé bijvoorbeeld. Dat is, dat is wel een, een, een droom om daar uh, te dronen.”
Wendel: “Nee, dat is wel echt een uh, ja, dat is een hele mooie plek, dat is met die uh, met dat grote imposante stuk, dat, uh, ja die rots die daarvoor ligt. […] Nou ja, als ik daar een bocht om kon rijden en ik zie dat ding in de verte liggen dan wil ik, dat is maar één ding, en dan wil ik erheen en wil ik eroverheen vliegen.” […]
Annemieke Schollaardt: “Heb je dan, als je een bepaald shot maakt, of een mooie beauty van een omgeving, denk je dan vaak van okay, score, deze gaat er zeker in.”
Wendel: “Ja, ja, dat heb ik zeker.”
Annemieke Schollaardt: “En is het dan ook zo achteraf?”
Wendel: “Ja. Ja, over het algemeen wel. En Rick die vraagt natuurlijk ook af en toe wel eens even van uh, hé en uh, gaat het een beetje goed en kan ik al wat zien? En dan hier en daar stuur ik hem af en toe via de whatsapp stuur ik hem dan even een uh, paar shotjes toe en dan zegt hij altijd ‘hm, redelijk’, en dan weet ik oh, dan zit het wel goed.”

(00:22:33) Annemieke Schollaardt: “We hebben het nu steeds over de *beauties*, de mooie beelden, maar er moeten natuurlijk ook, de opdrachten moeten ook gefilmd worden. En daar heeft de drone ook een uh, een rol in. Dat is best lastig, voor je het weet heb je allemaal cameramensen in beeld en geluidsmensen enzo.”
Wendel: “Ja, dat, nou ja, ja, dus uh, van tevoren wordt wel bedacht okay, nou, uh, we gaan hier ook drones bij gebruiken of een drone bij gebruiken, en dan krijg ik vaak krijg ik gewoon nou ja, ongeveer 10 minuten ergens middenin een opdracht en gaan in een keer alle cameramensen eruit hoor ik dan over mijn oortje en dan mag ik m’n shotjes gaan maken. En dan is het even 10 minuutjes uh, ja, hopen dat uh, er in ieder geval wat interessants gebeurt dat ik dat kan pakken. […] Ik heb een zoomlens op mijn drone, dus ik kan gewoon ietsje hoger gaan hangen en dan zoom ik hem meer in.”
Annemieke Schollaardt: “Ja, zodat je geen cameramensen hebt.”

Wendel: “Ja, en dan hebben de geluidsmensen geen last omdat het best wel veel omgevingsgeluid is uit de stad zelf, dus dat, dat verdoezelt een beetje mijn dronegeluid, en dan kan ik toch, kan ik toch gewoon een beetje meedoen met de, met de opdrachten, ja, dat is wel heel leuk.”

(00:26:39) Annemieke Schollaardt: “Het maken van een perfect plaatje zit hem natuurlijk niet alleen in de beelden, vlak ook de audio niet uit, de spanning is perfect op te bouwen met spannende geluiden en herkenbare tussenfloepjes, en tunes. Inderdaad, juist ook de muziek. Ik sprak regisseur Rick erover, Rick McCullough, de beste man heeft alle touwtjes in handen, niet alleen de opdrachten, ook de montage, de locaties en heeft ook bijzonder veel passie voor de muziek.”
Rick McCullough: “De muziek en de audio-effecten zijn heel erg belangrijk, uhm, we hebben een paar editors, uh, die alles weten van muziek en één is zelfs een componist. En die spoort- speuren het hele jaar door naar, uh, soundtracks, uh, televisieseries, vinden wat ze vinden kunnen. We gebruiken ongeveer 900 stukken muziek per jaar. Dat is een hoop. En uh, nou ja, je zoekt eigenlijk een versterking of een vergroting van emotie of actie of dat soort dingen en de beelden, uh, ja, die zijn voor je ogen en het muziek is voor je ziel, vind ik. En, uh, dat brengt het tot leven, dus je kan gewoon dingen verkleinen, je kan het heel spannend maken, uh, je kan het heel groot maken, dus we zijn voortdurend op zoek naar alles wat we kunnen vinden.”
Annemieke Schollaardt: “Maar het is ook wel fijn dat er een componist in de, in de club zit, want als je iets specifieks zoekt wat je niet kunt vinden dan kun je het maken.”
Rick McCullough: “Nou, het is niet zozeer dat we het kunnen maken, daar hebben we het geld niet voor, maar wat hij kan is uh, verschillende liedjes aan elkaar koppelen in dezelfde toonsoort en dat soort dingen, zelfde ritme, melodie. En nou ja, hij is gewoon een meester daarin. Hij heet Nick Vegter en ik noem het Nickipedia, uh, hij weet *alles* over muziek en dat heb je gewoon nodig.”
Annemieke Schollaardt: “[…] Ik ben dan zo benieuwd hoe dat dan gaat. Je hebt uh, je hebt het beeld in je hoofd, hoe ga je dat dan erbij plaatsen?”
Rick McCullough: “Nou, uh, heel soms heb ik het muziek in mijn hoofd vòòr dat ik het verzin. Dus dat was uh, afgelopen jaar [seizoen 18, 2018], hadden we een opening, uh, in vijf verschilende landen en ik was een televisieserie aan het kijken en dat heet *The 100* en ik hoorde die leadermuziek en ik kreeg gewoon beelden in mijn hoofd en ik dacht, dit is echt helemaal fantastisch. En ik vond het net tekort om heel eerlijk te

zijn, uh, maar ik kreeg gewoon beelden in mijn hoofd en ik dacht *dit* is de openingmuziek van *Wie is de mol?* 18. […] En ander, uh, je maakt iets en dan ga je kijken naar de opnames en uh, wat wij heel vaak doen, is uh, een gemiddelde opdracht duurt ongeveer 13 minuten [in het programma zelf], en soms kan je uh, soms voelt dat heel lang aan, dus als kandidaten bijvoorbeeld dit jaar in de lasers uh, in de laseropdracht gaan dan doe je dat letterlijk gewoon 9 keer, 10 keer achter elkaar. Dat kan een beetje saai worden, dus dan bouwen we in het midden, wat wij noemen een intermezzo, en dan kunnen we een heel ander stuk muziek gebruiken, slowmotion voor de video, dat je een heel ander gevoel krijgt even, en dan kan je weer opkomen naar de intermezzo, uh, met spannend muziek. Dus, ja, je moet gewoon, ja het is bakken eigenlijk met ingrediënten en uh, je probeert het iedere keer gewoon interessant te houden. En daar, ja, dat muziek natuurlijk speelt de grootste rol daarin."
Annemieke Schollaardt: "En de officiële muziekjes, de leader, de spanningsmuziekje bij de test en executie, die zijn, die gaan natuurlijk al heel lang mee, hè?"
Rick McCullough: "Uh, de leader is eigenlijk vanaf jaar 1, uh, test en executie hebben we, uh, ik weet niet uit mijn hoofd, maar ik denk 15, 16, verschillende versies daarvan gehad. Elk jaar proberen we dingen te doen en zien of dat beter werkt. In aflevering 1 dit jaar dacht ik laten we beginnen met de executie en flashbacks naar de test, uhm, gewoon om dingen te proberen, even te zien hoe dat allemaal werkt, maar de spanningsmomenten of iemand groen of een rood scherm krijgt, uhm, dat doen we om de twee jaar ofzo bouwen we dat anders. Gewoon ook voor ons, zodat het niet saai wordt haha."

Aflevering 7 – Slangenkuil

Geen relevante informatie.

Aflevering 8 – Eindsprint

(00:16:40) Annemieke Schollaardt: "Ik wil hier nu niet als een kwezel gaan klinken hoor, maar die landschappen, die zonsondergangen. Het schijnt dat het aantal Hollandse toeristen naar Oregon, Verenigde Staten, met al zijn wisselende landschappen en huifkarren, zich na seizoen 17 al zag verdubbelen. En dat er nog nooit zoveel mannen zich hebben ingeschreven voor Georgische zangkoren sinds *Wie*

is de mol? vorig jaar. Wat kan dat dus in petto hebben voor dit jaar, Colombia? […] Mag ik je even meenemen naar een probleem op vele plekken in deze wereld? Nederlandse toeristen. Ze zijn overal, they're everywhere. Misschien herinner je die tweet nog wel van een Nederlandse jongen die toevallig in Colombia was en een bekende setting zag en dacht hm, een hoop figuren die me wel bekend voorkomen, hé, ik plaats even een tweet: joe, *Wie is de mol?* in Colombia. Snap je? Nou misschien, waarschijnlijk wel, maar het is voor die makers een wezenlijk probleem, want wat is *hun* doel? Minstens 3 miljoen bedienen van een tof programma waar iedereen, zo actief als je zelf wil, kan meespeuren naar de mol, week na week, met de nodige wendingen, verassingen en gekke toestanden die het programma toelaat. Zo min mogelijk weten van tevoren dus. […]"

(00:19:57) Annemieke Schollaardt: "Rick, vertel ons eens iets meer over die enorme hoeveelheden materiaal, waar dan 10 afleveringen van een uur van gemaakt moeten worden. Over de montage, daar krijg ik heel veel vragen over, uh, we hebben wel eens van jou ook op Instagram, uh, foto's gezien van die grote multomappen met aflevering 1, 2 en ga zo maar verder. Uhm, het is, lijkt mij, een behoorlijke kill your darlings verhaal, ook omdat het natuurlijk uiteindelijk een aflevering een uur duurt. Hoe vaak gebeurt het wel niet dat je voor gigantische dilemma's komt te staan? Dat wel, dat niet."
Rick McCullough: "De dilemma's zijn er elke aflevering en uhm, het programma is begonnen eigenlijk met 50 minuten en ik ben daar toen uh, in de tijd AVRO, uh, gegaan, en ik zei ja, ik wil eigenlijk gewoon 60 [minuten] hebben en uhm, nou ja, daar was een hoop gedoe, uh, maar uiteindelijk kon het wel. En dat kwam omdat ik vond dat er te weinig tijd werd besteed aan wat wij noemen de groepsprocessen. Dat zijn als zij in het hotel, of zijn ze aan het eten, maar, of ze zijn hun verbond aan het bespreken, dat soort dingen. Ik vond echt dat we moeten meer daarvoor hebben. *En,* ook *heel* belangrijk, de 'beauty-shots' van landen. En uh, dat heeft de functie van het maakt een aflevering mooier, maar het geeft ook een beetje rustpunt voor kijkers, dat je ziet iets, je kan er heel even over nadenken, en dan komt er gewoon even muziek en beeld en dat soort dingen. Dus anyway, het programma werd steeds langer en nu zit ie op 60 minuten, daar ben ik heel blij mee."
Annemieke Schollaardt: "Ja, nee, precies, want dat, dat uh, we weten allemaal dat er ontzettend veel geschoten wordt natuurlijk, veel meer dan een uur, laten we wel

wezen, want bijna uh, nou soms wel 13 uur per dag geschoten. Uhm, dat moet allemaal bekeken worden, hoe, hoe gaat dat?"

Rick McCullough: "Ik zie alles. En alles wat gezegd wordt door de kandidaten tijdens een aflevering wordt opgeschreven, dat zijn die hele dikke multimappen, die lees ik allemaal, uhm, ik *moet* dat gewoon in mijn hoofd hebben. Uh, meestal werken we in een blokje van drie of vier afleveringen, want ik moet weten of een verbond door gaat, of een verhaallijn doorgaat, uh als het dood bloeit gelijk, dan ga je dat niet in de aflevering zetten. Maar dus ik moet weten wat gaat gebeuren en dan moet je er gewoon allemaal in je hoofd hebben, de beelden zijn uh, eigenlijk dat vind ik heel makkelijk, in die montageperiode om alles uit mijn hoofd te weten. Uhm, een maand erna weet ik niks meer bij wijze van spreken. […] Nee, het is een beetje overload soms, en tegen november aan ben ik echt behoorlijk moe kan ik je vertellen. Uhm, maar het is, uh, je maakt natuurlijk een selectie, alles wat je doet op media i- uh, de kunst zit in het weglaten en gelukkig hebben we gelegenheid op de site om extra materiaal te zetten. […] Maar het is een kwestie van kiezen. Het is altijd zo. Dus, en ik vind het ook leuk, en ik vind het belangrijk dat we *net* genoeg maken dat mensen meer willen en je wil niet *te* lang maken waar mensen denken schiet nou op. Dus dat, dat balans zoek je elke week."

Annemieke Schollaardt: "Ja, want een van de keys van het programma is ook dat je als kijker nog uh, de ruimte hebt om er zelf een vervolg aan te denken, dat je zelf mee moet gaan denken, je moet niet alles gewoon maar uh-"

Rick McCullough: "Nee, dat klopt en daarom moet het wat ik noem wall-to-wall audio worden. Je moet gewoon af en toe een rustmoment hebben om te bedenken wat heeft hij net gezegd, of wat heeft zij net gedaan, uh, hoe zit dat? En als het allemaal tjokvol is, dan heb je eigenlijk geen kans om dat te doen. Dus daar, vandaar die blokjes ertussen. Het is eigenlijk gewoon een beetje denktijd voor de kijker."

Aflevering 9 – Finale

Geen relevante informatie.

BIJLAGE 3 Inhoudsanalyse

Deze bijlage bevat de inhoudsanalyse waar het derde hoofdstuk op is gebaseerd en is opgedeeld in verschillende deelanalyses. Ten eerste heb ik een overzicht gemaakt van algemene informatie over de reisorganisaties, waarbij ik heb gekeken naar doelgroep, titel van de rondreis, vorm en duur van de reis, de locaties die worden aangedaan, het Unique Selling Point (USP)/de aspecten waar de nadruk op wordt gelegd, en eventuele extra informatie.

Vervolgens heb ik de inhoudsanalyse opgedeeld in tweeën, waarbij eerst de teksten van de reiswebsites te lezen zijn en daarna een analyse waar delen van de teksten zijn onderverdeeld in verschillende categorieën. De teksten in deze bijlage zijn letterlijk gekopieerd van de websites van de verschillende reisorganisaties, inclusief de dikgedrukte woordgroepen en spellings- en grammaticafouten. De roodgedrukte woorden en/of zinsdelen zijn mijn eigen toevoeging en geven de delen van de teksten aan die voor dit onderzoek het meest relevant en interessant zijn. In het algemene overzicht van de reisorganisaties heb ik ervoor gekozen om enkel de steden en dorpen te noemen die bezocht worden tijdens de rondreizen. Tijdens de inhoudsanalyse zelf heb ik daarnaast ook gekeken naar de bezienswaardigheden die de reisorganisaties vermelden en hoe ze alle locaties omschrijven: welke reden geven om een specifieke locatie te bezoeken? En wat voor soort informatie verschaffen ze over de verschillende locaties?

Hierna volgt een analyse van de afbeeldingen, waarbij eerst een overzicht wordt gegeven van de afbeeldingen met bijbehorende bijschriften, een beschrijving van de voorstelling en het standpunt van de camera tijdens het maken van de foto. In de daadwerkelijke analyse in hoofdstuk drie besteed ik ook aandacht aan de relatie tussen de afbeelding en de tekst. De teksten en afbeeldingen op de websites van de reisorganisaties zijn voor het laatst geraadpleegd op 14 april 2019.

Algemene info reisorganisaties

Reisorganisatie	Doelgroep	Titel van de rondreis	Vorm en duur reis	Locaties (in volgorde reis)	USP/nadruk	Extra informatie
NRC Reizen	Hoogopgeleiden (academiereis, v.a. €3895,- pp)	Georgië, van mythe naar metropool	Rondreis, 14 dagen	Tbilisi, Mtskheta, Kazbegi, Telavi, Kachetië, Zemo Alvani, Gori, Bordzjomi, Vardzia, Akhaltsikhe, Koetaisi, Zoegdidi, Mestia, Laghami, Batoemi	Academiereis met unieke sprekers op locatie; het leren kennen van het 'echte' Georgië; een inleidende studiedag	
Koning Aap	Fijnproevers die op zoek zijn naar een authentieke en bijzondere reiservaring (v.a. €1495,- pp)	Rondreis Georgië: verkenning van de Kaukasus	Rondreis, 16 dagen	Tbilisi, David Gareja, (Kakheti,) Telavi, Mtskheta, Ananuri, (Gergeti,) Kazbegi, Gori, Uplistsikhe, (Vardzia, Khertvisi Fort,) Akhaltsikhe, Bordzjomi, Koetaisi, (Gelati, Motsameta,) Mestia, Ushguli, Batoemi	Duurzaamheid (de reis is 100% CO2 neutraal en het lokale agentschap heeft een duurzaamheids-certificering); zeer complete rondreis; "Met Koning Aap ga je écht op reis!"; "De liefde voor het reizen naar unieke bestemmingen, de persoonlijke aandacht voor onze reizigers en het op een verantwoorde manier omgaan met de	

Shoestring	Actieve reizigers (wandel- en natuurliefhebbers; v.a. €1599,-)	Groepsreis Georgië	Rondreis, 14 dagen	Tbilisi, Mtskheta, Stepantsminda, Juta, Mount Chaukhebi, Gergeti, Sabertse, Gori, Uplistsikhe, Koetaisi, Okatse Canyon, Mestia, Mulakhi, Adishi, Iprari, Ushguli	Rondreis waarbij veel wordt gewandeld; unieke prijsgarantie.	
Dim Sum Reizen	*Wie is de Mol?* - kijkers (v.a. €1145,- pp)	Wie is de Mol? reis	Rondreis, 13 dagen	Tbilisi, Mtskheta, Stepantsminda, Gergeti, Sno Vallei, Gori, Uplistsikhe, Koetaisi, Tskaltoebo, Bordzjomi, Bakuriani, Tabatskuri, Akhaltsikhe, Vardzia, Tsalka	Verschillende locaties uit WIDM worden bezocht.	Bieden enkel reizen aan naar Aziatische landen.
Sovjet Reizen	Reizigers geïnteresseerd in de Sovjettijd (€1575,- pp)	Georgië, 10-Daagse Nederlandstalige rondreis door Georgië	Rondreis, 10 dagen	Tbilisi, Mtskheta, Gori, Uplistsikhe, Koetaisi, Zugdidi, Mestia, Ushguli, Batoemi	Locaties met een Sovjetverleden.	Sovjet Reizen is een kleinschalige specialist die reizen aanbiedt naar de landen van de voormalige Sovjet-Unie, Oost-Europa, Iran en Noord-Korea.

Teksten
NRC Reizen

De reis in het kort

De wereld lijkt zijn ogen te openen voor Georgië. 3 miljoen Nederlanders zagen dit jaar Georgië als decor in Wie is de Mol? En tijdens de laatste Buchmesse in Frankfurt was het land de eregast en had het de aandacht van de hele wereld op zich gericht. Begin dit jaar riep The New York Times Batoemi uit tot één van de 52 Places to go in 2019. Terwijl Stalin (zelf een Georgiër) ooit poogde de Georgische cultuur te vernietigen. Echter laat zo'n eeuwenoude cultuur zich niet vernietigen.

Georgië, land van de Griekse mythe van het Gulden Vlies van Jason en Medea, strekt zich uit tussen de kust van de Zwarte Zee en de woeste, majestueuze pieken van de Kaukasus. Haar zonovergoten valleien staan bekend als de bakermat van de wijn. 7000 jaar geleden begon men hier van druiven wijn te maken

Deze oeroude beschaving ligt verrassend dichtbij Europa: ooit maakte het deel uit van de Hellenistische cultuur en al in 337 werd het een christelijke staat. Nergens is zo'n fascinerende mengeling van Azië, Rusland, Perzië, Byzantium, Arabië en Europa te vinden. Na de Rozenrevolutie van 2003, onder leiding van Michail Saakasjvili, is Georgië een van de weinige ex-sovjet-republieken met een werkende parlementaire democratie, echter één die zich kenmerkt door een dynamische politieke cultuur.

