

# Thailand: vakantieland of conflictgebied?

---

De representatie van Thailand in online media

**Door: Birgit Baetsen**

**Studentnummer: 4064666**

**Begeleider: Dr. T. Sintobin**

**Augustus 2015**

# Dankwoord

Met het schrijven van dit dankwoord leg ik de laatste hand aan mijn scriptie. Het schrijven van deze scriptie ging voor mij niet zonder slag of stoot en daarom wil ik graag stil staan bij de mensen die mij de afgelopen periode hebben gesteund en geholpen. Ten eerste wil ik graag mijn scriptiebegeleider dr. T. Sintobin bedanken voor zijn begeleiding. Zonder onze gesprekken en zijn feedback had ik deze scriptie niet succesvol kunnen afronden. Daarnaast wil ik ook mijn ouders Gerard en Yvonne en mijn zus Brenda bedanken voor hun steun en motiverende woorden. Zij maakten de vele uren aan de keukentafel een stuk draaglijker. Ook wil ik mijn vriendinnen Laurie, Sascha, Britt, José, Mannick en Leslie bedanken, die op hun beurt mijn uren in de bieb hebben verlicht. Het was fijn om de scriptiestress te kunnen delen, over problemen en bevindingen te kunnen praten en in de pauzes met jullie even af te schakelen. Als laatste wil ik mijn vriend Alan bedanken die mij in en vanuit Brazilië heeft bijgestaan en die in mij bleef geloven als ik het soms even niet meer zag zitten.

# Abstract

In the last few years Thailand has been in a turbulent period. Every few months there seems to be another (violent) incident. At the same time tourists still undertake their travels to this destination. This makes one wonder about how Thailand is portrayed on tourism websites. Therefore, this research gives an answer to the following question: what image do tourism websites in the Netherlands give from contemporary Thailand? To answer this question, this research applies a multimodal discourse analysis on the texts and images of three kinds of tourism websites: official websites, tour operators and blogs. The theories of John Urry on the tourist gaze and Edward Said on orientalism and imperialism have been used as a theoretical framework throughout this research. The hypotheses of the research states that the websites will portray Thailand differently. It is expected that the official websites will go into the turbulence in the country, the tour operators will depict Thailand as a holiday destination and that de blogs will go into both themes. At the end of this research this hypotheses needs to be assessed. The official websites give a diverse image of Thailand, both on a linguistic and on a visual level. They do not only go into the turbulence, but also portray Thailand as a holiday destination. The tour operators do what is expected of them and they portray Thailand as a holiday destination only. In the blogs Thailand is mostly represented as a holiday destination as well. Only very few blogs go into the turbulence of the country. However, it looks like the bloggers are aware of the situation in Thailand, because they seem to avoid the more dangerous areas of the country. This can also explain partially why the turbulence is not mentioned more frequently. When a comparison is made between the representations of the websites considering Thailand, three things stand out. First of all, on linguistic level the content of the websites is very different, but in every category there are websites that make the same sloppy mistakes. This gives the reader a rather careless impression of the websites and of the bloggers. Besides this, it is striking that in all three categories maps are among the images. Moreover, the tourist gaze is prominent in almost every website. As a consequence, on visual level, Thailand is first and foremost portrayed as a holiday destination. It is important to be aware of these differences and similarities in a time when the information on the internet becomes more and more important.

# Inhoudsopgave

|                                      |    |
|--------------------------------------|----|
| Dankwoord .....                      | 1  |
| Abstract .....                       | 2  |
| Inhoudsopgave.....                   | 3  |
| Inleiding .....                      | 5  |
| Afbakening van het onderzoek .....   | 5  |
| Hypothese .....                      | 7  |
| Het Onderzoeksveld .....             | 7  |
| Thailand .....                       | 10 |
| Het Theoretisch Kader .....          | 14 |
| De Methode.....                      | 21 |
| De Opbouw .....                      | 23 |
| Hoofdstuk 1: Officiële Websites..... | 25 |
| Linguïstische Analyse .....          | 25 |
| Nederlandse Rijksoverheid.....       | 25 |
| ANWB .....                           | 27 |
| Thaise Consulaat in Nederland .....  | 30 |
| Thaise Ambassade in Nederland.....   | 31 |
| Visuele Analyse .....                | 32 |
| Nederlandse Rijksoverheid.....       | 32 |
| ANWB .....                           | 33 |
| Thaise Consulaat in Nederland .....  | 35 |
| Thaise Ambassade in Nederland.....   | 37 |
| Conclusie Hoofdstuk 1.....           | 38 |
| Hoofdstuk 2: Reisaanbieders .....    | 39 |
| Linguïstische Analyse .....          | 39 |
| NRV Holiday .....                    | 39 |
| FOX.....                             | 43 |
| Adventures Globe .....               | 45 |
| Thailand Rondreizen.net.....         | 48 |
| Visuele Analyse.....                 | 50 |
| NRV Holiday .....                    | 50 |
| FOX.....                             | 52 |
| Adventures Globe .....               | 54 |

|  |    |
|--|----|
| Thailand Rondreizen.net.....                           | 55 |
| Conclusie Hoofdstuk 2.....                             | 56 |
| Hoofdstuk 3: Blogs.....                                | 58 |
| Linguïstische Analyse.....                             | 58 |
| Reis Mee.....  | 58 |
| Reislogger.....  | 64 |
| Visuele Analyse.....                                   | 71 |
| Reis Mee.....  | 71 |
| Reislogger.....  | 74 |
| Conclusie Hoofdstuk 3.....                             | 76 |
| Conclusie.....   | 78 |
| Bibliografie.....                                      | 81 |
| Boeken.....  | 81 |
| Online bronnen.....                                    | 82 |
| Nieuwsartikelen.....                                   | 82 |
| Onderzoeksobjecten.....                                | 83 |
| Bijlagen.....  | 84 |
| Bijlage 1: Eerste correspondentie met NRV Holiday..... | 84 |
| Bijlage 2: Tweede correspondentie met NRV Holiday..... | 86 |