Naast zijn turbulente geschiedenis met zijn burchten, kloosters en kathedralen, is Georgië ook onmiskenbaar modern. Baanbrekende kunst, design en architectuur zijn in de hoofdstad Tbilisi te vinden - een opwindende stad in opkomst, vol culturele expressie. Toch blijft de unieke cultuur van dit land gevat in tradities, die sinds de Georgische onafhankelijkheid levendiger zijn dan ooit. De, in de befaamde polyfonie bezongen leefwijze, de dicht- en danskunst, de gulle Kaukasische gastronomie en het gekoesterde historisch besef voeden juist de moderniteit.

Tijdens deze NRC-reis vertellen bijzondere sprekers over hun niet aflatende band met dit land: Sandra Saakasjvili- Roelofs de voormalige First Lady, Ramsey Nasr, als acteur-op-locatie ooit verliefd geraakt op dit land en telkens weer teruggekomen. John Wurdeman III, een kunstenaar uit Amerika die ruim 20 jaar in Georgië woont en daar

een wijnmakerij runt. De ontmoetingen met jonge, lokale kunstenaars en jonge, maar traditionele boeren introduceren het 'echte' Georgië.

Ramsey Nasr over Georgië:

'De eerste maal dat ik Georgië bezocht was in 2000, om een speelfilm te draaien. Magonia moest een ode aan de fantasie en de verbeelding worden. Het land bleek de ideale locatie voor zo'n vertelling: in het vliegtuig ernaartoe las ik met verbazing over het beroemde Gulden Vlies, dat kennelijk hier was gevonden door de Griekse oerheld Jason en de Argonauten. Ik las over de tovenares Medea, die in het land geboren was. En toen ik eenmaal was geland, bleek het land al snel een moderne voortzetting van deze magische wereld. Niet alleen de prachtige landschappen, ook de restanten van het communisme – de standbeelden van Stalin die nog overeind stonden, zijn bewaarde geboortehuisje in Gori – leken soms meer op een bizarre droom. In oktober 2010 mocht ik terug om een poëzievoordracht te houden. Wederom bezocht ik plaatsen die mythisch aandeden. De wijngaarden van Kacheti, de woestijn van David Gareja. Bovendien heb ik er mogen luisteren naar de mooiste meerstemmige muziek die ik ken: de eeuwenoude Georgische polyfonie is met niets te vergelijken (sommige liederen zouden zelfs teruggaan tot voor de christelijke jaartelling – zegt men). Sindsdien ben ik meerdere malen teruggekeerd en telkens weer raak ik verliefd op dit volstrekt unieke en gastvrije volk met zijn sterke verhalen, een volk dat een ander besef van tijd en ruimte lijkt te hebben. Dit gegeven vind je terug in de Georgische literatuur, zijn poëzie, zijn cinema. Reizen naar Georgië is afdalen in een veelkleurig mythologisch gebied.'

Dagprogramma

Dag 1 Amsterdam-Tblisi

In de ochtend vertrek naar Tbilisi met overstap in Istanboel, aankomst om 22.45 uur, aansluitend transfer naar het hotel en een lichte snack met een welkomstdrank. Tbilisi, gesticht in de 5e eeuw was eeuwenlang hoofdstad van diverse Georgische staten, maar nog langer bezet door Perzen, Arabieren en Turken. Vanaf 1801 deel van het Tsarenrijk en later de Sovjetunie is Tbilisi in 1991 hoofdstad van het onafhankelijke Georgië geworden. De geschiedenis van Georgië en de hoofdstad Tbilisi telt talloze invasies met een fascinerende mengelmoes van bouwstijlen als gevolg: middeleeuwse kerken staan naast brutalistische Sovjet-overblijfselen en moderne wolkenkrabbers,

een futuristische brug verbindt de oevers van de rivier, waarboven traditionele huizen met balkons vol houtsnijwerk zweven. Overnachting in Tbilisi.

Dag 2 Tiblisi

Stadsoriëntatie onder leiding van een jonge architect, die niet alleen op de historie maar ook op stedelijke ontwikkeling ingaat en op verborgen parels van de stad, bij voorbeeld met een kijkje in het huis 'met blauwe kant' – eigendom van de familie Kipsjidze, nazaten van Georgische adel en van de huisarts van Jozef Stalin, waardoor de familie het regime kon overleven. De oude stad met de Metekhi-kerk, de Sioni-kathedraal en de Antsjischati-kerk, maar ook spectaculaire futuristische architectuur komen aan bod. Aan het eind van de wandeling een bezoek aan het atelier van een jonge kunstenaar.

's Middags een rondleiding in de Nationale Galerij, de grootste verzameling Georgische schilderkunst, met name avant-garde, waaronder veel werk van Nico Pirosmani, de beroemdste Georgische schilder van begin twintigste eeuw. Aansluitend een bezoek aan het recent geopende Nationale Museum, dat een prachtige collectie goud uit Kolchis herbergt. Diner in designrestaurant Azarphesha, waar de eigenaar en diens kinderen voor bijzondere gasten zingen en een twist van Georgische recepten en cuisine van de Zijderoute serveren. Overnachting in Tbilisi.

Dag 3 Tbilisi – Kazbegi

Vertrek naar Mtscheta, de oude hoofdstad waar in 337 de kerstening van Georgië plaatsvond. Bezoek aan de pittoresk gelegen Djvari-kerk uit de zesde en zevende eeuw en de kathedraal Svetitskhoveli uit de elfde eeuw, waar diverse Georgische vorsten begraven liggen. We vervolgen onze route langs het Jinvali waterreservoir, met helderblauw water en tegen een achtergrond van groene bergen. Bezoek aan opgravingen Dzalisi. Na de lunch een rit over de oude Kaukasische militaire weg naar Kazbegi – een plaats gelegen aan de voet van de hoogste berg van de Kaukasus: de Kazbeg, waaraan Prometheus vastgeketend was. Overnachting in Kazbegi.

Dag 4 Kazbegi

Wandeling in het dorpje Kazbegi en bezoek aan het huis-museum van Alexander Kazbegi – de dichter des vaderlands, die in de 19e eeuw zijn stadsleven in Tbilisi en Sint-Petersburg achter zich liet om herder te worden in het bergdorp Stepansminda.

Het toeval wilde dat Franse schrijver Alexander Dumas deze intellectuele herder tegenkwam op zijn reis door de Kaukasus, waarvan zijn reisverslag getuigt… Aansluitend bezoek aan de Drie-eenheidskerk, adembenemend gelegen op een hoogte van 5000 m. Diner bij een dorpeling. Overnachting in Kazbegi.

Dag 5 Kazbegi – Telavi (provincie Kachetië)

Vertrek naar de beroemde wijnbouwprovincie Kachetië. Na een korte rit door de Gombori-bergen bezoek aan het Sjoeamta klooster (6e-9e eeuw). Daarna een stop buiten de toeristenroute, in het dorp Zemo Alvani, waar de jonge wijnboer Shota Lagazidze de spectaculairste Kachetische, exclusieve wijn maakt die in Europa, Amerika en Australië aan kenners verkocht wordt. Zijn gezin, afkomstig uit het hoogland van Toesjeti, kookt Toesjeti-delicatessen, die uiteraard te proeven zijn tijdens de lunch. Zo levert Shota Lagazidze het bewijs dat authenticiteit en traditie de beste start zijn voor een jonge ondernemer. In de middag bezoek aan de vesting Gremi uit de 16e eeuw. Vervolg van de reis door de Goudjaani-vallei, omringd door Kaukasische bergen, en na het diner overnachting in de vallei.

Dag 6 Kachetië

Tsinandali, het landgoed van de beroemde familie Chavchavadze, was honderd jaar geleden een centrum voor veel intellectuelen; bezichtiging van het huis en de fraaie Engelse tuin. Bezoek aan wijnkelder Marani en bezichtiging van de privécollectie van antieke Georgische tapijten – ter illustratie van de zoektocht naar de nationale identiteit en het herleven van oude tradities. Lunch (proeverij van bijzondere lokale gerechten, kazen en wijnen) in Signagi onder het genot van polyfone a-capellazang. De Amerikaanse (en nu Georgische) etnograaf, kunstverzamelaar en stichter van een wijnhuis John Wurdeman III, die hier al 30 jaar woont, vertelt over zijn passie voor Georgië. Vervolgens een wandeling in Signagi, bezoek aan het huis van de beroemdste Georgische kunstenaar en bekendste naïeve schilder Nico Pirosmani en aan het streekmuseum. Overnachting in de Gourdjani-vallei.

Dag 7 Kachetië – Borzjomi

Vertrek naar Borzjomi, een oud kuuroord, gelegen te voet van de Kleine Kaukasus, bekend om Georgische mythen, geneeskrachtige bronnen en het gelijknamige geneeskrachtige mineraalwater, dat nu zelfs naar Japan geëxporteerd wordt.

Onderweg stop in Gori, de geboorteplaats van Jozef Stalin (Dzjoegasjvili), waar zijn ouderlijke huis en het Herdenkingsmuseum van de slachtoffers van de Stalin-tereur te zien zijn. Eenmaal in Borzjomi een stadsverkenning en voor liefhebbers een bezoek aan het etnografisch museum. Bordzjomi ligt in de schilderachtige kloof Borzjomi aan de rand van het Nationaal Park Bordzjomi-Charagaoeli. Overnachting in Borzjomi.

Dag 8 Borzjomi – Vardzia

Vandaag vertrek naar het spectaculaire, versterkte rotsklooster Vardzia, gesticht door d machtige koningin Tamara in 1185. Het werd gebouwd ter bescherming tegen de Mongolen en bestond uit meer dan zesduizend cellen over dertien verdiepingen. De stad in de rotsen omvatte een kerk, een troonzaal en een complex irrigatiesysteem. Na de wandeling door de grotten van Vardzia een rit naar het Paravani-meer, op 2000 m boven de zeeniveau. Bezoek aan het klooster Poka, bewoond door gastvrije nonnen die over de levende tradities vertellen. Lunch van zelfgemaakte kazen, chocolade en jams in het klooster. Terugreis voor diner en overnachting in Vardzia.

Dag 9 Vardzia - Koetaisi

Vanochtend vertrek naar Akhaltsikhe voor een bezichtiging van de 13e-eeuwse vesting Rabati, als residentie van de lokale vorsten gebouwd op een kruispunt van handelsroutes. Een afspiegeling van een turbulent verleden en van invloeden van verschillende culturen, is Rabati een van de parels van Zuid-Georgië. Na de lunch vertrek naar Koetaisi – in de oudheid bekend als Aia, stad van koning Aietes, de vader van Medea. Koetaia was sinds de 8e eeuw v.Chr. de hoofdstad van Aietes' rijk Kolchis en het eindpunt van Jasons reis met de Argo. De verkenning van Koetaisi begint met een bezoek aan de Bagrati-kathedraal. Overnachting in Koetaisi.

Dag 10 Koetaisi – Mestia (provincie Svanetië)

Vanochtend een wandeling door de stad met bezoek aan het tot Werelderfgoed verklaarde Klooster van de Maagd en academie in Gelati, het 'Nieuwe Jeruzalem', gebouwd door koning David IV de Bouwer. Het was het stralend middelpunt in de gouden elfde eeuw met de beste kunstenaars en dichters en is nog altijd een gewijde plek. Verder naar Svanetië, beroemd om zijn pittoreske landschap, fortificaties en uitkijktorens uit de negende eeuw. Onderweg een stop in Zoegdidi voor de lunch en een bezoek aan het paleis van de Svanetische vorst Dadiani. Via een rit door een

spectaculair berglandschap naar Mestia, de kleine hoofdstad, tevens religieus en cultureel centrum van Svanetië. Diner en overnachting in Mestia.

Dag 11 Mestia

Svanetië is letterlijk het land van het Gulden Vlies, vanwege de techniek van goudwinning die in deze regio ontstond en nog steeds wordt gehanteerd: schaapsvellen worden in snelstromende rivieren en beken gelegd, waarbij gouddeeltjes achterblijven op de vette wol en het zand wegspoelt. Het schapenvel met de gouddeeltjes wordt na het wassen aan de takken van de bomen gehangen en krijgt dan in de zon een 'gouden gloed', vandaar de naam 'gulden vlies'! Vanochtend een wandeling, bezoek aan het Kunsthistorisch Museum van Svanetië en bezoek aan een Svanetisch huis, een toren uit de 12e eeuw, met een toelichting over lokale gebruiken door de gastheer. Vervolgens een uitstapje naar dorp Laghami, bekend om kleine privékerken met unieke muurschilderingen. Lunch bij een particulier onder het genot van lokale spijzen en zang. Overnachting in Mestia.

Dag 12 Mestia - Batoemi

Vanochtend vertrek naar Batoemi, een elegante badplaats aan de Zwarte Zee, die de Georgische Rivièra genoemd kan worden. De stad werd gesticht als de Griekse kolonie Bathys, deel van het koninkrijk Kolchis, waar Medea prinses was en de Argonauten het Gulden Vlies gingen halen. Vlakbij Batoemi bezoek aan het Romeinse fort Gonio, waar naar verluidt de apostel Matthias is bijgezet, hoewel hij ook in Trier ligt. Na aankomst begin van de stadsverkenning. Op het centrale Europaplein verwijst het standbeeld van Medea met het Gulden Vlies naar het mythische verleden. Verschillende culturen en religies bestaan naast elkaar: rond de oude Orta Dzjamemoskee heerst een Turkse sfeer, er zijn een in Moorse stijl opgetrokken synagoge, een Armeense, een katholieke en enkele orthodoxe kerken. Overnachting in Batoemi.

Dag 13 Batoemi

’s Ochtends vervolg van de stadsoriëntatie met bezoek aan het Museum voor Schone Kunsten. De oude stad wordt omlijst door futuristische hotel- en kantoorwolkenkrabbers die in de laatste decennia zijn verrezen. Na een kopje koffie op de Alfabet-toren een wandeling door de Botanische tuin van Batoemi, met een grote

diversiteit aan planten uit diverse klimaatzones van Georgië en de wereld. Aan het eind van de middag tijd ter eigen invulling – wellicht voor een wandeling langs de Zwarte Zeekust? De NRC academie wordt afgesloten met een typisch Georgische supra: een feestelijk diner. Overnachting in Batoemi.

Dag 14 Batoemi - Amsterdam

De laatste ochtend in Batoemi voor een bazaarbezoek – een van de kleurrijkste plekken in de stad, waar boeren vruchten, groenten, geurige Kaukasische kruiden en kazen verkopen. Transfer naar de luchthaven.

Vertrek om 12.30 uur naar Nederland (met overstap in Istanboel).

Koning Aap

Niet veel westerlingen reizen naar Georgië. Jammer, want dit land heeft zoveel moois te bieden! Het bergachtige landschap is erg gevarieerd en vaak nog ongerept. Er leven verschillende soorten godsdiensten samen, zoals onder andere het Jodendom, de Islam en het Christendom. Wat erg bijzonder is, is dat Georgië per 100.000 inwoners maar liefst 51 honderdjarigen telt! Reis naar Georgië en ontdek wat het geheim is van deze extra levensjaren.

Wie door Georgië gaat rondreizen bezoekt de meest prachtige plekken van het land. Tbilisi heeft een oud centrum met pittoreske straten, hofjes en pleintjes: een groot openluchtmuseum. Niet alleen in deze stad vind je veel cultuur terug tijdens je Georgië reis. Het grottenklooster David Gareja is ook een erg indrukwekkende plek om te bezoeken tijdens je rondreis door Georgië. Dit klooster staat bekend om zijn prachtige fresco's en de bijzondere ligging met uitzicht over de Gareja-woestijn.

Tijdens de groepsreizen door Georgië bezoek je ook de regio Svaneti. Deze regio laat je genieten van het landschappelijk schoon. Hoge toppen van het Kakasusgebergte, gletsjers en lieflijke dorpjes gelegen tussen groene velden; je kijkt je ogen uit. De bewoners van deze regio volgen nog steeds hun oude tradities. Ze hebben een eigen, unieke cultuur en taal. Heel bijzonder.

De haven- en badplaats Batumi is een mooie plek om even bij te komen tijdens het rondreizen door Georgië. Langs het kilometerslange kiezelstrand ligt een boulevard met wat barretjes en restaurantjes. Batumi ligt in een subtropische streek welke rijk is aan citrusvruchten en thee. Kortom: Georgië reizen bieden afwisseling en zorgen voor onvergetelijke momenten!

<u>Rondreis GEORGIË</u>

Sinds kort lijkt Georgië eindelijk de aandacht te krijgen die het verdient. Het **bergachtige landschap** is er gevarieerd én overwegend ongerept, met als climax de regio Svaneti. De bevolking is **vriendelijk** en de bezienswaardigheden zijn talrijk. Een fascinerend fenomeen: Georgië telt per 100.000 inwoners **51 honderdjarigen**! Ontdek zelf tijdens je Georgië rondreis waarom je in dit vriendelijke land in de Kaukasus zoveel extra levensjaren krijgt.

“In Kakhetië, de wijnregio van Georgië, produceert elk huishouden jaarlijks zo'n 5000 liter wijn voor eigen gebruik. Je overnacht in lokale guesthouse bij families. Een 'tamada' zal worden aangewezen als gastheer om de juiste toast uit te brengen.”
– Anton Moeskops, Medewerker Koning Aap

Dumplings, kaasbrood en wijn

Tbilisi heeft een oud centrum met pittoreske straten, pleintjes en hofjes. Het is net één groot en gezellig openluchtmuseum. Vanaf de muren van het Narikala Fort kun je genieten van het uitzicht over de stad. In **de wijnregio Kakhetië** overnacht je bij een familie thuis. ’s Avonds kun je vast de huiswijn proberen! Een 'tamada' zal worden aangewezen als gastheer om de juiste toasts uit te brengen. De **Georgische kaasbroden** (chatsjapoeri) en dumplings (khinkali) zullen op tafel niet ontbreken.

Imposante bergreuzen

David Gareja is een groot kloostercomplex, beroemd om zijn fresco's. Volgens de overlevering staan drie bezoeken aan David Gareja gelijk aan een pelgrimstocht naar Jeruzalem. De rit over de ‘**Georgian Military Highway**’, de historische verbindingsweg naar Rusland, is schitterend. Al snel zit je midden tussen de **imposante bergreuzen van de Kaukasus**. Wandelaars kunnen tijdens deze rondreis Georgië bij Kazbegi een trektocht maken naar het op 2170 meter hoogte, eenzaam gelegen **kerkje van Gergeti**.

Gezellig schots en scheef

Kutaisi is de tweede stad van Georgië. Oude houten huizen staan gezellig schots en scheef aan de rivieroever, en het centrum is een genot voor liefhebbers van statige 19e eeuwse architectuur. Daarnaast heeft Kutaisi twee monumenten die op de **UNESCO "Werelderfgoed in gevaar"** lijst staan: de ruïnes van de indrukwekkende Bagratikathedraal uit het begin van de 11e eeuw en het door Georgiës beroemdste staatsman David de Bouwer gestichte, **schilderachtig gelegen Gelatiklooster** uit de 12e eeuw.

Landschappelijk schoon

De regio Svaneti biedt **hoge bergtoppen en gletsjers**. In de valleien liggen lieflijke dorpjes tussen groene velden. De bewoners, de Svan, hangen nog altijd aan hun oude tradities. Ze hebben hun unieke cultuur en taal altijd behouden. Ushguli is een **pittoresk dorp in Svaneti** met eeuwenoude stenen verdedigingstorens die hoog boven de huizen uitrijzen. De torens dienden ter verdediging tegen aanvallers van de families en tegen lawines. Ushguli en de regio Boven-Svaneti staan op **UNESCO's Werelderfgoedlijst**.

Zon, zee en strand

De ontspannen stad **Batumi ligt aan de Zwarte Zee** en heeft een subtropisch klimaat. Je kunt heerlijk slenteren over de boulevard langs het kilometers lange kiezelstrand, met her en der barretjes en restaurants. In het centrum zijn nog veel goed bewaarde historische panden te bezichtigen. Enkele van de gebouwen hebben een **chique Art Nouveau uitstraling**. In Batumi vind je naast een kathedraal ook een mooie synagoge uit 1904 en de Orta Moskee, welke bekend is om zijn kleurige houtsnijwerk.

Dag tot dag

Dag 1: Vertrek

Je vliegt vandaag naar Tblisi in Georgië, waar je de volgende dag aankomt. Op het vliegveld word je opgehaald door je reisbegeleider. Je **rondreis door Georgië** kan beginnen.

Dag 2: Aankomst Tbilisi

Vrije dag. De hoofdstad van Georgië ligt aan de Kura-rivier en heeft een oud centrum met pittoreske straten, pleintjes en hofjes. Het is net één groot en **gezellig openluchtmuseum**. Je maakt te voet een 'sightseeing' (inclusief de reissom). Er zijn verschillende gebedshuizen, zoals de Anchiskhatikerk, de oude synagoge en de **Sioni-kathedraal**. Deze laatste is het hoofd van de Georgische-orthodoxe Kerk, waar het kruis van de heilige Nino wordt aanbeden. Interessant is het **Narikala Fort**, vanaf de muren van het fort kun je genieten van een fantastisch panorama over de stad. 's Avonds ga je natuurlijk uitgebreid dineren in één van de vele restaurantjes die Tbilisi rijk is.

Dag 3: Tbilisi – David Gareja – Telavi

Je reist in de loop van de dag naar Telavi, een dorpje in de Kaukasus in de wijnregio Kakheti. Onderweg breng je een kort bezoek aan het **grottenklooster David Gareja**, een kloostercomplex, beroemd om zijn fresco's. Het beleefde zijn hoogtepunt in de 12de en 13de eeuw. Door een **desolaat landschap** kom je aan bij het Lavra klooster. Je overnacht in een eenvoudig guesthouse met eigen sanitair. Aangezien zo ongeveer elk huishouden in Kakheti hier jaarlijks zo'n 5000 liter wijn voor eigen gebruik produceert, kun je 's avonds vast de huiswijn proberen. Een 'tamada' zal worden aangewezen als gastheer om de juiste toasts uit te brengen. De **Georgische kaasbroden** (khatsjapoeri) en dumplings (khinkali) zullen op tafel niet ontbreken. Het diner is deze avond inbegrepen.

Dag 4: Telavi / Excursie Kakheti

Je kunt een optionele excursie maken door de regio Kakheti, die behalve met wijngaarden ook bezaaid is met kloosters en kerken. De lunch gebruik je dan bij een boerenfamilie, waar je geniet van de gastvrijheid en van enkele **'home made' gerechten** smult.

De monumenten van Kakheti staan bij deze excursie op het programma. Het **kasteel Gremi**, met bijbehorend museum en kerk, geeft een goed beeld van de geschiedenis van de provincie. Staand op de hoogste toren kijk je uit over vele ruïnes in de omgeving. Een van de grootste kathedralen van Georgië is **Alaverdi**, gebouwd in de 11de eeuw. De **Ikalto-academie** was het grootste educatieve centrum van het middeleeuwse Georgië, gebouwd door David de Bouwer. Het diner is deze avond wederom inbegrepen.

Écht op reis TIP

Wist je dat je met veelal eenvoudige dingen de toename van plastic afval kan verminderen? Tijdens deze reis zal je meerdere keren kunnen picknicken onderweg. Hoewel het mogelijk is wegwerpbordjes en bekertjes te kopen, kun je er ook voor kiezen je eigen bordje en beker van huis mee te nemen.

Dag 5: Telavi – Mtskheta – Ananuri – Kazbegi

Van de 3de tot de 5de eeuw was Mtskheta de hoofdstad van het land. De plaats ligt op een strategische plek, twee rivieren vloeien hier samen. Je kunt het historische

Jvari-klooster en de Svetitskhoveli-kathedraal bezoeken. Beide monumenten pronken op de **Werelderfgoedlijst van UNESCO**.

De rit over de '**Georgian Military Highway'**, de historische verbindingsweg naar Rusland, is werkelijk schitterend en voert dwars door het Kaukasusgebergte. Al snel zit je midden tussen de imposante bergreuzen. Je maakt een stop bij het prachtige, aan een stuwmeer gelegen **kloostercomplex van Ananuri**. Langzaam voert de route omhoog totdat je je bij Gudauri, het skioord van Georgië, midden in het hooggebergte bevindt. Vanaf hier is het nog een klein uurtje naar de grensplaats met Rusland, Kazbegi (wat tegenwoordig bekend is onder de naam Stepantsminda). Het diner is deze avond inbegrepen.

Dag 6: Kazbegi / optioneel Excursie Gergeti

Liefhebbers kunnen een wandeling maken naar het op 2170 meter hoogte gelegen **kerkje van Gergeti**. Je kunt ervoor kiezen om de minibusje naar boven te gaan (optioneel ter plaatse bij te boeken via de reisbegeleider). De Tsminda Sameba (Drie-eenheids-kathedraal) domineert de vallei vanaf een eenzame heuveltop. Vanaf hier heb je met helder weer een geweldig uitzicht op de berg Kazbek, met zijn 5047 meter één van de hoogste van Georgië. Je maakt een rit door de Dariali-kloof, die duizenden jaren lang de enige doorgang was door de Hoge Kaukasus.

Natuurlijk kun je er ook voor kiezen om het vandaag lekker rustig aan te doen en de bergen van een afstandje te bekijken. Zo kun je het dorpsleven in Kazbegi gadeslaan. Het diner is deze avond wederom inbegrepen.

Dag 7: Kazbegi – Gori – Uplistsikhe – Akhaltsikhe

Je bezoekt de stad Gori, de geboorteplaats van **Georgiës beruchtste zoon, Stalin** oftewel Josef Vissarionovitsj Dzjoegasjvili. Veel Georgiërs zijn nog altijd trots op hun machtige landgenoot en bagatelliseren zijn misdaden. Midden in Gori staat een prachtig staaltje van Sovjet propaganda, het door Stalin zelf opgerichte aan hem gewijde museum. Voor het museum staat zijn geboortehuis onder een Griekse tempelachtige constructie. Een interessante plek voor een fotostop.

De **grottenstad Uplistsikhe** (eerste eeuw voor Christus) ligt even buiten Gori. Het is een interessant complex met o.a. wijnkelders, een bakkerij, een uit de rotsen gehouwen basiliek en zelfs een antiek theater. Dit rit gaat verder naar Akhaltsikhe, waar je overnacht in een guesthouse of een hotel.

Dag 8: Akhaltsikhe / Excursie Vardzia en Khertvisi Fort

Je maakt een dagexcursie (inbegrepen in je reissom) naar het imponerende **Vardzia**. Deze op 1300 meter hoogte gelegen grottenstad strekt zich uit over een halve kilometer, en is **één van de beroemdste bezienswaardigheden van Georgië**. Onder de legendarische koningin Tamar groeide Vardzia van grotnederzettingen uit tot een koninklijke stad met kathedralen, kloosters en paleizen. Onderweg naar Vardzia passeer je diepe ravijnen, hoge rotswanden, snelstromende riviertjes, veelkeurige rotsen en bezoek je ook het **Khertvisi Fort.**

Natuurlijk kun je er ook voor kiezen om in Akhaltsikhe achter te blijven, voor een rustig dagje zonder 'gereis'.

Dag 9: Akhaltsikhe – Borjomi – Kutaisi

's Ochtends bezoek je Borjomi. In de 19de eeuw was het stadje populair als kuuroord bij de Russische aristocratie. Tegenwoordig is het veel van die oude luister verloren, **je proeft de vergane glorie.** Her en der zijn wel al enkele herenhuizen opgeknapt. Borjomi is in heel Georgië bekend, hier wordt het meest gedronken mineraalwater van het land geproduceerd.

Vervolgens rijd je naar Kutaisi, de tweede stad van Georgië, prachtig gelegen aan de Rioni-rivier. Oude houten huizen staan gezellig schots en scheef aan de rivieroever, en het centrum is een genot voor liefhebbers van **statige 19de eeuwse architectuur**.

Dag 10: Kutaisi / optioneel Excursie Gelati en Motsameta

Vrije dag. Kutaisi heeft twee monumenten die op de UNESCO Werelderfgoed lijst staan. De eerste zijn de ruïnes van de **indrukwekkende Bagrati-kathedraal**, die in 1003 werd gebouwd door koning Bagrat III.

Ook het oosters-orthodoxe **Gelati-klooster** (of het Klooster van de Maagd) uit 1106 prijkt op de lijst. Je kunt het klooster, gesticht door Georgiës beroemdste staatsman David de Bouwer (1089-1125), tijdens een facultatieve excursie bezoeken. Het is schilderachtig gelegen op een met bossen bedekte heuvel. Ook het klooster van Motsameta wordt tijdens deze excursie aangedaan.

Dag 11: Kutaisi – Mestia

Tijd voor een van de hoogtepunten van je reis, **Svaneti**. Deze regio biedt landschappelijk schoon met de hoge toppen van de Kaukasus en gletsjers. In de

valleien liggen lieflijke dorpjes tussen groene velden. De bewoners van Svaneti, de Svan, hangen nog altijd aan hun **oude tradities**. Ze hebben hun unieke cultuur en taal altijd weten te handhaven, mede door de afgelegen ligging.
Je rijdt via Zugdidi naar Mestia, het centrum (en grootste dorp) van Svaneti. In Mestia overnacht je in een guesthouse met privé sanitair, en ook hier is het avondeten inbegrepen.

Dag 12: Mestia
Je hebt vandaag een vrije dag in Mestia. Doordat Svaneti eeuwenlang zeer **moeilijk bereikbaar** is geweest, zijn veel gebruiksvoorwerpen en vooral kunstschatten bewaard gebleven. Vreemde mogendheden zoals het Mongoolse Rijk hebben Svaneti nooit bereikt en zelfs de Sovjet-Unie had maar weinig invloed in de regio. Het recent gemoderniseerde **museum van Svaneti** is daardoor een van de beste musea van het land. Vanuit Mestia kun je bij helder weer de berg Ushba (4710 meter hoog) zien liggen. Wandelen in de omgeving van Mestia of het dorpsleven van dichtbij meemaken ehoren vandaag tot de mogelijkheden. Je kunt er vandaag ook voor kiezen deel te nemen aan een optionele wandel excursie. Na het ontbijt rijd je naar het dorpje Lakhiri vanwaar je terug wandelt naar Mestia. Het eerste deel van de wandeling gaat omhoog totdat je op ongeveer 1870 meter hoogte bent. Daarna daal je af naar een mooie vallei vol bloemen vanwaar je uitzicht hebt op de **Chalaadi gletsjer en de Mestia vallei** met de vele verdedigingstorens. De wandeling duurt ongeveer 5 uur, waarbij je 320 stijgt en 500 meter daalt.

Dag 13: Mestia - Ushguli
Per minibusje reis je naar Ushguli, een pittoresk en authentiek dorp in de regio Svaneti met **eeuwenoude stenen verdedigingstorens** die hoog boven de bomen en huizen uitrijzen. De torens dienden ter bescherming tegen aanvallers van de families, en ter protectie bij lawines. Het dorp biedt (met helder weer) een schitterend zicht **op de berg Shkhara, met zijn 5068 meter** de hoogste van Georgië. Ushguli is naar zeggen met zijn 2200 meter het hoogstgelegen dorp van Europa, dat het hele jaar door bewoond wordt. Ushguli en de gehele regio Boven-Svaneti staan op de **UNESCO Werelderfgoedlijst**. Het is heerlijk wandelen en genieten van dit unieke plekje in de Kaukasus. Je overnacht in een eenvoudig guesthouse met gedeeld sanitair. Het diner is vandaag inbegrepen in de reissom.

Dag 14: Ushguli – Lentekhi – Kutaisi

Je neemt afscheid van je guesthouse en de familie die het runt en reist vanuit Ushguli met 4WD busjes verder door het ruige landschap van Svaneti. Tijdens de rit door het imposante **Kaukasus gebergte** is het makkelijk voor te stellen hoe de inwoners van Svaneti er zo lang in zijn geslaagd hun taal en cultuur te beschermen, er zijn immers maar weinig toegangswegen tot de dorpen. Zes maanden per jaar is Svaneti door **sneeuwval** zelfs helemaal onbereikbaar. In Lentekhi staat de bus op je te wachten en reis je verder naar Kutaisi waar je aan het eind van de dag aankomt.

Dag 15: Kutaisi - Batumi

In de ochtend rijd je naar Batumi, mooi **gelegen aan de Zwarte Zee** dichtbij de Turkse grens. Dé haven- en badplaats van Georgië ligt in een subtropische streek. De belangrijkste bezienswaardigheid is de wandelboulevard langs het kilometers lange kiezelstrand, met her en der barretjes en restaurants. In de laatste jaren van de Sovjet-Unie groeide Batumi uit tot de belangrijkste 'zon-zee-strand' bestemming voor de communistische jeugd. In het centrum van Batumi zijn nog veel **goed bewaarde historische panden** te bezichtigen, enkele van de gebouwen hebben een chique **Art Nouveau**-uitstraling.

Dag 16: Vertrek Batumi – Aankomst

Vroeg in de ochtend word je naar de luchthaven gebracht voor je terugvlucht naar huis. De prachtige **rondreis door Georgië** zit erop. Je herinneringen houd je levend met je foto's en souvenirs.

<u>Cultuur Georgië</u>

Georgiërs staan bekend als de levensgenieters van de Kaukasus. Ze zijn extravert, emotioneel, romantisch en houden van feestvieren. Voordat je het weet, heb je tijdens een reis door Georgië een uitnodiging bij iemand thuis. En kan het feest met bijbehorend feestmaal (soepra) beginnen, want voor een Georgiër is een gast een geschenk van God. De tafel staat centraal in het Georgische leven en wordt altijd rijkelijk gedekt. Hier ontmoet men vrienden en familie op wie men een toost uitbrengt met lange toespraken. Dit gebeurt volgens strikte regels. Toosten gebeurt met chacha, Georgische wodka. Hoogtepunt vormt de toost met de traditionele drinkhoorn (bokkenhoorn) die meestal meer dan een halve liter kan bevatten.

Eten en drinken Georgië

Georgiërs houden van uitgebreid tafelen. Van walnoten, knoflook en aubergine worden de verrukkelijkste hapjes en gerechten gemaakt. Koriander, dille en peterselie maken het geheel af. Een Georgische maaltijd begint met koude en warme hapjes zoals lobia (bonen en walnotensalade), scherp gekruide gebakken stukjes lever, met knoflook gemarineerde aubergine, pkali (jonge spinaziebladeren die samen met kruiden klein gehakt zijn) khatsjapoeri (kaasflappen gemaakt van een soort pizzadeeg gevuld met kaas die ook op bijna iedere straat hoek te koop zijn) en verschillende soorten groenten in zuur ingemaakt. Vervolgens komen er gerechten met lamsvlees, kalfsvlees of kip.

Populaire gerechten in Georgië

Satsivi, kip in walnotensaus, is een populair gerecht. Tschakakbili is een eenpansgerecht met veel kruiden, tomaten en paprika meestal verkrijgbaar in eenvoudige eettentjes. Evenals khinkali, een soort grote ravioli (vergelijkbaar met Aziatische dumplings) gevuld met gekruid gehakt en met veel peper. Poeri is een plat brood, dat bij iedere maaltijd geserveerd wordt. Gozanikaki (walnoten in karamelglazuur) is een fameus toetje en tsjoertskhela (noten geregen aan een touwtje gedept in verdikt druivensap en hangend in de zon gedroogd) een heerlijk zoet tussendoortje.

Drinken in Georgië

Georgië is een wijnland bij uitstek. Tijdens de sovjetperiode kwam zeventig procent van de wijnproductie uit Georgië. Kindschmareuli is een droge witte wijn. Gurdschani is iets zoeter van smaak. Akascheni (fruitig) en teliani (droog) zijn bekende rode wijnen. Bier is overal verkrijgbaar, o.a. de merken Argo en Kazbegi en rijstbier. Chacha is de nationaal gestookte sterke drank. Borjomi mineraalwater (met een enigszins zoutige smaak) is het bekendste mineraalwater in Georgië. Het water uit de kraan kun je beter niet drinken.

Shoestring

Een reis voor de echte wandelliefhebber. Geschikt voor de actieve reiziger die van natuur en cultuur houdt. Tijdens deze reis geniet je van al het moois dat het nu nog redelijk onbekende en authentieke Georgië te bieden heeft. Fascinerende landschappen, oude kerken en prachtige natuur zullen niet ontbreken tijdens deze reis. Tijdens deze reis breng je een aantal dagen door in de provincie Svaneti, gelegen in het noordwesten van het land en daardoor een van de meest afgelegen delen van het land. Voor een deel ligt deze provincie in de bergen van Grote Kaukasus en is dus uitermate geschikt voor actieve wandelingen.

Het Kaukasus gebergte vormt de scheiding tussen Europa en Azië. Je zal merken dat Georgië zowel West-Europese, Russische en Aziatische invloeden heeft. Dit bijzondere land zal je zeker bijblijven. De eeuwenoude tradities maar ook de gastvrijheid en vriendelijkheid van de bevolking.

Hoogtepunten

Tbilisi, de hoofdstad met invloeden uit verschillende culturen en religies. Een mix van traditioneel en modern.

Wandelen, door de prachtige natuur en het ongerepte landschap van Georgië.

Mtskheta, de spirituele hoofdstad van Georgië. Je vindt hier twee van de grootste kerken van Georgië, de Svetitskhoveli en Jvari.

De regio Svaneti, met hoge bergtoppen, spectaculaire valleien en kleine dorpen. Alsof de tijd hier heeft stilgestaan.

Ushguli, het hoogst permanent bewoonde dorp van Europa.

Gergeti Trinity Church, met de besneeuwde toppen van berg Kazbegi op de achtergrond, adembenemend mooi! Vergeet je fototoestel niet voor dit fotogenieke plaatje.

<u>Dag tot dag beschrijving</u>

Dag 1: Vertrek Amsterdam - Aankomst Tbilisi

Vlucht van Amsterdam naar Tbilisi, de Georgië rondreis gaat beginnen. Afhankelijk van de vlucht kom je of in de avond of in de vroege ochtend aan op de luchthaven van Tbilisi waar je wordt opgewacht door de Engelssprekende reisbegeleiding.

Dag 2: Tbilisi

Vrije dag. Vandaag ga je op eigen gelegenheid Tbilisi ontdekken.

Wandel door de oude stad of begin je reis relaxt in een van de badhuizen waar Tbilisi bekend om staat.

Ontdek de stad met zowel Europese, Aziatische en Russische invloeden. Een multiculturele stad waar verschillende religies samenkomen. Op een paar minuten loopafstand van elkaar vind je in Tbilisi onder andere een Georgisch Ortodoxe-, Armeens Gregoriaanse- en Rooms-Katholieke kerk. Ook een synagoge, moskee en Zoroastrische tempel passen in het straatbeeld.

’s Avond kan je genieten van de lokale Georgische keuken.

Dag 3: Tbilisi – Mtskheta – Stepantsminda

Op ongeveer een uur rijden van Tbilisi ligt Mtskheta.

Mtskheta is de oude hoofdstad van Georgië en tevens UNESCO Werelderfgoed. Vandaag de dag wordt Mtskheta genoemd als de spirituele hoofdstad van het land. Twee van de grootste kerken, Svetitskhoveli en Jvari, liggen in Mtskheta. Na het bezoek aan Mtskheta rij je over de Military Highway naar het Noorden. De Military Highway staat bekend als een van de mooiste routes van Georgië. De in 1977 gebouwde weg is de belangrijkste weg door de Kaukasus die Tbilisi met Vladikavkaz in Rusland verbindt. Je eindigt de dag in Stepantsminda.

Dag 4: Stepantsminda – Juta - Mount Chaukhebi – Juta - Stepantsminda

Stepantsminda is een dorp gelegen aan de voet van de Grote Kaukasus en uitvalsbasis voor de komende drie nachten. Vandaag begint de eerste echte wandeling van de reis. Van Stepantsminda rij je naar de oude plaats Juta waar de tocht begint. Van Juta op 2160 meter hoogte begin je de wandeling met een steile klim omhoog. Na een korte pauze loop je verder en steek je twee keer de rivier over. Bij de volgende pauze kan je genieten van een prachtig uitzicht op de berg Chaukhebi (2550 meter hoogte).

Loopafstand ca. 8,5 kilometer, looptijd ca. 3-4 uur, stijging: 680 meter, daling 680 meter.

Dag 5: Stepantsminda – Gergeti – Sabertse – Stepantsminda
Vandaag staat er een lange wandeling op de planning. In de ochtend wandel je door de valleien van Stepantsminda naar Gergeti. Bij Gergeti ligt de Gergeti Trinity Church. Een veel gefotografeerde kerk. Met de besneeuwde toppen van de berg Kazbegi op de achtergrond lijkt het net alsof je naar een ansichtkaart kijkt.
Via een smal pad vervolgt de route zich naar Sabertse. Vandaag geniet je onderweg van indrukwekkende landschappen, bloemenvelden en bij goed weer een fantastisch uitzicht op berg Kazbegi. Je eindigt de dag weer in Stepantsminda.

Loopafstand ca. 14 kilometer, looptijd ca. 5-6 uur, stijging: 1200 meter, daling: 1200 meter.

Dag 6: Stepantsminda – Gori – Uplistsikhe – Kutaisi
Je verlaat Stepantsminda en rijdt via Gori en Uplistsikhe naar Kutaisi.
Gori is de geboorteplaats van Stalin. Je vindt hier zijn huis en museum. Op ongeveer 10 kilometer van Gori ligt Uplistsikhe. Uplistsikhe was een belangrijke plaats op de Zijderoute van Azië naar Europa. Tegenwoordig is Uplistsikhe een niet te missen bezienswaardigheid in Georgië vanwege de oude grottenwoningen. Je ziet in het complex onder andere een basiliek en antiek theater.
Na een lange dag onderweg zal het diner ’s avonds in Kutaisi klaarstaan.

Dag 7: Kutaisi - Okatse Canyon – Mestia
Van Kutaisi rij je naar Mestia met een stop bij de Okatse Canyon. Vergeet je fototoestel niet om dit natuurschoon vast te leggen. Aan het eind van de dag kom je aan in Mestia, het middelpunt van de Upper Svaneti.

Dag 8: Mestia – Mulakhi
Na het ontbijt begint een mooie nieuwe wandeltocht. Vanaf het hotel loop je naar het dorp.
Onderweg passeer je een oud militair Sovjet kamp. Je loopt in een heuvelachtig landschap dus je zal meerdere malen steile klimmen moeten maken. Na een tweede steile heuvel kom je aan in een veld waar je, als het weer het toelaat, goed zicht hebt op de in de hoge Kaukasus gelegen bergen Laila (4008 meter), Ushba (4700 meter) en Tetnuldi (4852 meter).

Na de picknicklunch gaat de wandeling meer bergafwaarts. Dit gedeelte van de dag zal gemakkelijker af te leggen zijn. Je loopt naar het dorp Mulakhi waar je overnacht in een Guesthouse met gedeelde faciliteiten.

Loopafstand ca. 14 kilometer, looptijd ca. 5-6 uur, stijging: 650 meter, daling: 520 meter.

Dag 9: Mulakhi - Adishi

Vandaag ga je letterlijk de hoogte in. De wandeling begint bij het hotel en je loopt door het dorp. De kleine kerk geeft het eind van het dorp aan. Vanaf hier loopt het smalle pad bergopwaarts, de groep zal achter elkaar moeten lopen. Na ongeveer 40 minuten kom je aan bij een bos en wordt het pad wat breder. Na de helling van het skigebied van de berg Tetnuldi op 4852 meter hoogte is het nog ongeveer 150 meter klimmen voordat je aankomt bij een lokale hut waar je kan opladen met een kop thee of koffie. Vervolgens daal je af naar het dorp Adishi. In Adishi wonen maar ongeveer 6 families. Met de traditionele Svaneti vrijheid en diner word je ontvangen. Je zal het echte Svaneti ervaren.

Je overnacht in een Guesthouse met gedeelde faciliteiten.

Loopafstand ca. 13 kilometer, looptijd ca. 5-6 uur, stijging: 1070 meter, daling: 530 meter.

Dag 10: Adishi - Iprari

Vroeg uit de veren want vandaag is de langste wandeldag van de reis. Onderweg zal je je ogen weer uitkijken op de berg Tetnuldi, de Adishi Gletsjer en een mooi meer in de vallei.

Vlak voor de Adishi gletsjer moet de rivier worden overgestoken maar omdat het water vaak te hoog staat zullen er paarden zijn die je naar de overkant brengen.

Het eerste dorp dat je aandoet is Khalde. Khalde bestaat voornamelijk uit ruïnes maar er is een klein café om een korte pauze te nemen indien gewenst.

Je overnacht in een Guesthouse met gedeelde faciliteiten. Aan het eind van de dag zal het diner klaar staan.

Loopafstand ca. 17-19 kilometer, looptijd ca. 6-7 uur, stijging: 760 meter, daling: 950 meter.

Dag 11: Iprari - Ushguli

Van Iprari loop je naar Ushguli. Tijdens de wandeling zal je een aantal keer moeten stijgen en dalen. De route gaat door bossen en over velden. Het laatste stuk van de wandeling is iets minder fijn omdat je de weg deelt met auto's, maar dit ben je snel weer vergeten zodra je bij het bijzondere Ushguli aankomt. Ushguli herken je aan de Svaneti wachttorens. Het dorp staat op de UNESCO Werelderfgoedlijst en is met circa 200 inwoners het hoogst permanent bewoonde dorp van Europa. Vanaf Ushguli kan je met helder weer de hoogste berg van Georgië, berg Shkhara, zien.

Je overnacht in een Guesthouse met gedeelde faciliteiten.

Loopafstand ca. 13-15 kilometer, looptijd ca. 4-5 uur, stijging: 765 meter, daling: 500 meter.

Dag 12: Ushguli – Kutaisi

In de ochtend maak je de laatste mooie wandeling van de reis. Je laat Ushguli achter je en loopt steil bergopwaarts naar de Latipari Pass. Vanaf de Latipari Pass heb je uitzicht op de hoge en lage Svaneti en verschillende indrukwekkende bergen. Via bergmeren kom je aan bij de weg waar de bus staat de wachten. Door de bergen rij je via Lentekhi naar Kutaisi.

Kutaisi is de tweede stad van Georgië. Moe en voldaan kan je in Kutaisi genieten van het diner.

Loopafstand ca. 13 kilometer, looptijd ca. 5 uur, stijging: 1250 meter, daling: 500 meter.

Dag 13: Kutaisi – Tbilisi

De laatste volle dag van de reis. Van Kutaisi rij je terug naar de hoofdstad Tbilisi waar deze geweldige reis begon.

Je komt in de middag aan in Tbilisi. Je hebt de middag en avond om de hoofdstad verder te verkennen en de laatste souvenirs te kopen.

Dag 14: Vertrek Tbilisi – Aankomst Amsterdam

Helaas is het tijd om Georgië te verlaten.

Je neemt afscheid van de reisbegeleiding en stapt in het vliegtuig terug naar Nederland.

Dim Sum Reizen

Deze reis door het prachtige verrassend mooie Georgië brengt u langs verschillende locaties van het populaire televisieprogramma Wie is de Mol van afgelopen seizoen. Natuurlijk ziet u de mooie, oude binnenstad van **Tbilisi en** verblijft u in het **Kaukasus gebergte** bij Kazbegi, met het imposant gelegen kerkje op de berg! U herkent vast de **oude sanatorium** bij Tskaltubo, het **observatorium** bij Abastumani, de **grotstad Vardzia**, het **treintje** door de bergen naar Bakuriani en het schitterende **Tabastkuri meer**. Het **Rabati-kasteel** in Akhaltsikhe was de plek waar de finalisten de laatste test moesten maken en de Mol 'oog-in-oog' met zichzelf stond.

Dag 1 aankomst Tbilisi

Bij aankomst op de luchthaven van de Georgische hoofdstad wordt u opgehaald en naar het geboekte hotel gebracht. Afhankelijk van uw aankomst tijd kunt u de stad gaan verkennen en/of genieten van een eerste, heerlijke, Georgische maaltijd in een van de leuke restaurantjes die deze stad kent.

Mooi gelegen aan de rivier de Koera, die hier Mtkvari heet, gaat de geschiedenis van de stad terug tot de 5e eeuw. De naam Tbilisi betekent 'warme bron', wat ook de ontstaansreden van de stad op deze plek is. Verschillende belangrijke bezienswaardigheden van de stad liggen niet ver van elkaar in het oude stadsdeel. Hier ziet u ook de typische huizen met charmantehouten balkons.

In het deel Abanotubani vindt u de Zwavelbadhuizen (let op de stenen koepels). Vlak naast elkaar liggen hier ook de gebedshuizen van verschillende geloofsrichtingen: een moskee, een synagoge en een vuurtempel. Niet ver liggen de Sioni kathedraal en Anchiskhati kerk. In één wandeling ziet u dus christelijke, joods, islamitische en zoroastrische invloeden.

Bij de 13e eeuwse Metekhi kerk vindt u het standbeeld van Vachtang Gorgasali, de grondlegger van de stad, Boven de oude stad torent het imposante Narikala fort uit de 4e eeuw; waar u te voet of met de kabelbaan naar toe kan.

We kunnen een stadswandeling desgewenst organiseren met een lokale Engels sprekende gids. Kijk hiervoor bij de excursies.

Dag 2 Tbilisi

Het moderne deel van de stad bereikt u via het Vrijheidsplein, met het standbeeld van St. Joris en de draak, De Rustaveli Gamdziri is de belangrijkste straat van de stad. Hier bevinden zich naast verschillende winkels en musea het Operahuis en het parlementsgebouw. Het National Museum kent een prachtige collectie juwelen. Het Georgische Museum van Schone Kunsten toont werken van beroemde Georgische schilders; maar kent ook Europese en Perzische kunst. Verder interessant zijn het Etnografisch Museum en het Museum van de Sovjet-bezetting. Bezoek eventueel een voorstelling in het Rustaveli theater waar de overige kandidaten **eerste afvaller Ron** niet terug wilden laten keren in het spel.

Aan de overkant van de rivier kunt u het presidentieel paleis en de prachtige nieuwe Sameda kathedraal zien liggen. De kathedraal is de grootste van het land en werd gebouwd na de onafhankelijkheid van het land (1995-2004). Een bezoek is zeker de moeite waard en u geniet er van mooie uitzichten over de stad. De moderne, glazen Brug van de Vrede is een nieuwe blikvanger en staat in scherp contrast met de gebouwen in het oude stadseel.De avond in Tbilisi zal u zonder problemen door kunnen komen in een van de vele restaurants, cafés en andere uitgaansgelegenheden.

Dag 3 Tbilisi - Stepantsminda / via Mtskheta

U verlaat de oude hoofdstad en reist verder in noordelijke richting. Vlakbij Tbilisi ligt het religieuze centrum van het land: Mtskheta. Dit plaatsje ligt bij een samenvloeiing van twee rivieren. U bezoekt er het Jvari klooster uit de 6e eeuw en de Svetitskhvoleli kathedraal uit de 11e eeuw. Wanneer u de reis plant zodat u op zondag in Mtskheta bent, kunt u hier de indrukwekkende zondagsmis van de Georgische orthodoxe kerk meemaken. Binnen de met fresco's beschilderde muren van de kathedraal wordt enkele uren lang een mis gehouden, waarbij de zangkoren van hemelse schoonheid zijn. Mensen lopen in en uit de kerk. Oude vrouwtjes zitten op de bankjes, priesters zwaaien met wierrook en velen komen een gebedje voor hun favoriete icoon doen. Vervolgens rijdt u over de prachtige Georgian Military Highway de bergen van de Kaukasus in. Onderweg passeert u het 17e eeuwse klooster van Ananuri, mooi gelegen aan een meer. Na een lange, mooie reisdag komt u uiteindelijk aan in Stepantsminda.

Dag 4 Stepantsminda / Gergeti kerk en Sno Vallei

Vanuit Stepantsminda heeft u uitzicht op de mooist gelegen kerk van de Kaukasus, de Gergeti Drie-eenheids kerk. Het silhouet van de kerk tekent zich af tegen de indrukwekkende piek van Mt. Kazbeg (5033 meter). Wellicht herkent u deze adembenemende plek wel uit aflevering drie van Wie is de Mol? Hier gingen namelijk verschillende kandidaten **al paraglidend** de vallei door. U zult niet gaan paragliden vandaag, wel maakt een prachtige wandeling van zo'n 2 uur bergopwaarts naar dit spectaculair gelegen orthodoxe kerkje, gelegen op 2170 meter, met een mooi uitzicht op de omgeving.

's Middags wordt u naar het dorpje Sno en de gelijknamige vallei gebracht. Geniet hier van de prachtige omgeving tijdens een mooie wandeling.

Dag 5 Stepantsminda - Kutaisi / via Gori & Uplistsikhe

U verlaat Stepantsminda en reist over dezelfde Georgian Military Highway richting Gori, het centrum van de Kartli regio. Vlak voor Gori ligt de de grotstad Uplistsikhe. In deze grotstad woonden al mensen in het eerste millennium voor Christus. In een uitgebreid stelsel van grotten vindt u woningen, kerken, bakkerijen en zelfs een theater. Gori heeft de fameuze reputatie van geboortestad van Stalin. U kunt er het Stalin museum bezoeken vol sovjetattributen en zelfs het geboortehuisje van Stalin. In het centrum stond de 'Man van Staal' nog lang fier overeind. tegenwoordig staat er een 'relatief' klein beeld vlakbij het museum

Volgende stop is Kutaisi, gelegen in het land van het 'Gulden Vlies'. Hier heeft u nog wat tijd om dit leuke provinciestadje op eigen gelegenheid verder te ontdekken. Kutaisi is gelegen rondom de Rioni rivier, die de stad in tweeën doet splitsen. Beide stadsdelen zijn te bezoeken via een lange brug die onder andere door **onze Mol kandidaten** wit is geschilderd (zoek niet naar een witte brug; want deze is inmiddels weer overgeschilderd). Breng een bezoekje aan het historisch museum van Kutaisi waar u een grote collectie aan wapens, archeologische vondsten, juwelen en manuscripten kunt bewonderen. Het museum is overigens tot 18:00 uur geopend. Breng ook een bezoekje aan de overdekte markt waar allerlei kraampjes te vinden zijn waar verse producten zoals groente, fruit, vlees en vis te koop zijn. U overnacht vanavond in Kutaisi.

Dag 6 Kutaisi / dagtocht incl. Tskaltubo

Vandaag maakt u een excursie door de mooie omgeving van Kutaisi. U bezoekt de Prometheus Grot, de tweede grootste Karstgrot van Europa (gesloten op maandagen), die bekend staat om zijn enorme gangen, hallen, ondergrondse meren en rivieren en uiteraard zijn prachtige stalactieten en stalagmieten. Het plaatsje Tskaltubo staat bekend om zijn zachte klimaat en zijn warme thermische bronnen. Tskaltubo was vooral erg populair in tijden van de Sovjet Unie en trok toentertijd zo'n 125.000 bezoekers per jaar. Stalin heeft hier zelfs zijn eigen badhuis laten bouwen waar vele toppolitici samen kwamen om te ontspannen. Ondanks dat het badhuis wellicht ietwat van zijn charme heeft verloren, is het als nog de moeite waard om hier een bezoekje aan te brengen.

Onze Wie is de Mol? kandidaten deden in dit dorpje de **Sleutelopdracht in het Minor Sanatorium** - een oud Sanatorium tevens gebouwd toen Stalin nog aan de macht was. Breng gerust een bezoekje aan dit verlaten herstellingsoord. De tijd lijkt hier werkelijk stil te hebben gestaan.

Dag 7 Kutaisi - Bakuriani / via Borjomi

U reist vandaag via Borjomi naar Bakuriani. Borjomi staat in Georgië bekend om zijn minerale wateren en zijn helende werkingen. De bronnen (overigens zijn dit geen natuurlijke maar geboorde bronnen) worden gevoed door water van de gletsjers. Bakuraini is wat hogere gelegen en is 's winters een prachtig skigebied. In de lente en in de zomer leent het zich perfect voor mooie wandelingen in de valleien. U overnacht vanavond in een fijn 3*** hotel.

Wilt u een wandeling maken in het Borjomi-Kharagauli National Park dan heeft u een extra dag nodig. Vraag de mogelijkheden na bij uw reisspecialist.

Dag 8 Bakuriani - dagtocht Tabatskuri meer

Vandaag maakt u een uitstapje naar het Tabatskuri meer. Dit meer is gelegen tussen de districten van Borjomi en Akhaltsikhe en is ontstaan na een vulkanische uitbarsting. Direct aan het meer ligt een dorpje waar voornamelijk veel Armenen wonen die de kost verdienen met het verbouwen van groente, fruit en aardappels en de visserij. Dit is tevens de setting geweest voor **de finale opdracht waarin Jan, Olcay en Ruben met**

een oude 4X4 rondom het meer moesten rijden om zo de juiste puzzelstukken te verzamelen.

Dag 9 Bakuriani / trein Borjomi - Akhaltsikhe

Met een lokaal treintje (Kukushka genaamd) reist u net als de Wie is de Mol-lers? in ongeveer 2,5 uur van Bakuriani terug naar Borjomi. Dit spoor is al meer dan 100 jaar oud en vervoert vandaag de dag nog steeds dorpsbewoners, toeristen en skiërs. Wees gerust... u hoeft geen dozen van wagon naar wagon te verplaatsen...

Vervolgens reist u via het tussen de dichtbegroeide bossen gelegen Abastumani, dat in Georgië bekend staat om zijn zachte klimaat en zijn thermische bronnen. In het plaatsje zelf zijn prachtig vervallen huizen te zien. Bovenop een berg ligt hier het Nationaal Astrophyical Observatory - wellicht bij u bekend vanwege **de Mol opdracht 'Maneschijn'**.

Doordat de lucht hier heel schoon is en er dus weinig luchtvervuiling is, zijn de eerste telescopen hier in 1932 geplaatst. In het waarnemingscentrum werd onder andere onderzoek gedaan verspreid over verschillende gebieden van astronomie, astrofysica en onderzoek van de bovenste lagen van de atmosfeer.

Check bij uw reisspecialist wat de mogelijkheden zijn om het observatorium 's nachts te bezoeken en de sterren te aanschouwen.

Dag 10 Akhaltsikhe - Vardzia

Van Akhaltsikhe reist u via het Sapara klooster en het Khertvisi fort naar de beroemdste grotstad van het land : Vardzia. Deze grotstad in de Erusheli berg langs de Mtkvari rivier stamt uit de 12 eeuw. De stad werd gebouwd ter bescherming tegen de Mongolen en helaas in de 13e eeuw door een aardbeving verwoest. Hierdoor werden de grotten van buiten zichtbaar. U herkent hier weer duidelijk de oude kerken en woningen terug. **In aflevering acht van Wie is de Mol?** heeft u hier kunnen genieten van het prachtige gezang van de volkszangers in traditionele kostuums. Deze muziek is onlosmakelijk verbonden met de tradities wat Georgië zo'n bourgondisch land maakt: uitgebreid tafelen, toosten en wijn drinken.

Dag 11 Vardzia - Tbilisi / via Tsalka meer

U keert terug naar de Georgische hoofdstad. U reist over een van de hoogste plateau's van Zuid Georgië waar u met helder weet uitkijkt op de grens met Turkije. U passeert de meren Paravani en Tsalka en vele Armeense dorpjes voordat u weer afdaalt naar beneden en in Tbilisi aankomt. Natuurlijk bestaat de gelegenheid om in zo'n typisch dorpje een stop te maken en een wandelingetje te maken.

Dag 12 Tbilisi

Nog een laatste vrije dag in Tbilisi. Geniet vandaag nog van de gezelligheid van de oude stad van Tbilisi en van een heerlijke laatste maaltijd, eventueel met een goed glas Georgische wijn. Voor u de volgende dag weer naar de luchthaven wordt gebracht voor de vlucht naar huis.

Sovjet Reizen

Georgië/Tbilisi

Georgië is waarschijnlijk één van de mooiste landen in de Kaukasus om te bezoeken. Van het levendige Tbilisi tot de verbazingwekkende uitzichten over het Kaukasus gebergte. De schoonheid van Georgië zal u in haar macht nemen. Laat u verwelkomen door deze gastvrije bevolking, bezoek historische steden en geniet in de lente van de bloeiende valleien bekroond met de machtigste kastelen. Georgië is dé bestemming voor diegenen die opzoek zijn naar een ongerepte natuur en cultuur in een land dat volop in ontwikkeling is.

Dag 1-2 Tbilisi

Vertrek vanaf Amsterdam naar Tbilisi. Bij aankomst volgt de transfer naar uw hotel.

Dag 2 – Tbilisi

Al in de middeleeuwen was Tbilisi uitgegroeid tot een welvarend knooppunt op de handelsroutes tussen West- en Oost Trans-Kaukasië. Tegenwoordig is Tbilisi een levendige en gezellige stad, gelegen in een vallei omgeven door prachtige bergen. Het is een multiculturele stad waar Georgische, Armeens Apostolische en rooms-katholieke kerken, een synagoge en een moskee op nog geen 5 minuten lopen van elkaar verwijderd zijn. Tbilisi, ook wel het Parijs van het oosten genoemd, is een onstuimige maar zeer aangename mix van oost en west wat al sinds de oudheid vele bezoekers trekt. We bezichtigen de Drievuldigheid kathedraal. De onlangs gebouwde kerk is het grootste religieuze bouwwerk van Georgië en bestaat uit meerdere verdiepingen. De kerk is gesitueerd op een plateau welke prachtig aangelegd is met bloemen, bomen en perkjes. Aansluitend bezoeken we de Metekhi tempel, gelegen aan de Mtkvari rivier, gebouwd door de Georgische koning Sint-Demetrius II tussen circa 1278-1284. Het is enigszins een ongebruikelijk voorbeeld van een koepelvormige Georgisch-orthodoxe kerk. Op het naastgelegen Europaplein nemen we de kabelbaan naar het hoger gelegen gedeelte van Tbilisi en bezichtigen de restanten van het Narikala fort. Vanaf hier heeft u werkelijk een prachtig uitzicht over de oude stad, het onlangs aangelegde Europa Park en de Sulfaat baden, leuk om in de avond te bezoeken. De lunch nuttigen we in de oude stad, een leuke wijk met smalle straatjes, traditionele huizen met typerende houten balkons, talloze terrasjes, en gezellige restaurantjes. We wandelen door de gezellige straatjes en bezoeken hier o.a. de

synagoge en zien het seminarium waar Jozef Stalin seminarist was! In de namiddag bestaat de mogelijkheid om te genieten van de sulfaatbaden met als afsluiter een Georgische massage.
Overnachting in Tbilisi.

Dag 3 – Tbilisi
Vandaag maken we nader kennis met Tbilisi, de hoofdstad van Georgië. De hoofdstraat Rustaveli, waaraan vele statige panden en overheidsgebouwen zijn gelegen, geeft ons een mooie indruk van de stad. Aansluitend nemen we u mee voor een wandeling door de David Aghmashenebli avenue, misschien wel één de mooiste straten. Hier maakt u kennis met het Art Nouveau district van Tbilisi. Vervolgens bezoeken we het museum van de Sovjetrepressie. Hier wordt een goed beeld geschept van de gruwelijkheden die dit regime met zich meedroeg. Vervolgens bezoeken we het Georgisch Kunstmuseum. Het museum staat bekend om haar Georgische kunst en goudsmid stukken daterend van de 9e tot de 19e eeuw. De rondleiding door het museum laat ons de afdeling van zeer exclusieve juwelen en iconen zien. Voor de lunch vertrekken we richting het openluchtmuseum van Tbilisi.
Na de lunch te hebben genuttigd in een traditionele woning maken we een wandeling door het museum. Hier treft men zo'n 70 typisch Georgische huizen en huisraad aan uit de diverse regio's van het land. De namiddag is ter vrije besteding. Overnachting in Tbilisi.

Dag 4 – Mzcheta – Gori – Uplistsikhe – Kutaisi
In de ochtend rijden we naar Mzcheta, de voormalige hoofdstad van het Georgische rijk van 300 v. Chr tot 500 n.Chr. Vandaag de dag is het niet langer de hoofdstad van het land, maar nog steeds wel de spirituele hoofdstad en thuisbasis van twee van de belangrijkste kerken van Georgië - Svetitskhoveli en Jvarikerk. De originele Svetitskhovelikerk werd gebouwd in de 4e eeuw en werd gebruikt voor de kroningen alsmede als begraafplaats van de Georgische vorsten. Nog belangrijker is, dat deze kathedraal beschouwd wordt als één van de heiligste plaatsen in Georgië daar hier de mantel van Christus begraven zou zijn. Verder naar het Jvari klooster, gelegen op de top van de heuvel op de plaats waar de missionaris Sint-Nino zelf een kruis ("Jvari" in het Georgisch) oprichtte. Het klooster is gebouwd in de 4e eeuw ter ere van de komst van het christendom naar Georgië. Niet ver hier vandaan ligt Gori. Sommige mensen

die hier wonen, koesteren nog steeds zijn naam en zien hem als de held van hun geboortestad, Jozef Stalin. Tot voor kort prijkte zijn standbeeld op het centrale plein van Gori. Het Stalin Museum is dan ook het hoogtepunt van een bezoek aan de stad Gori. Het museum telt drie afdelingen: Stalin's huis, het Stalin Museum en Stalin's treinwagon, waarmee hij in 1945 naar Potsdam is gereisd. De meest interessante expositie is één van de twaalf exemplaren van het dodenmasker van Stalin, gemaakt kort na zijn dood. Na de lunch bezoeken we Uplistsikhe, gelegen op korte rijafstand van Gori. De 3000 jaar oude grottenstad kan worden beschouwd als één van de eerste steden van Georgië. We maken hier kennis met de woningen, troonzaal, theater en huizen volledig uitgehouwen uit de rotsen. Volgens de legende kregen de slaven een houweel van goud met een ijzeren uiteinde. Hiermee moesten zij de gebouwen uitkappen uit de zandstenen rotsen. Hoe harder ze werkten des te sneller kregen ze een stuk puur goud! Verder naar Kutaisi, de tweede stad van Georgië. Kutaisi was tot 1122 de hoofdstad van het Koninkrijk Georgië en van de 13 tot de 15e eeuw de hoofdstad van het West-Georgische koninkrijk Imeretië. Het milde subtropische klimaat en de bijbehorende vegetatie maken de omgeving van Kutaisi een aantrekkelijke regio voor natuurliefhebbers. Overnachting in Kutaisi.

Dag 5 – Kutaisi – Zugdidi – Mestia

Vanaf Kutaisi nemen we een mooie route langs thee- en tabaksplantages naar het plaatsje Zugdidi. In dit aangename stadje bezoeken we het paleis van de Dadiani's, de voormalige residentie van de Dadiani dynastie. In 1802 dwong het Russische keizerrijk de Dadiani's de Russische annexatie van Georgië te accepteren en de eed af te leggen tegenover het Russische keizerrijk. Tegenwoordig is het paleis een historisch museum met een interessante expositie van waardevolle werken zoals sieraden, iconen en andere voorwerpen. Bijzonder is het dodenmasker van Napoleon. Vervolgens rijden we naar de 271 meter hoge Enguri dam, de grootste van Georgië. Vanaf hier hebben we een prachtig zicht op het waterreservoir en de omliggende bergen. Verder door de ongerepte natuur, valleien, rivieren en bergen naar Mestia. Het bergdorp Mestia is een liefelijk traditioneel dorp in de provincie Svaneti, verdeeld in Opper- en Neder-Svaneti. Adembenemende vergezichten, besneeuwde bergtoppen en bijzonder aardige dorpsbewoners, de Svans, zorgen ervoor dat het voelt of u in een geheel andere wereld terechtgekomen bent. Overnachting in Mestia.

Dag 6 – Mestia - Ushguli - Mestia

Svaneti is het hoogst gelegen bewoonde gebied in Europa, omringd door 4 van Europa's hoogste bergtoppen. Onze bus zullen we vandaag inruilen voor 4x4 jeeps om de bergwegen te trotseren. Buiten dat deze regio betoverend mooi is, is het een mythische omgeving waar we enkele bergdorpjes doorkruisen waar de tijd echt is blijven stilstaan. Vanzelfsprekend maken we voldoende fotostops en rustmomenten om de mooie omgeving op ons te laten inwerken. Het dorpje Ushguli, onze bestemming van vandaag, is meer dan 2.200 meter boven zeeniveau gelegen. Naast dat deze plaats het hoogst permanent bewoonde dorp in Europa is, wordt het ook geroemd om zijn lokale architectuur, de imposante stenen wachttorens. Na aankomst in Ushguli bezoeken we het lokale etnografisch museum. Onze lunch vandaag zullen we nuttigen in een traditionele berghut. We nemen de tijd om deze indrukwekkende omgeving van middeleeuwse wachttorens, kletterende watervallen en uitzonderlijk hoge besneeuwde bergtoppen van het omliggende Kaukasus gebergte op ons in te laten werken. Beleef het gevoel van wat deze trotste "mensen van de bergen" iedere dag opnieuw ervaren.

Overnachting in Mestia.

Dag 7 – Mestia – Batoemi

Vandaag rijden we richting Batoemi, de mondaine badplaats aan de Zwarte Zee. Het subtropische klimaat in deze regio van Georgië en de vele hotels en vertiermogelijkheden maken de stad een geliefde vakantiebestemming. Het oude centrum van Batoemi met zijn statige herenhuizen, pleinen en fonteinen is wat de stad zo geliefd maakt. Na alle indrukken van afgelopen week is het heerlijk vertoeven in Batoemi. Een wandeling door het oude centrum of een fietstocht over de prachtig aangelegde boulevard is zeker een aanrader. Overnachting in Batoemi.

Dag 8 – Batoemi

Na het ontbijt maken we een stadstour door Batoemi en bekijken we de moderne gebouwen langs de boulevard, het Italiaanse plein waar regelmatig bekende artiesten komen optreden en wandelen langs het operahuis en Medea met het Gulden Vlies. Vervolgens bezoeken we de ruïnes van het Gonio fort , gelegen op zo'n 12 km van Batoemi nabij de Turkse grens. Deze historische stadsvesting is in de 1e eeuw gebouwd door de Romeinen en was één van de grootste vestingen aan de Zwarte

Zee. Het fort is o.a. bezet geweest door de Romeinen, Byzantijnen en Turken. Voor museumliefhebbers is het Adjari staatsmuseum met een exclusieve collectie van gouden kunstvoorwerpen een must-see. Voor natuurliefhebbers is de Botanische Tuin van Batoemi een aanrader. Vandaag is het diner op eigen gelegenheid. Overnachting in Batoemi.

Dag 9 – Batoemi - Tbilisi

In de ochtend keren we terug naar de hoofdstad Tbilisi waar u de namiddag nog vrij kunt besteden. Tbilisi is een stad waar u gemakkelijk zelf kunt rondwandelen. Ons hotel vormt de perfecte uitvalsbasis door de centrale ligging in de oude stad. Diverse bezienswaardigheden zoals musea, kerken maar ook winkelmogelijkheden en gezellige straatjes met terrasjes zijn op een steenworp afstand. Overnachting in Tbilisi.

Dag 10 – Tbilisi

Vandaag volgt de transfer naar de luchthaven voor uw terugvlucht.

Tips en informatie over uw vakantiebestemming: Georgië

Algemeen

Georgiërs beschouwen hun land als Europees, hoewel het geografisch gezien grotendeels in Azië ligt. Toch ziet u in Georgië het Europese karakter terug. Het is immers toegelaten tot belangrijke Europese instellingen zoals de Raad van Europa en het mag ook meedoen aan de Europese evenementen. Toch zijn er ook Aziatische aspecten te vinden zoals een aantal bouwwerken en ook in het eten vindt u het terug. In dit land realiseert u zich goed dat u op de grens van Europa en Azië zit. Georgië is een divers land wat veel te bieden heeft, zowel in de natuur, cultuur als in het eten. Het heeft bergen, een kustlijn, wijnvelden, lavaplateaus en steppegebied. In de cultuur ziet u het terug in de diversiteit van religies en bouwwerken. Daarnaast zijn de mensen zeer Bourgondisch en zijn er vele verschillende hapjes te proeven, waar u zeker achter komt tijdens uw reis.

Ligging

Georgië is gelegen onder de rook van Rusland, waarmee het ook de langste noordelijke grens heeft. Deze grens wordt gevormd door het Hoge Kaukasusgebergte. Dit gebergte strekt zich uit tot aan de Zwarte Zee en heeft bergtoppen van 5000 meter

hoog. In het zuiden van het land ligt de Kleine Kaukasus. Aan de andere kant van de grens liggen de deelrepublieken Dagestan, Tsjetsjenië en Ingoesjetië. Een andere natuurlijke grens is de Zwarte Zee in het westen van het land, waar de stranden te vinden zijn. Aan de zuidelijke grens liggen Turkije en Armenië en in het oosten aan Azerbeidzjan. Meer dan de helft van het land ligt hoger dan 900 meter en ongeveer 40% van de oppervlakte is bedekt met bossen. In het oosten zijn juist weer de landbouwvelden en wijnregio's te vinden van het land. In totaal kent Georgië twaalf deelgebieden waarvan twee een autonome status hebben: Abchazië en Adzjarië. Daarnaast is er Zuid-Ossetië, welke ook niet langer meer toegankelijk is voor de Georgiërs net als Abchazië. Het land is ongeveer 2 keer zo groot als Nederland.

Religie

Georgië is een land met verschillende religies dat sinds 1991 vrijheid van godsdienst kent. Tbilisi heeft bijvoorbeeld een synagoge, een moskee, een Georgische basiliek, een Armeense kerk en een Zoroastrische Tempel. Echter het merendeel van de inwoners zijn Georgisch-orthodox (ca 65%).

Eten en drinken

Georgiërs houden van uitgebreid tafelen. Van walnoten, knoflook en aubergine worden de heerlijke gerechten gemaakt. Koriander, dille en peterselie wordt ook vaak gebruikt in de gerechten. Op de Georgische tafel zal het altijd vol staan en voelt u zich dan ook niet bezwaard hierover. Een Georgische maaltijd begint met koude en warme hapjes en vervolgens komen de gerechten met lamsvlees, kalfsvlees of kip. Een bekend gerecht is Khatsjapoeri (een soort pizzadeeg gevuld met kaas), lobia (bonen en walnotensalade), pkali (spinaziebladeren gevuld met gehakt), khinkali (soort van ravioli) en nog veel meer. Vooral in Tbilisi is er een groot aanbod van restaurants en barretjes. In kleinere steden is dit beperkt, maar er is altijd een lokaal eethuisje te vinden dat Khatsjapoeri aanbiedt.

Drinken:

Georgië is een wijnland bij uitstek. Tijdens de Sovjetperiode kwam zeventig procent van de wijnproductie uit Georgië. Kindschmareuli is een droge witte wijn. Gurdschani is iets zoeter van smaak. Akascheni (fruitig) en teliani (droog) zijn bekende rode wijnen. Bier is overal verkrijgbaar, o.a. de merken Argo en Kazbegi en rijstbier. Chacha is de

nationaal gestookte sterke drank. Borjomi mineraalwater (met een enigszins zoutige smaak) is het bekendste mineraalwater in Georgië. Het water uit de kraan kun je beter niet drinken.

WIDM-verwijzingen

WIDM wordt in de introductie genoemd samen met twee andere uitspraken waarmee de aandacht van de toerist wordt getrokken. [Mogelijk wordt WIDM hier genoemd omdat het als een ingewikkeld spel wordt gezien, wat tevens bevestigd wordt door de regisseur in de officiële WIDM podcast]

Typisch Georgië/karakteriserend voor Georgië

- Land van de Griekse mythe van het Gulden Vlies van Jason en Medea [wordt niet heel sterk benadrukt bij andere reisorganisaties]
- Fascinerende mengeling van Azië, Rusland, Perzië, Byzantium, Arabië en Europa → multicultureel (komt meermaals terug)
- Modern (voornamelijk Tbilisi, maar ook Batoemi)
- MAAR toch blijft de unieke cultuur van dit land gevat in tradities → dit traditionele voedt echter de moderniteit van het land [zetten ze het land neer als modern met duidelijke invloeden van traditionele cultuur omdat ze bang zijn dat toeristen er anders niet naartoe willen?]
- Het 'echte' Georgië wordt geïntroduceerd door ontmoetingen met jonge, lokale kunstenaars en jonge, maar traditionele boeren
- Meerstemmige polyfone muziek (komt meermaals terug)
- Uniek en gastvrij volk
- De mythologische aard van het land (zie ook het eerste punt)
- Mengelmoes van bouwstijlen (voornamelijk in Tbilisi)
- Prachtige landschappen
- Traditionele huizen met balkons vol houtsnijwerk
- Het eten (wordt meermaals genoemd) [dit ontbreekt in WIDM]
- Wereldse karakter (cosmopolitisch?)
- Buchmesse Frankfurt
- Mengeling van verschillende werelddelen
- Exporteren van mineraalwater uit Bordzjomi naar Japan
- Invloeden van verschillende culturen
- Grote diversiteit aan planten uit diverse klimaatzones van Georgië en de wereld

Verwijzingen naar toeristische praktijken

- New York Times: Batoemi 1 van de 52 places to go to in 2019
- Verborgen parels
- Uniek
- Een stop buiten de toeristenroute
- Pittoresk
- Benoemen van Werelderfgoed
- Het ‘echte’ Georgië
- Via een rit door een spectaculair berglandschap naar Mestia
- Adembenemend gelegen

Ligging van het land

- Verrassend dichtbij Europa [en dus niet erin]

De staat/conditie van het land

- Een opwindende stad in opkomst (over Tbilisi)
- De zoektocht naar de nationale identiteit

Tegenstelling modern vs ouderwets (of: stad vs platteland)

- Naast zijn turbulent geschiedenis met zijn burchten, kloosters en kathedralen, is Georgië ook onmiskenbaar modern [vooral in Tbilisi]. Toch blijft de unieke cultuur van dit land gevat in tradities
- Een fascinerende mengelmoes van bouwstijlen als gevolg: middeleeuwse kerken staan naast brutalistische Sovjetoverblijfselen en moderne wolkenkrabbers, een futuristische brug verbindt de oevers van de rivier
- De oude stad, […] maar ook spectaculaire futuristische architectuur
- De oude stad wordt omlijst door futuristische hotel- en kantoorwolkenkrabbers die in de laatste decennia zijn verrezen [Batoemi]
- Een volk dat een ander besef van tijd en ruimte lijkt te hebben

‘Anders-zijn’/Oriëntalisme (neerzetten van Georgië als de ‘Ander’)

- Verrassend dichtbij Europa
- Fascinerende mengeling van culturen

- Opwindende stad in opkomst [Tbilisi]. Toch blijft de unieke cultuur van dit land gevat in tradities
- Magische wereld in een moderner jasje (Medea en het Gulden Vlies)
- Leek soms meer op een bizarre droom
- Restanten van het communisme
- Een volk dat een ander besef van tijd en ruimte lijkt te hebben

Narratief

Georgië is een mythisch land dat in opkomst is. Het is een land waar invloeden van verschillende culturen zichtbaar zijn, met een afwisseling tussen modern en traditioneel.

Beschrijvingen/woordkeuze

- "woeste, majestueuze pieken" → wekt de indruk van ongetemd, niet onder controle, niet gemoderniseerd
- Tegenspraak: introduceren van "het 'echte' Georgië", maar later zeggen ze dat Georgië zelf nog opzoek is naar hun nationale identiteit. Als dat het geval is, hoe weet NRC Reizen dan dat ze het 'echte' Georgië laten zien aan toeristen?
- Het woord 'uniek' wordt veelvuldig gebruikt
- Bij de moderne of futuristische gebouwen/architectuur komt er vaak een bijvoeglijk naamwoord als 'spectaculair' voor, terwijl dit veel minder het geval is bij oudere bezienswaardigheden/dorpen/stadsdelen

Locaties

- Tbilisi: baanbrekende kunst, design en architectuur; een opwindende stad in opkomst, vol culturele expressie; een fascinerende mengelmoes van bouwstijlen (ME, SU, modern, futuristisch)
- Huis 'met blauwe kant' van de familie Kipsjidze: verborgen parel
- Oude stad
- Metekhi kerk
- Sioni-kathedraal
- Antsjischati-kerk

- Nationale Galerij: grootse verzameling Georgische schilderkunst; avant-garde; Nico Pirosmani
- Nationale Museum: prachtige collectie goud uit Kolchis
- Designrestaurant Azarphesha: zingen en een twist van Georgische recepten
- Mtscheta: kerstening in 337; oude hoofdstad
- Djvari-kerk: pittoresk gelegen, uit de 6de en 7de eeuw
- Kathedraal Svetitskhoveli
- Jinvali waterreservoir: helderblauw water tegen een achtergrond van groene bergen
- Dzalisi: opgravingen
- Rit over de oude Kaukasische militaire weg naar Kazbegi
- Kazbegi: gelegen aan de voet van de hoogste berg van de Kaukaus, de Kazbeg, waaraan Promotheus vastgeketend was
- Huis-museum van Alexander Kazbegi (de dichter des vaderlands)
- Drie-eenheidskerk: adembenemend gelegen op een hoogte van 5000 m
- Diner bij een dorpeling
- Kachetië: wijnprovincie
- Sjoemta klooster: 6e-9e eeuw
- Zemo Alvani: dorp waar een honger wijnboer de spectaculairste, exclusieve wijn maakt die in Europa, Amerika en Australië aan kenners verkocht wordt; Toetsjeti-delicatessen; authenticiteit en traditie
- Gremi: vesting uit de 16de eeuw
- Goudjaani-vallei: Kaukasus bergen
- Tsinandali: landgoed van de familie Chavchavadze; 100 jaar geleden een centrum voor veel intellectuelen; bezoek aan huis en de Engelse tuin
- Marani: wijnkelder
- Signagi: lunch van bijzondere lokale gerechten onder het genot van polyfone a-capellazang; bezoek aan John Wurdeman III; huis van Nico Pirosmani; streekmuseum
- Gori: geboorteplaats van Stalin, met ouderlijk huis en herdenkingsmuseum
- Bordzjomi: oud kuuroord, gelegen te voet van de kleine Kaukasus, bekend om Georgische mythen, geneeskundige bronnen en het gelijknamige geneeskrachtige mineraalwater

- Eventueel bezoek aan etnografisch museum
- Vardzia: spectaculair versterkt rotsklooster, gesticht door koningin Tamara in 1185; ter bescherming van de mongolen; 6000 cellen en 13 verdiepingen; kerk, troonzaal en irrigatiesystemen
- Paravani-meer: 2000 m boven zeeniveau
- Poka: klooster bewoond door gastvrije nonnen die over de levende tradities vertellen; lunch van zelfgemaakt eten
- Akhaltsikhe: Rabati: vesting uit 13de eeuw; door turbulente verleden en invloeden van verschillende culturen is Rabati een van de parels van Zuid-Georgië
- Koetaisi: in de oudheid bekend als Aia, stad van koning Aietes, de vader van Medea
- Bagrati-kathedraal
- Klooster van de maagd en academie in Gelati: Werelderfgoed; het “Nieuwe Jeruzalem”; stralend middelpunt in de gouden 11de eeuw
- Svanetië: pittoresk landschap, fortificaties en uitkijktorens uit de 9de eeuw (provincie), land van het Gulden Vlies (vanwege de techniek van goudwinning)
- Zoegdidi
- Paleis van Dadiani
- Mestia: kleine hoofdstad, religieus en cultureel centrum van Svanetië
- Kunsthistorisch museum
- Svanetisch huis: een toren uit de 12de eeuw
- Laghami: kleine privékerken met unieke muurschilderingen
- Batoemi: elegante badplaats aan de Zwarte Zee (Georgische Rivièra); gesticht als Griekse kolonie Bathys (verband met Medea)
- Gonio: Romeins fort met apostel
- Europaplein: standbeeld Medea met Gulden Vlies
- Oude Orta Dzjamemoskee: Turkse sfeer
- Kerken: Armeense, katholieke en orthodoxe
- Museum voor Schone Kunsten
- Alfabet-toren
- Botanische tuin: grote diversiteit
- Georgisch supra = feestelijk diner

- Bazaarbezoek: een van de kleurrijkste plekken in de stad

Overige opmerkingen

- De focus ligt voornamelijk op cultuur, geschiedenis en het ontmoeten van lokale Georgiërs → is een reis bedoeld voor hoogopgeleiden (en zij hebben veelal deze interesses)
- Doen locaties aan die niet bij anderen terugkomen
- Nadruk op Medea en het Gulden Vlies [is veel minder het geval bij andere websites

Koningaap

WIDM-verwijzingen

Geen directe verwijzingen naar WIDM.

Typisch Georgië/karakteriserend voor Georgië

- Er leven verschillende soorten godsdiensten samen
- Het bergachtige landschap is er gevarieerd én overwegend ongerept
- De bevolking is vriendelijk
- Talrijke bezienswaardigheden
- Een fascinerend fenomeen/erg bijzonder: Georgië telt per 100.000 inwoners 51 honderdjarigen!
- Georgische kaasbroden (chatsjapoeri) en dumplings (khinkali)
- Oude houten huizen staan gezellig schots en scheef aan de rivierover (Koetaisi)
- Vasthouden aan oude tradities (de bewoners van de regio Svaneti)
- Gastvrijheid
- Veel Georgiërs zijn nog altijd trots op hun machtige landgenoot en bagatelliseren zijn misdaden
- Landschappelijk schoon (in Svaneti)
- Het recent gemoderniseerde museum van Svaneti
- Georgiërs staan bekend als de levensgenieters van de Kaukasus. Ze zijn extravert, emotioneel, romantisch en houden van feestvieren.
- Voor een Georgiër is een gast een geschenk van God

- De tafel staat centraal in het Georgische leven en wordt altijd rijkelijk gedekt/Georgiërs houden van uitgebreid tafelen
- Georgië is een wijnland bij uitstek

Verwijzingen naar toeristische praktijken

- Wie door Georgië gaat rondreizen bezoekt de meest prachtige plekken van het land
- Sinds kort lijkt Georgië eindelijk de aandacht te krijgen die het verdient
- Het bergachtige landschap is er gevarieerd én overwegend ongerept
- Talrijke bezienswaardigheden
- Pittoreske straten, pleintjes en hofjes [let ook op het gebruik van verkleinwoorden!]
- Uitzicht over de stad / fantastisch panorama over de stad
- Eenzaam gelegen kerkje van Gergeti
- Twee monumenten die op de UNESCO "Werelderfgoed in gevaar" lijst staan
- Schilderachtig gelegen Gelatiklooster
- Lieflijke dorpjes tussen groene velden
- Unieke cultuur en taal
- Ushguli is een pittoresk dorp in Svaneti
- Ushguli en de regio Boven-Svaneti staan op UNESCO's Werelderfgoedlijst
- Slenteren over de boulevard
- Je maakt te voet een 'sightseeing'
- Een desolaat landschap
- Staand op de hoogste toren kijk je uit over vele ruïnes in de omgeving
- Beide monumenten pronken op de Werelderfgoedlijst van UNESCO
- Over de 'Georgian Military Highway', de historische verbindingsweg naar Rusland, is werkelijk schitterend [met dergelijke waardeoordelen creëren ze eigenlijk een 'must see/visit' lijstje/ze creëren als het ware een hiërarchie]
- Het prachtige, aan een stuwmeer gelegen kloostercomplex van Ananuri
- De Tsminda Sameba (Drie-eenheids-kathedraal) domineert de vallei vanaf een eenzame heuveltop. Vanaf hier heb je met helder weer een geweldig uitzicht op de berg Kazbek
- Een interessante plek voor een fotostop

- Het imponerende Vardzia […], één van de beroemdste bezienswaardigheden van Georgië
- Prachtig gelegen
- Het is schilderachtig gelegen op een met bossen bedekte heuvel.
- Tijd voor een van de hoogtepunten van je reis, Svaneti
- Doordat Svaneti eeuwenlang zeer moeilijk bereikbaar is geweest, zijn veel gebruiksvoorwerpen en vooral kunstschatten bewaard gebleven. Vreemde mogendheden zoals het Mongoolse Rijk hebben Svaneti nooit bereikt en zelfs de Sovjet-Unie had maar weinig invloed in de regio
- Een van de beste musea van het land
- Mooie vallei vol bloemen vanwaar je uitzicht hebt op de Chalaadi gletsjer en de Mestia vallei met de vele verdedigingstorens
- Een pittoresk en authentiek dorp
- Een schitterend zicht op de berg Shkhara
- Dit unieke plekje in de Kaukasus
- Mooi gelegen
- De belangrijkste bezienswaardigheid
- Prachtige rondreis door Georgië
- Je herinneringen houd je levend met je foto's en souvenirs

Ligging van het land

- Het hoogstgelegen dorp van Europa
- Op de website zelf deelt Koning Aap het in bij Europa

De staat/conditie van het land

- Tegenwoordig is het veel van die oude luister verloren, je proeft de vergane glorie (in Bordzjomi)
- Her en der zijn wel al enkele herenhuizen opgeknapt (in Bordzjomi)

Tegenstelling modern vs ouderwets (of: stad vs platteland)

- Er wordt niet heel erg gespeeld met de tegenstelling tussen modern en oud. De tegenstelling stad versus platteland is zichtbaar in de locaties (afwisseling hiertussen, maar hier wordt niet expliciet bij stilgestaan). Opvallend is de zin

"Het recent gemoderniseerde museum van Svaneti is daardoor een van de beste musea van het land."

'Anders-zijn'/Oriëntalisme (neerzetten van Georgië als de 'Ander')

- Er leven verschillende soorten godsdiensten samen
- Midden in Gori staat een prachtig staaltje van Sovjet propaganda, het door Stalin zelf opgerichte aan hem gewijde museum
- De bewoners van Svaneti, de Svan, hangen nog altijd aan hun oude tradities
- Vreemde mogendheden zoals het Mongoolse Rijk hebben Svaneti nooit bereikt en zelfs de Sovjet-Unie had maar weinig invloed in de regio
- Het ruige landschap van Svaneti
- In de laatste jaren van de Sovjet-Unie groeide Batumi uit tot de belangrijkste 'zon-zee-strand' bestemming voor de communistische jeugd
- Sovjetperiode

Narratief

Georgië als een oud en traditioneel land, vol met variaties aan ongerepte natuur, onontdekte locaties en prachtige uitzichten.

Beschrijvingen/woordkeuze

- Verschillende woordengroepen zijn dikgedrukt in de tekst (dit geeft aan wat de reisorganisatie de belangrijkste informatie geeft, zo belangrijk dat ze het extra willen benadrukken]:

- Bergachtige landschap
- Vriendelijk
- 51 honderdjarigen
- Tbilisi
- De wijnregio Kakhetië
- Georgische kaasbroden
- ‘Georgian Military Highway’
- Imposante bergreuzen van de Kaukasus
- Kerkje van Gergeti
- UNESCO "Werelderfgoed in gevaar”
- Schilderachtig gelegen Gelatiklooster
- Hoge bergtoppen en gletsjers
- Pittoresk dorp in Svaneti
- UNESCO’s Werelderfgoedlijst
- Batumi ligt aan de Zwarte Zee
- Chique Art Nouveau uitstraling
- Rondreis door Georgië
- Gezellig openluchtmuseum
- Sioni-kathedraal
- Narikala Fort
- Grottenklooster David Gareja
- Desolaat landschap
- Georgische kaasbroden
- ‘home made’ gerechten
- Kasteel Gremi
- Alaverdi
- Lkalto-academie
- Werelderfgoedlijst van UNESCO
- ‘Georgian Military Highway’
- Kloostercomplex van Ananuri
- Kerkje van Gergeti.
- Georgiës beruchtste zoon, Stalin
- Grottenstad Uplistsikhe
- Vardzia
- Eén van de beroemdste bezienswaardigheden van Georgië
- Khertvisi Fort
- Je proeft de vergane glorie
- Statige 19de eeuwse architectuur
- Indrukwekkende Bagrati-kathedraal
- Gelati-klooster
- Svaneti
- Hun oude tradities
- Moeilijk bereikbaar
- Museum van Svaneti
- Chalaadi gletsjer en de Mestia vallei
- Eeuwenoude stenen verdedigingstorens
- Op de berg Shkhara, met zijn 5068 meter
- UNESCO Werelderfgoedlijst
- Kaukasus gebergte
- Sneeuwval
- Gelegen aan de Zwarte Zee
- Goed bewaarde historische panden
- Art Nouveau
- Rondreis door Georgië

- Wat voor woorden zijn dikgedrukt? Veel locaties zijn dikgedrukt, in veel gevallen ook nog inclusief een bijvoeglijk naamwoord om het te beschrijven, zoals imposant, schilderachtig, pittoresk, chique, indrukwekkend, of goed bewaard.
- Opvallend is daarnaast dat elke keer als de UNESCO Werelderfgoedlijst wordt genoemd, dit dikgedrukt is. Het is dus duidelijk dat Koning Aap hier veel waarde aan hecht. Een reden hiervoor zou kunnen zijn dat de reisorganisatie dit ziet als een belangrijke rechtvaardiging om de bezienswaardigheden te bezoeken. Dit kan worden gerelateerd aan het afstrepen van bijvoorbeeld een Bucketlist met verschillende bestemmingen of locaties: “The Bucket List discourse serves to prescribe culturally specific ideas of what constitute ‘good’ tourism experiences and is imposed on individuals who are prompted to desire a constantly renewing range of tourism experiences. Recent research shows that Bucket Lists are used to define worthy and desirable tourism experiences.” “the Bucket List phenomenon has emerged as an exemplar of how travel is cast as ‘a serious quest for meaning’.” https://www-sciencedirect-com.ru.idm.oclc.org/science/article/pii/S0160738317301263 Dit principe geldt ook voor de UNESCO Werelderfgoedlijst, veel toeristen willen zoveel mogelijk locaties van hun lijst af kunnen strepen – het fenomeen van de Bucket List heeft ervoor gezorgd dat toeristen hun reis nu geslaagd vinden als ze iets van hun Bucket List af kunnen strepen.

Locaties

- Tbilisi: heeft een oud centrum met pittoreske straten, pleintjes en hofjes. Het is net één groot en gezellig openluchtmuseum, sightseeing te voet
- Anchiskhatikerk
- De oude synagoge
- Sioni-kathedraal: het hoofd van de Georgische-orthodoxe kerk, waar het kruis van Nino wordt aanbeden
- Narikala Fort: vanaf de muren kun je genieten van een uitzicht/panorama over de stad
- David Gareja: grottenklooster, een indrukwekkende plek, staat bekend om zijn prachtige fresco’s en de bijzondere ligging met uitzicht over de Gareja-woestijn, volgens de overlevering staan drie bezoeken aan David Gareja gelijk aan een

pelgrimstocht naar Jeruzalem, beleefde zijn hoogtepunt in de 12de en 13de eeuw

- Lavra klooster: te bereiken door een desolaat landschap
- Telavi: dorpje in de Kaukasus in de wijnregio Kakheti
- (Kasteel Gremi met bijbehorend museum en kerk: geeft een goed beeld van de geschiedenis van de provincie, vanaf de hoogste toren kijk je uit over vele ruïnes in de omgeving)
- (Alaverdi: een van de grootste kathedralen van Georgië, gebouwd in de 11de eeuw)
- (Ikalto-academie: was het grootste educatieve centrum van het middeleeuwse Georgië, gebouwd door David de Bouwer)
- Mtskheta: van de 3de tm 5de eeuw de hoofdstad van Georgië, ligt op een strategische plek: twee rivieren vloeien hier samen
- Jvari-klooster: pronkt op de Werelderfgoedlijst van UNESCO
- Svetitskhoveli-kathedraal: pronkt op de Werelderfgoedlijst van UNESCO
- Georgian Military Highway: historische verbindingsweg naar Rusland, schitterend, voert dwars door het Kaukasusgebergte
- Kloostercomplex van Ananuri: prachtig, gelegen aan een stuwmeer
- Gudauri: het skioord van Georgië, midden in het hooggebergte
- Kazbegi: tegenwoordig bekend onder de naam Stepantsminda, grensplaats met Rusland
- (Kerkje van Gergeti/Tsminda Sameba/drie-eenheids-kathedraal: eenzaam gelegen op 2170 meter hoogte, geweldig uitzicht op de5047 meter hoge berg Kazbek)
- (Dariali-kloof: was duizenden jaren lang de enige doorgang door de Hoge Kaukasus)
- Gori: de geboorteplaats van Georgiës beruchtste zoon, Stalin oftwel Josef Vissarionovitsj Dzjoegasjvili
- Museum gewijd aan Stalin: prachtig staaltje Sovet propaganda, zelf opgericht door Stalin
- Stalin’s geboortehuis: onder een Griekse tempelachtige constructie, een interessante plek voor een fotostop

- Uplistsikhe: grottenstad, eerste eeuw voor christus, interessant complex met onder andere wijnkelders, een bakkerij, een uit de rotsen gehouwen basiliek en een antiek theater
- Khertvisi Fort
- Vardzia: imponerend, een op 1300 meter hoogte gelegen grottenstad die zich uitstrekt over een halve kilometer, één van de beroemdste bezienswaardigheden van Georgië, groeide onder de legendarische koningin Tamar uit van grotnederzettingen tot een koninklijke stad met kathedralen, kloosters en paleizen
- Borjomi: in de 19de eeuw was het stadje populair als kuuroord bij de Russische aristocratie, egenwoordig is het veel van die oude luister verloren, je proeft de vergane glorie, her en der zijn wel al enkele herenhuizen opgeknapt, Borjomi is in heel Georgië bekend omdat hier het meest gedronken mineraalwater van het land wordt geproduceerd
- Kutaisi: tweede stad van Georgië, prachtig gelegen aan de Rioni-rivier, oude houten huizen staan gezellig schots en scheef aan de rivieroever, het centrum is een genot voor liefhebbers van statig 19e eeuwse architectuur
- Bagratikathedraal: staat op de UNESCO “Werelderfgoed in gevaar” lijst, overgebleven ruïnes zijn te zien, stamt uit het begin van de 11e eeuw (1003), gebouwd door koning Bagrat III
- (Gelatiklooster: staat op de UNESCO “Werelderfgoed in gevaar” lijst, oosters-orthodox klooster, gesticht door Georgiës beroemdste staatsman David de Bouwer, schilderachtig gelegen op een met bossen bedekte heuvel, uit de 12e eeuw)
- (Klooster van Motsameta)
- Svaneti: regio met landschappelijk schoon, hoge bergtoppen, gletsjers, lieflijke dorpjes gelegen tussen groene velden in de valleien, een van de hoogtepunten van de reis, afgelegen liggen, oude tradities, unieke cultuur en taal, ruig landschap
- Zugdidi
- Mestia: het centrum en het grootste dorp van Svaneti, was eeuwenlang zeer moeilijk bereikbaar, veel gebruiksvoorwerpen en kunstschatten zijn bewaard gebleven, vreemde mogendheden hebben Svaneti nooit bereikt

- Museum van Svaneti: recentlijk gemoderniseerd, een van de beste musea van het land
- (Lakhiri)
- Ushguli: een pittoresk en authentiek dorp in de regio Svaneti met eeuwenoude stenen verdedigingstorens die hoog boven de bomen en huizen uitrijzen, biedt een schitterend uitzicht op de 5068 meter hoge berg Shkara, het hoogstgelegen dorp van Europa, staat op UNESCO's Werelderfgoedlijst, uniek plekje in de Kaukasus
- Lentekhi
- Batumi: dé haven- en badplaats van Georgië, mooi gelegen aan de Zwarte Zee, dichtbij de Turkse grens, kilometerslang kiezelstrand, slenteren over de boulevard met barretjes en restaurants, in de laatste jaren van de Sovjet-Unie groeide Batumi uit tot de belangrijkste 'zon-zee-strand' bestemming voor de communistische jeugd, goed bewaarde historische panden in het centrum, enkele gebouwen met een chique Art Nouveau-uitstraling, kathedraal, mooie synagoge uit 1904, Orta Moskee die bekend staat om zijn kleurige houtsnijwerk

Overige opmerkingen

- Koningaap zet Tbilisi neer als 'de oude stad', terwijl NRC Reizen Tbilisi juist neerzet als een oude stad, maar wel onmiskenbaar modern. Dit moderne aspect ontbreekt bij de beschrijving van Koningaap → deze tegenstelling ontbreekt in heel de beschrijving van Georgië en de rondreis.
- Er wordt ook niet zozeer stilgestaan bij aspecten die typerend zijn voor Georgië.
- De nadruk ligt meer op het toeristische discours (zeker in vergelijking met NRC Reizen)
- Het belang van eten komt bij de (alle?) reisorganisaties sterk naar voren als 'typisch Georgisch', terwijl dit in WIDM niet terugkwam.

Shoestring

WIDM-verwijzingen

Geen directe verwijzingen naar WIDM.

Typisch Georgië/karakteriserend voor Georgië

- Fascinerende landschappen

- Oude kerken
- Prachtige natuur, ongerept landschap
- Georgië kent verschillende invloeden: West-Europees, Russisch en Aziatisch
- Eeuwenoude tradities
- Gastvrije en vriendelijke bevolking (voornamelijk in de regio Svaneti)
- Multicultureel: invloeden uit verschillende culturen en religies (wordt meerdere keren herhaald, voornamelijk bij Tbilisi)
- Georgische keuken (komt meerdere malen terug)

Verwijzingen naar toeristische praktijken

- "Vergeet je fototoestel niet voor dit fotogenieke plaatje"
- UNESCO Werelderfgoed (2x genoemd)
- "Een van de mooiste routes van Georgië" (over de Military Highway)
- Prachtig uitzicht
- Een veel gefotografeerde kerk [doet denken aan Circle/Spiral of Representation en de Tourist Gaze]
- Net alsof je naar een ansichtkaart kijkt
- Fantastisch uitzicht
- Een niet te missen bezienswaardigheid in Georgië
- "Vergeet je fototoestel niet om dit natuurschoon vast te leggen"
- Onderweg zal je je ogen weer uitkijken → bekijken vanachter een raam terwijl je als toerist in een bewegend vervoersmiddel zit [ook in WIDM]
- Uitzicht
- Souvenirs kopen voordat de vlucht terug naar Nederland

Ligging van het land

- Het Kaukasus gebergte vormt de scheiding tussen Europa en Azië
- Ushguli is het hoogst permanent bewoonde dorp van Europa → Ushguli ligt in Georgië en daarmee impliceren ze hier dat Georgië in Europa ligt

De staat/conditie van het land

- Over de regio Svaneti zegt Shoestring: alsof de tijd hier heeft stilgestaan

Tegenstelling modern vs ouderwets (of: stad vs platteland)

- Tbilisi is een mix van traditioneel en modern
- Grotere steden (Tbilisi, Batoemi) zijn modern(er), terwijl het lijkt alsof in de dorpen/op het platteland de tijd stil heeft gestaan

‘Anders-zijn’/Oriëntalisme (neerzetten van Georgië als de ‘Ander’)

- Belangrijke plaats (Uplistsikhe) op de Zijderoute van Azië naar Europa
- Europese, Aziatische en Russische invloeden
- Onderweg passeer je een oud militair Sovjet kamp

Narratief

Het authentieke Georgië heeft veel moois te bieden, maar is nu nog redelijk onbekend Georgië als een prachtige bestemming om veel foto’s te maken – doet zelfs denken aan een ansichtkaart op sommige locaties.

Beschrijvingen/woordkeuze

- Ongerept landschap → door het woord ongerept lijkt het alsof er eerder nog geen toeristen zijn geweest op die locatie
- Twee van de grootste kerken van Georgië → dat het grote kerken zijn geeft Shoestring als reden, dat het groot is moet dus rechtvaardigen dat ze ernaar toe gaan

Locaties

- Tbilisi: hoofdstad, invloeden uit verschillende culturen en religies, mix van traditioneel en modern, staat bekend om badhuizen, multiculturele stad
- Mtskheta: oude hoofdstad van Georgië, tegenwoordig de spirituele hoofdstad van Georgië, UNESCO werelderfgoed
- Svetitskhoveli kerk: een van de twee grootste kerken van Georgië
- Jvari kerk: een van de twee grootste kerken van Georgië

- Military Highway: een van de mooiste routes van Georgië, gebouwd in 1977, belangrijkste weg door de Kaukasus, verbindt Tbilisi met Vladikavkaz in Rusland
- Stepantsminda: een dorp gelegen aan de voet van de Grote Kaukasus
- Gergeti Trinity Church: adembenemend mooi, fotogeniek plaatje, veel gefotografeerde kerk, net alsof je naar een ansichtkaart kijkt
- Chaukhebi: berg met prachtig uitzicht
- Sabertse
- Kazbegi: bij goed weer een fantastisch uitzicht vanaf deze berg
- Gori: de geboorteplaats van Stalin
- Uplistsikhe: een belangrijke plaats op de Zijderoute van Azië naar Europa, een niet te missen bezienswaardigheid in Georgië, oude grottenwoningen
- Kutaisi: de tweede stad van Georgië
- Okatse Canyon: natuurschoon dat vast moet worden gelegd met een fototoestel
- Mestia: in de buurt is een oud militair Sovjet kamp
- Mulakhi: de kleine kerk geeft het eind van het dorp aan
- Tetnuldi: berg met skigebied, gelegen op 4852 meter hoogte
- Adishi: dorp, er wonen maar ongeveer 6 families, hier ervaar je het echte Svaneti
- Adishi Gletsjer
- Svaneti: gelegen in het noordwesten van het land, een van de meest afgelegen delen van het land, ligt gedeeltelijk in de bergen van Grote Kaukasus, uitermate geschikt voor actieve wandelingen, hoge bergtoppen, spectaculaire valleien, kleine dorpen, alsof de tijd hier heeft stilgestaan, traditionele vrijheid en diner
- Khalde: dorp, bestaat voornamelijk uit ruïnes, er is een klein café
- Iprari
- Ushguli: het hoogst permanent bewoonde dorp van Europa, bijzonder, te herkennen aan de Svaneti wachttorens, het dorp staat op de UNESCO Werelderfgoedlijst, heeft circa 200 inwoners
- Shkhara: berg, met helder weer zichtbaar
- Latipari Pass: uitzicht op de hoge en lage Svaneti en verschillende indrukwekkende bergen

Overige opmerkingen

- Er wordt letterlijk een rijtje van zes hoogtepunten genoemd op de website: Tbilisi; wandelen door de prachtige en ongerepte landschappen; Mtskheta; de regio Svaneti; Ushguli; Gergeti Trinity Church
- Er wordt veel aandacht besteed aan het benadrukken van de potentie voor het fotogenieke karakter van Georgië

DimSum Reizen

WIDM-verwijzingen

- Het is een speciale WIDM-reis, dus er zijn verschillende verwijzingen naar het programma terug te vinden in de beschrijvingen.
- Deze reis doet verschillende locaties van het populaire televisieprogramma Wie is de Mol aan
- Het Rabati-kasteel in Akhaltsikhe was de plek waar de finalisten de laatste test moesten maken en de Mol 'oog-in-oog' met zichzelf stond [het is echter opmerkelijk dat dit kasteel niet terugkomt in de dag-tot-dag beschrijving]
- Bezoek eventueel een voorstelling in het Rustaveli theater waar de overige kandidaten eerste afvaller Ron niet terug wilden laten keren in het spel
- Wellicht herkent u deze adembenemende plek wel uit aflevering drie van Wie is de Mol? Hier gingen namelijk verschillende kandidaten al paraglidend de vallei door
- Beide stadsdelen zijn te bezoeken via een lange brug die onder andere door onze Mol kandidaten wit is geschilderd (zoek niet naar een witte brug; want deze is inmiddels weer overgeschilderd)
- Onze Wie is de Mol? kandidaten deden in dit dorpje de Sleutelopdracht in het Minor Sanatorium
- Dit is tevens de setting geweest voor de finale opdracht waarin Jan, Olcay en Ruben met een oude 4X4 rondom het meer moesten rijden om zo de juiste puzzelstukken te verzamelen
- Bovenop een berg ligt hier het Nationaal Astrophyical Observatory - wellicht bij u bekend vanwege de Mol opdracht 'Maneschijn'
- In aflevering acht van Wie is de Mol? heeft u hier kunnen genieten van het prachtige gezang van de volkszangers in traditionele kostuums

- Tevens is het opvallend dat alle WIDM-verwijzingen dikgedrukt zijn in de teksten

Typisch Georgië/karakteriserend voor Georgië

- Typische huizen met charmante houten balkons
- Verschillende geloofsrichtingen/invloeden / multicultureel (Tbilisi in het bijzonder)
- Georgische maaltijd / de eetcultuur / bourgondisch land
- Scherp contrast tussen de gebouwen in het oude stadsdeel en de nieuwe moderne gebouwen (in Tbilisi)
- Gezang van volkszangers in traditionele kostuums. Deze muziek is onlosmakelijk verbonden met de tradities wat Georgië zo'n bourgondisch land maakt: uitgebreid tafelen, toosten en wijn drinken
- Typisch dorpje (over de vele Armeense dorpjes)
- Oude kerken en woningen
- De natuur in Georgië, wordt veel benoemd en aangeduid als schitterend, prachtig, mooi, indrukwekkend, adembenemend, etc.

Verwijzingen naar toeristische praktijken

- Het prachtige verrassend mooie Georgië
- Imposant gelegen kerkje
- Schitterende
- Belangrijke bezienswaardigheden
- Belangrijkste straat van de stad
- Grootste kathedraal van het land
- Een bezoek is zeker de moeite waard
- Genieten van mooie uitzichten over de stad
- Moderne en nieuwe blikvanger
- Mooi uitzicht
- De mooist gelegen kerk van de Kaukasus
- Spectaculair gelegen
- Fameuze reputatie
- Bekend om zijn minerale wateren en zijn helende werkingen
- Lokaal treintje

- Prachtig vervallen
- Gezelligheid

Ligging van het land

Geen uitspraken over de ligging van het land in de tekst. Dim Sum biedt echter alleen reizen aan naar Aziatische landen, dus dit impliceert dat ze Georgië beschouwen als een Aziatisch land.

De staat/conditie van het land

- Scherp contrast tussen het oude stadsdeel en de nieuwe moderne gebouwen
- Ondanks dat het badhuis wellicht ietwat van zijn charme heeft verloren, is het als nog de moeite waard om hier een bezoekje aan te brengen (Tskaltubo)
- De tijd lijkt hier werkelijk stil te hebben gestaan (Minor Sanatorium)

Tegenstelling modern vs ouderwets (of: stad vs platteland)

- In Tbilisi: het oude stadscentrum versus het moderne deel van de stad (opmerkelijk is dat dit 'verkennen' tevens verspreid wordt over twee dagen; oud en nieuw worden gescheiden, met oud op dag 1, nieuw op dag 2)
- Het moderne aspect komt niet ergens anders in de tekst terug
- Verder wordt de nadruk vooral gelegd op de oude (en tevens de vervallen) gebouwen in het land → dit komt zeer waarschijnlijk doordat verschillende locaties uit WIDM worden bezocht, waaronder een aantal van de oude en vervallen gebouwen die als locatie in het programma werden gebruikt. Net als de kandidaten beschrijven ze het dan als "prachtig vervallen"

'Anders-zijn'/Oriëntalisme (neerzetten van Georgië als de 'Ander')

- Europese en Perzische kunst
- Museum van de Sovjetbezetting
- Tskaltubo was vooral erg populair in tijden van de Sovjet Unie

Narratief

Het meenemen van de toeristen naar Georgië zoals ze dit hebben gezien in WIDM, waarbij veel elementen (maar vooral locaties) uit het programma terugkeren.

Opvallend is echter dat er ten opzichte van WIDM weinig aandacht wordt besteed aan het Oost-Europese en Sovjetkarakter van het land. De nadruk ligt meer op het verwijzen naar toeristische praktijken (net als bij veel andere reisorganisaties).

Beschrijvingen/woordkeuze

- Gebruik van dikgedrukte woorden om zinsdelen te benadrukken, enkel verwijzingen naar WIDM zijn dikgedrukt. Mogelijk is hiervoor gekozen om aan potentiële boekers te laten zien dat ze echt plekken uit WIDM bezoeken (benadrukken USP)
- Opmerkelijk is dat Dim Sum in de beschrijven spreekt van “onze” Mol kandidaten. Door de kandidaten op deze manier een soort van toe te eigenen (te bezitten), komt het bijna over als ‘us’ against ‘them’ (‘Anders-zijn’).
- Het gebruik van woorden als prachtig, mooi, imposant, etc. is nauw verbonden met het toeristisch discours

Locaties

- Tbilisi: mooie en oude binnenstad, Georgische hoofdstad, leuke restaurantjes, mooi gelegen aan de rivier Koera (of Mtkvari), geschiedenis van de stad gaat terug tot de 5de eeuw, Tbilisi betekent ‘warme bron’ en dit is tevens de ontstaansreden van de stad op deze plek, verschillende belangrijke bezienswaardigheden in het oude stadsdeel, typische huizen met charmante houten balkons, gebedshuizen van verschillende geloofsrichtingen
- Abanotubani: zwavelbadhuizen met stenen koepels
- Sioni kathedraal
- Anchiskhati kerk
- Metekhi kerk
- Standbeeld van Vachtang Gorgasali: dit was de grondlegger van de stad
- Narikala fort: imposant, uit de 4de eeuw
- Vrijheidsplein: via hier is het moderne deel van de stad te bereiken, standbeeld van St Joris en de draak
- Rustaveli Gamdziri: belangrijkste straat van de stad, verschillende winkels en musea, het Operahuis, het parlementsgebouw
- National Museum: heeft een prachtige collectie juwelen

- Georgische Museum van Schone Kunsten: toont werken van beroemde Georgische schilders, heeft ook Europese en Perzische kunst
- Etnografisch Museum
- Museum van de Sovjetbezetting
- Rustaveli Theater: hier wilden de overige kandidaten de eerste afvaller Ron niet terug laten keren in het spel
- Presidentieel paleis
- Sameda kathedraal: prachtig, nieuw, de grootste kathedraal van het land, werd gebouwd na de onafhankelijkheid in het land (1995 en 2004), een bezoek is zeker de moeite waard, mooie uitzichten over de stad
- Brug van Vrede: modern, gemaakt van glas, nieuwe blikvanger, staat in scherp contrast met de gebouwen in het oude stadsdeel
- Mtskheta: religieuze centrum van Georgië, ligt bij een samenvloeiing van twee rivieren
- Jvari klooster: uit de 6de eeuw
- Svetitskhvoleli kathedraal: uit de 11de eeuw, een indrukwekkende zondagsmis op zondagen, Georgische orthodoxe kerk, fresco's op de muren, zangkoren van hemelse schoonheid, mensen lopen in en uit de kerk, oude vrouwtjes zitten op de bankjes, priesters zwaaien met wierrook, velen komen een gebedje voor hun favoriete icoon doen
- Georgian Military Highway: prachtig, door de bergen van de Kaukasus heen
- Ananuri klooster: 17de eeuw, mooi gelegen aan een meer
- Stepantsminda: uitzicht op de Gergeti Drie-eenheids kerk
- Gergeti Drie-eenheids kerk: kerk op een berg, imposant gelegen, de mooist gelegen kerk van de Kaukasus, het silhouet van de kerk tekent zich af tegen de indrukwekkende piek van Mt. Kazbeg (5033 meter), deze adembenemende plek is te herkennen uit aflevering drie van WIDM, tijdens aflevering drie gingen verschillende kandidaten hier al paraglidend de vallei door, spectaculair gelegen, orthodoxe kerk, gelegen op 2170 meter hoogte, mooi uitzicht op de omgeving
- Sno: dorpje
- Sno: vallei, prachtige omgeving
- Kazbegi: gelegen in het Kaukasus gebergte

- Uplistsikhe: grotstad, mensen woonden hier al in het eerste millennium voor Christus, uitgebreid stelsel van grotten, woningen, kerken, bakkerijen, theater
- Gori: het centrum van de Kartli regio, fameuze reputatie, geboortestad van Stalin
- Stalin museum: sovjetattributen, vlakbij een klein beeld van Stalin
- Geboortehuisje van Stalin
- Man van Staal: standbeeld die lange tijd in het centrum stond
- Kutaisi: gelegen in het land van het 'Gulden Vlies', leuk provinciestadje, gelegen rondom de Rioni rivier die stad in tweeën splitst
- Lange brug: verbindt de twee stadsdelen met elkaar, door onze Mol kandidaten witgeschilderd, inmiddels is de brug weer overgeschilderd en niet wit meer
- Historisch museum: grote collectie aan wapens, archeologische vondsten, juwelen, manuscripten, geopend tot 18:00
- Overdekte markt: allerlei kraampjes met groente, fruit, vlees en vis
- Prometheus Grot: tweede grootste Karstgrot van Europa, gesloten op maandagen, staat bekend om zijn enorme gangen, hallen, ondergrondse meren en rivieren, prachtige stalactieten en stalagmieten
- Tskaltubo: staat bekend om zijn zachte klimaat, warme thermische bronnen, was erg populair in de tijden van de Sovjet-Unie, trok toentertijd zo'n 125.000 bezoekers per jaar, Stalin heeft zijn eigen badhuis laten bouwen waar vele toppolitici samen kwamen om te ontspannen, heeft ietwat van zijn charme verloren, het is toch de moeite waard om te bezoeken
- Minor Sanatorium: onze WIDM-kandidaten deden in dit dorpje de Sleutelopdracht, oud sanatorium, gebouwd toen Stalin nog aan de macht was, verlaten herstellingsoord, de tijd lijkt hier werkelijk stil te hebben gestaan
- Borjomi: staat in Georgië bekend om zijn minerale wateren en zijn helende werkingen, de geboorde bronnen worden gevoed door water van de gletsjers
- Bakuraini: hoger gelegen, 's winters een prachtig skigebied, in de lente en de zomer perfect voor mooie wandelingen in de valleien
- Borjomi-Kharagauli National Park: geschikt voor een wandeling
- Tabastkuri meer: schitterend, gelegen tussen de districten Borjomi en Akhaltsikhe, ontstaan na een vulkaanuitbarsting, direct aan het meer ligt een dorpje waar voornamelijk Armenen wonen die de kost verdienen met het

verbouwen van groente, fruit, aardappels en de visserij, setting voor de finale opdracht waarin Jan, Olcay en Ruben met een oude 4x4 rondom het meer moesten rijden om zo de juiste puzzelstukken te verzamelen

- Kukushka: lokaal treintje door de bergen naar Bakuriani, net als WIDM-ers reizen van Bakuriani terug naar Borjomi in 2,5 uur tijd, het spoor is al meer dan 100 jaar oud, vervoert vandaag de dag nog steeds dorpsbewoners, toeristen en skiërs
- Abastumani: gelegen tussen de dichtbegroeide bossen, staat in Georgië bekend om zijn zachte klimaat en zijn thermische bronnen, prachtig vervallen huizen
- Nationaal Astrophysical Observatory: gelegen boven op een berg, bekend van de Mol opdracht 'Maneschijn', weinig luchtvervuiling, eerste telescopen zijn geplaatst in 1932, in het waarnemingscentrum werd onderzoek gedaan op verschillende gebieden zoals astronomie, astrofysica, en onderzoek naar de bovenste lagen van de atmosfeer
- Sapara klooster
- Khertvisi fort
- Vardzia: grotstad, beroemdste grotstad van het land, gelegen in de Erusheli berg, langs de Mtkvari rivier, stamt uit de 12de eeuw, de stad werd gebouwd ter bescherming tegen de Mongolen, helaas in de 13de eeuw verwoest door een aardbeving waardoor de grotten nu van buiten zichtbaar zijn, oude kerken en woningen zijn duidelijk terug te herkennen, in aflevering acht van WIDM klonk hier het prachtige gezang van de volkszangers in traditionele kostuums, deze muziek is onlosmakelijk verbonden met de tradities wat Georgië zo'n bourgondisch land maakt: uitgebreid tafelen, toosten en wijn drinken
- Paravani meer
- Tsalka meer
- Armeense dorpjes: typisch dorpje
- Rabati kasteel in Akhaltsikhe: de plek waar de finalisten de laatste test moesten maken en de Mol 'oog-in-oog' met zichzelf stond

Overige opmerkingen

- Dim Sum doet niet alle locaties van WIDM aan. Daarnaast houden ze niet dezelfde volgorde aan als in het programma
- Opmerkelijk is dat het Rabati kasteel wel in de introductie op de website wordt genoemd, maar niet in de dag-tot-dag beschrijving

Sovjet reizen

WIDM-verwijzingen

Geen directe verwijzingen naar WIDM. (Het gebruik van de 4x4 jeeps, die ook in WIDM worden gebruikt in hetzelfde gebied, kan niet worden gezien als een verwijzing naar het programma omdat het gebied niet begaanbaar is zonder een dergelijk voertuig.)

Typisch Georgië/karakteriserend voor Georgië

- Gastvrije bevolking/bijzonder aardige dorpsbewoners
- Historische steden
- Multicultureel: onstuimige maar zeer aangename mix van oost en west (over Tbilisi), verschillende religies (hele land); algemeen: Europees en Aziatisch karakter/aspecten
- Traditionele huizen met typerende houten balkons
- Ongerepte natuur, valleien, rivieren en bergen
- Een mythische omgeving (in specifiek de regio Svaneti)
- Bourgondische mensen/eten is belangrijk/houden van uitgebreid tafelen
- Divers land, zowel qua natuur als qua cultuur en eten
- Georgië is een wijnland per uitstek

Verwijzingen naar toeristische praktijken

- Eén van de mooiste landen in de Kaukasus
- Verbazingwekkende uitzichten
- Prachtige
- Het Parijs van het oosten
- Grootste religieuze bouwwerk van Georgië, een ongebruikelijk voorbeeld [=’uniek’]
- Prachtig gelegen

- Werkelijk een prachtig uitzicht over de oude stad
- Leuk om in de avond te bezoeken [=aanbeveling]
- Geeft ons een mooie indruk van de stad
- Eén van de mooiste straten
- Traditionele woningen/typisch Georgische huizen en huisraad
- Het hoogtepunt van een bezoek aan de stad Gori
- Meest interessant
- Een aantrekkelijke regio voor natuurliefhebbers
- Aangenaam stadje
- Interessant
- Prachtig zicht
- Ongerepte natuur, valleien, rivieren en bergen
- Adembenemende vergezichten
- Betoverend mooi
- Fotostops
- Lokale architectuur
- Imposante
- Traditionele berghut
- Indrukwekkende omgeving
- Uitzonderlijk
- Beleef het gevoel van wat deze trotse “mensen van de bergen” iedere dag opnieuw ervaren [=gericht op ervaring]
- Geliefde vakantiebestemming
- Statige herenhuizen, pleinen en fonteinen is wat de stad zo geliefd maakt [=opleggen van een mening]
- Een must-see

Ligging van het land

- Ze noemen dat Svaneti het hoogst gelegen bewoonde gebied in Europa is. Hiermee impliceren ze dat Georgië in Europa ligt
- Ushguli als hoogst permanent bewoonde dorp in Europa. Hiermee impliceren ze dat Georgië in Europa ligt.
- Er is een apart kopje met informatie over de ligging van het land (!!)

- Georgiërs beschouwen hun land als Europees, hoewel het geografisch gezien grotendeels in Azië ligt

De staat/conditie van het land

- Enkele bergdorpjes waar de tijd echt is blijven stilstaan (in de regio Svaneti)

Tegenstelling modern vs traditioneel/ouderwets (of: stad vs platteland)

- Moderne delen in grotere steden (Tbilisi en Batoemi), maar verder worden dorpjes en dergelijke beschreven als traditioneel
- Het historische karakter van het land wordt eigenlijk op alle locaties benadrukt

'Anders-zijn'/Oriëntalisme (neerzetten van Georgië als de 'Ander')

- Museum van de Sovjetrepressie: hier wordt een goed beeld geschept van de gruwelijkheden die dit regime met zich meedroeg
- Het voelt alsof u in een geheel andere wereld terechtgekomen bent
- Georgiërs beschouwen hun land als Europees, hoewel het geografisch gezien grotendeels in Azië ligt
- In Georgië is het Europese karakter terug te vinden, maar er zijn ook Aziatische aspecten (bouwwerken, eten)
- In dit land realiseert u zich goed dat u op de grens van Europa en Azië zit

Narratief

Laten zien welke restanten van het Sovjetregime nog altijd zichtbaar zijn in het huidige Georgië, maar met een grote algemene historische nadruk.

Beschrijvingen/woordkeuze

- Veel gebruik van bijvoeglijk naamwoorden om locaties te beschrijven

Locaties

- Tbilisi: groeide in de middeleeuwen uit tot een welvarend knooppunt op de handelsroutes tussen West- en Oost Trans-Kaukasië, levendig en gezellig stad, gelegen in een vallei omgeven door prachtige bergen, multiculturele stad, het

Parijs van het oosten, een onstuimige maar zeer aangename mix van oost en west, trekt al sinds de oudheid vele bezoekers

- Drievuldigheid kathedraal: onlangs gebouwd, het grootste religieuze bouwwerk van Georgië, bestaat uit meerdere verdiepingen, gesitueerd op een plateau die prachtig aangelegd is met bloemen, bomen en perkjes
- Metekhi tempel: gelegen aan de Mtkvari rivier, gebouwd door de Georgische koning Sint-Demetrius II tussen circa 1278-1284, een enigszins ongebruikelijk voorbeeld van een koepelvormige Georgisch-orthodoxe kerk
- Europaplein: kabelbaan naar het hoger gelegen gedeelte van Tbilisi
- Narikala fort: vanaf hier een prachtig uitzicht over de oude stad, het onlangs aangelegde Europa Park en de Sulfaat baden
- Sulfaat baden: leuk om in de avond te bezoeken
- De oude stad: een leuke wijk met smalle straatjes, traditionele huizen met typerende houten balkons, talloze terrasjes, en gezellige restaurantjes, gezellige straatjes
- Synagoge
- Seminarium: hier was Jozef Stalin seminarist
- Rustaveli: hoofdstraat met vele statige panden en overheidsgebouwen, geeft een mooie indruk van de stad
- David Aghmashenebli avenue: misschien wel één de mooiste straten, Art Nouveau district van Tbilisi
- Sovjetrepressie museum: hier wordt een goed beeld geschept van de gruwelijkheden die dit regime met zich meedroeg
- Georgisch Kunstmuseum: staat bekend om haar Georgische kunst en goudsmid stukken daterend van de 9^{e} tot de 19^{e} eeuw, rondleiding door de afdeling van zeer exclusieve juwelen en iconen
- Openluchtmuseum: 70 typisch Georgische huizen en huisraad uit diverse regio's van het land
- Mzcheta: voormalige hoofdstad van het Georgische rijk van 300 v Chr tot 500 n Chr, spirituele hoofdstad, thuisbasis van twee van de belangrijkste kerken van Georgië
- Svetitskhoveli: een van de twee belangrijkste kerken in Georgië, gebouwd in de 4de eeuw, gebruikt voor de kroningen alsmede de begraafplaats van de

Georgische vorst, wordt beschouwd als één van de heiligste plaatsen in Georgië omdat hier de mantel van Christus begraven zou zijn

- Jvarikerk: een van de twee belangrijkste kerken in Georgië, gelegen op de top van de heuvel op de plaats waarde missionaris Sint-Nino zelf een kruis (‘Jvari’ in het Georgisch) oprichtte, gebouwd in de 4de eeuw ter ere van de komst van het christendom naar Georgië
- Gori: geboortestad van Jozef Stalin, sommige inwoners koesteren nog steeds zijn naam en zien hem als de held van Gori, tot voor kort prijkte zijn standbeeld op het centrale plein van Gori.
- Stalin Museum: het hoogtepunt van een bezoek aan de stad Gori, telt drie afdelingen: Stalin's huis, het Stalin Museum en Stalin’s treinwagon waarmee hij in 1945 naar Potsdam is gereisd, de meest interessante expositie is één van de twaalf exemplaren van het dodenmasker van Stalin die kort na zijn dood is gemaakt
- Uplistsikhe: gelegen op korte rijafstand van Gori, 3000 jaar oude grottenstad, één van de eerste steden van Georgië, woningen, troonzaal, theater en huizen die volledig uitgehouwen zijn uit rotsen, een legende zegt dat slaven een houweel van goud met een ijzeren uiteinde kregen waarmee ze de gebouwen uit de zandstenen rotsen uitkappen en hoe harder ze werkten des te sneller kregen ze een stuk puur goud
- Kutaisi: de tweede stad van Georgië, was tot 1122 de hoofdstad van het Koninkrijk Georgië, van de 13de tot de 15de eeuw de hoofdstad van het West-Georgische koninkrijk Imeretië, mild en subtropisch klimaat, aantrekkelijke regio voor natuurliefhebbers
- Zugdidi: aangenaam stadje
- Paleis van de Dadiani’s: de voormalige residentie van de Dadiani dynastie, tegenwoordig is het paleis een historisch museum met een interessante expositie van waardevolle werken zoals sieraden, iconen en andere voorwerpen, bijzonder is het dodenmasker van Napoleon
- Enguri dam: 271 meter hoog, grootste van Georgië, prachtig uitzicht op het waterreservoir en de omliggende bergen
- Mestia: bergdorp, een liefelijk en traditioneel dorp in de provincie Svaneti, adembenemende vergezichten, besneeuwde bergtoppen, bijzonder aardige

dorpsbewoners die het gevoel geven als je in een geheel andere wereld terecht bent gekomen

- Svaneti: het hoogst gelegen bewoonde gebied in Europa, omringd door 4 van Europa's hoogste bergtoppen, betoverend mooie regio, mythische omgeving, in verschillende bergdorpjes is de tijd echt stil blijven staand, fotostops om de mooie omgeving in je op te nemen
- Ushguli: 2200 meter boven zeeniveau, het hoogst permanent bewoonde dorp in Europa, geroemd om zijn lokale architectuur, de imposante stenen wachttorens, indrukwekkende omgeving van middeleeuwse wachttorens, kletterende watervallen en uitzonderlijk hoge besneeuwde bergtoppen van het omliggende Kaukasus gebergte, hier wonen de trotste 'mensen van de bergen'
- Etnografisch museum
- Batoemi: de mondaine badplaats aan de Zwarte Zee, subtropisch klimaat, vele hotels en vertiermogelijkheden, geliefde vakantiebestemming, prachtig aangelegde boulevard
- Oude centrum: statige herenhuizen, pleinen en fonteinen maken de stad geliefd
- Moderne gebouwen: gebouwd langs de boulevard
- Italiaanse plein: hier treden regelmatig artiesten op
- Operahuis
- Medea met het Gulden Vlies
- Gonio fort: ruïne, gelegen op zo'n 12 km van Batoemi, nabij de Turkse grens, historische stadsvesting, gebouwd in de 1e eeuw door de romeinen, was één van de grootste vestingen aan de Zwarte Zee, onder andere bezet geweest door de Romeinen, Byzantijnen en Turken
- Adjari staatmuseum: exclusieve collectie van gouden kunstvoorwerpen, een must-see voor museumliefhebbers
- Botanische tuin: aanrader voor natuurliefhebbers

Overige opmerkingen

- Er wordt vaak gesproken over een 'traditioneel dorp' of 'typisch Georgisch huis, maar nergens wordt benoemd wat het dorp of huis typisch Georgisch maakt. [dit geldt tevens voor de andere reisorganisaties]

Afbeeldingen websites reisorganisaties

Nr	Afbeelding NRC Reizen	Bijschrift	Wie of wat?	Standpunt	Opmerking
1		nvt	Overzicht/ panorama van de hoofdstad Tbilisi	Dezelfde hoogte als een drone-shot	
2		nvt	De Holy Trinity Cathedral in Tbilisi	Genomen vanaf een hoger punt	
3		nvt	Berglandschap met een rivier en rechts een dorp	Dezelfde hoogte als een drone-shot	
4		nvt	Colchis Fountain in Koetaisi	Op ooghoogte, lichtelijk omhoog kijkend	
5		nvt	Ananuri Castle, met rechts de Aragvi rivier	Dezelfde hoogte als een drone-shot (mogelijk vanaf een berg)	
6		nvt	Vanis Kvabebi, een grottenklooster	Op ooghoogte	
7		nvt	Simpele kaart van Georgië met de te bezoeken steden/dorpen	nvt	

8		Metekhi-kerk in de oude stad	Metekhi-kerk in Tbilisi	Dezelfde hoogte als een drone-shot
9		Het landschap langs de weg naar Kazbegi	Berglandschap met besneeuwde bergtoppen	Op ooghoogte
10		De spectaculair gelegen Drie-eenheidskerk van Gergeti	De Drie-eenheids-kerk, ookwel de Drievuldigheids-kerk van Gergeti	Dezelfde hoogte als een drone-shot (mogelijk vanaf een berg)
11		Het Sjoeamta klooster	Het Sjoeamta klooster	Op ooghoogte
12		Het Sjoeamta klooster [incorrect: dit is Tsinandali]	Tsinandali, het landgoed van de familie Chavchavadze	Op ooghoogte
Dim Sum Reizen				
1		nvt	Straatje met oude gebouwen in Tbilisi, grotendeels leeg (1 persoon)	Op ooghoogte
2		nvt	Overzicht/ panorama van de hoofdstad Tbilisi	Dezelfde hoogte als een drone-shot

3		nvt	Svetitskhvoleli kathedraal in Mtskheta, 's avonds	Op ooghoogte	
4		nvt	De Drie-eenheids-kerk, ookwel de Drievuldigheids-kerk van Gergeti	Dezelfde hoogte als een drone-shot (mogelijk vanaf een berg)	
5		nvt	Begin van de Chalaadi gletsjer in Mestia	Op ooghoogte	De foto correspondeert niet met de locaties in de beschrijving van de tekst
6		nvt	?	Op ooghoogte	
7		nvt	Groen berglandschap met een rivier	Dezelfde hoogte als een drone-shot	
8		nvt	Rabati kasteel	Op ooghoogte	Opmerkelijk is dat Rabati kasteel niet in de tekst wordt genoemd
9		nvt	Kerk op een berg (niet duidelijk welke kerk het is)	Dezelfde hoogte als een drone-shot	
10		nvt	Grottenstad Vardzia	Dezelfde hoogte als een drone-shot	

11		nvt	Huizen (onduidelijk waar deze zich bevinden)	Op ooghoogte
12		nvt	Winkel met een kraam op straat, mogelijk in Tbilisi	Op ooghoogte
13		nvt	Exterieur van het Abanotubani sulfaat badhuis in Tbilisi	Ingezoomd shot, waarschijnlijk wel vanaf ooghoogte
Sovjet Reizen				
1		nvt	Grottenstad Uplistsikhe	Op ooghoogte
2		nvt	Groen berglandschap met een dorp en rivier	Dezelfde hoogte als een drone-shot
3		nvt	In Tbilisi, met op de achtergrond het Abanotubani sulfaat badhuis	Op ooghoogte
4		nvt	Overzicht van huizen in Tbilisi	Dezelfde hoogte als een drone-shot

5		nvt	Vredesbrug in Tbilisi	Op ooghoogte
6		nvt	Dadiani Palace in Zoegdidi	Op ooghoogte
7		nvt	Enguri dam	Op ooghoogte
8		nvt	Narikala Fort in Tbilisi, 's avonds	Dezelfde hoogte als een drone-shot
9		nvt	Overzicht/ panorama van de hoofdstad Tbilisi	Dezelfde hoogte als een drone-shot
10		nvt	Beeldhouwwerk in Batoemi	Op ooghoogte
11		nvt	Alfabet toren en reuzenrad in Batoemi	Dezelfde hoogte als een drone-shot
12		nvt	Plein met een bouwwerk (onbekend welke) en toeristen	Op ooghoogte

13		nvt	Sameba-kathedraal	Op ooghoogte
14		nvt	Interieur van een kerk	Ingezoomd shot, waarschijnlijk wel vanaf ooghoogte
15		nvt	Toren in Batoemi	Dezelfde hoogte als een drone-shot
Shoestring				
1		nvt	Huizen in Tbilisi, met links het Abanotubani sulfaat badhuis	Waarschijnlijk genomen vanaf een hoger punt, op ooghoogte
2		nvt	Groen berglandschap met wandelaars	Op ooghoogte
3		nvt	Svetitschoveli-kathedraal in Mtskheta	Op ooghoogte
4		nvt	Groen berglandschap in Svaneti met dieren op het pad	Op ooghoogte

5		nvt	Ushguli, met wachttorens	Op ooghoogte	
6		nvt	De Drie-eenheids-kerk, ookwel de Drievuldigheids-kerk van Gergeti	Dezelfde hoogte als een drone-shot (mogelijk vanaf een berg)	Dezelfde foto als Koning Aap, nummer 4
7		nvt	Narikala Fort in Tbilisi, 's avonds	Dezelfde hoogte als een drone-shot	
8		nvt	Interieur van de Svetitskhoveli kathedraal	Op ooghoogte	
9		nvt	Bergen met een groene weide waarin een man op zijn rug ligt	Op ooghoogte	
10		nvt	De Drie-eenheids-kerk, ookwel de Drievuldigheids-kerk van Gergeti	Dezelfde hoogte als een drone-shot	
11		nvt	Grottenstad Uplistsikhe, interieur van een grotwoning	Op ooghoogte	
12		nvt	Kutaisi, links een toren, erachter een overzicht van de stad	Genomen vanaf een hoger punt, mogelijk op een heuvel	

13		nvt	Mestia, overzicht van een gedeelte van de stad	Dezelfde hoogte als een drone-shot
14		nvt	Georgisch eten: Khatsjapoeri en Khinkali	Vogelvlucht-perspectief
15		nvt	Wachttorens in het dorp Ushguli	Op ooghoogte
16		nvt	Groen berglandschap met een gekleurde berghut en motor	Op ooghoogte
17		nvt	Interieur van het Gelati klooster in Kutaisi	Op ooghoogte, omhoog kijkend
18		nvt	Straat met restaurants in de oude binnenstad van Tbilisi	Op ooghoogte

Koning Aap

1		nvt	De Drie-eenheids-kerk, ookwel de Drievuldigheids-kerk van Gergeti	Dezelfde hoogte als een drone-shot

2		nvt	Groep reizigers die samen eten	Op ooghoogte	
3		nvt	Overzicht/ panorama van de hoofdstad Tbilisi, 's avonds	Dezelfde hoogte als een drone-shot	
4		nvt	De Drie-eenheids-kerk, ookwel de Drievuldigheids-kerk van Gergeti	Dezelfde hoogte als een drone-shot	Dezelfde foto als Shoestring, nummer 6
5		nvt	Voorstelling van een man met kroon (mogelijk mozaïek)	Ingezoomd shot	
6		nvt	Besneeuwde berg met links onderin een persoon	Op ooghoogte	
7		nvt	Het strand in Batoemi met een (strand)huisje	Op ooghoogte	
8		nvt	Metekhi-kerk in Tbilisi, met een standbeeld	Op ooghoogte, lichtelijk omhoog kijkend	
10		nvt	Fresco in grottenklooster David Gareja	Ingezoomd shot	

11		nvt	Een oude vrouw	Ingezoomd shot, op ooghoogte
12		nvt	Svetitskhoveli kathedraal	Op ooghoogte
13		nvt	Berg met een besneeuwde bergtop	Dezelfde hoogte als een drone-shot
14		nvt	Grottenstad Uplistsikhe	Op ooghoogte
15		nvt	Khertvisi Fort	Dezelfde hoogte als een drone-shot
16		nvt	Georgiërs in traditionele kostuums	Op ooghoogte
17		nvt	Man in zwart kostuum, waarschijnlijk in een kerk	Op ooghoogte
18		nvt	Mestia, overzicht van een gedeelte van de stad	Op ooghoogte

19		nvt	Groen berglandschap met wachttorens	Dezelfde hoogte als een drone-shot	
20		nvt	Drie bellen aan een houten balk	Ingezoomd shot, op ooghoogte	
21		nvt	Een wit busje met op de achtergrond een berghut	Op ooghoogte	Eenzelfde (of dezelfde) hut en motor als bij Shoestring nummer 16
22		nvt	Strand en zee in Batoemi	Waarschijnlijk genomen vanaf een berg op ooghoogte	
23		nvt	Mand met druiven en een fles rode wijn	Ingezoomd shot	