# Inleiding

Online media en reizen spelen beide een steeds grotere rol in het leven van de Nederlandse bevolking. We zijn bijna dagelijks op het internet te vinden en we reizen steeds meer en steeds verder. Voordat we op een bestemming aankomen, hebben we meestal al uitgebreid op het internet gezocht welke plekken het bezoeken waard zijn, wat voor activiteiten er te doen zijn, waar alles ligt en welk eten het proeven waard is. In 1996 schreef Graham Dann: 'clearly the language of tourism will increasingly become a language of cyberspace.'<sup>1</sup> Nu, bijna twee decennia later, reizen we naar talrijke plaatsen, maar niet alleen met bussen, auto's of vliegtuigen, maar ook door de linguïstische en visuele teksten die te vinden zijn op het internet.<sup>2</sup> De representatie van een land wordt steeds meer bepaald door het makkelijk toegankelijke wereld-wijde web en dit beeld kan van invloed zijn op ons gedrag en onze keuzes. Maar wat voor beeld geven websites van een ver land? Is Thailand bijvoorbeeld vooral een vakantieland of een conflictgebied? Websites kunnen op verschillende wijze een beeld overbrengen. In een maatschappij waarin ons beeld van de werkelijkheid in grote mate hierdoor wordt bepaald, is het van belang om te weten hoe verschillende websites dit doen. Dit onderzoek poogt meer duidelijkheid te verschaffen in het beeld dat websites aan ons geven door te kijken naar de representatie van Thailand op verschillende websites.

## Afbakening van het onderzoek

In dit onderzoek wordt gekeken naar het beeld dat toeristenwebsites in Nederland geven van het huidige Thailand. De concrete onderzoeksvraag die in dit onderzoek zal worden beantwoord is dan ook:

*Welk beeld geven toeristenwebsites in Nederland van contemporain Thailand?*

Onder toeristenwebsites worden in dit onderzoek websites verstaan die de toekomstige toerist kan raadplegen voor informatie, waardoor een beeld wordt verkregen van de bestemming. Om structuur aan te brengen in het online aanbod waar toekomstige toeristen terecht kunnen, is ervoor gekozen om een onderverdeling te maken die bestaat uit: officiële websites, reisaanbieders en blogs. De verwachting is dat de officiële websites vooral objectieve informatie zullen verschaffen, maar of dit ook daadwerkelijk zo zal zijn, is nog de vraag. Iedere website zal namelijk beïnvloed zijn door het discours van de auteur. De reisaanbieders zullen proberen

---

<sup>1</sup> Ed. Hallet, R. W. en Kaplan-Weinger, J. (2010) *Official Tourism Websites: A Discourse Analysis Perspective*. Bristol/Buffalo/Toronto: Channel View Publications: 1.

<sup>2</sup> Idem.

reizen naar Thailand te verkopen. Bij deze websites kan de bezoeker dus ook verwachten dat de informatie niet geheel objectief is. Daarnaast worden de bloggers gezien als ervaringsdeskundigen die vanuit hun eigen perspectief zullen vertellen over Thailand. Binnen deze drie categorieën is er sprake van een grote hoeveelheid websites die onderzocht zouden kunnen worden. Hierdoor is de selectie van een geschikt aantal websites voor dit onderzoek noodzakelijk.

Tegenwoordig is er bij online media, in tegenstelling tot bijvoorbeeld het oudere medium van de reisgids, ook altijd een persoonlijk aspect aanwezig in de selectie. Chris Rojek (1997) schrijft hierover:

With new communication technologies the individual is clearly an active participant in indexing and dragging. Personal computers with e-mail facilities enable the individual to combine elements from fictional and factual representation files. The practice might be described as *collage tourism*. That is, fragments of cultural information are assembled by the network user to construct a distinctive orientation to a foreign sight.<sup>3</sup>

Echter, vandaag de dag bepaalt niet alleen de gebruiker van het internet nog wat er op ons computerscherm verschijnt. Cookies en andere software dragen nu ook gepersonaliseerde informatie aan voor de gebruiker. Tegenwoordig is het onvermijdelijk om dit te voorkomen. Het persoonlijke aspect is een integraal onderdeel van het internet geworden en daardoor ook in een onderzoek naar websites.

In de categorie van de officiële websites zullen de websites van de Nederlandse Rijksoverheid, de Koninklijke Nederlandse Toeristenbond ANWB, het Thaise consulaat en de Thaise ambassade in Nederland onderzocht worden. Bij de andere twee categorieën is gebruik gemaakt van het selectieprincipe 'vindbaarheid'. Door gebruik te maken van het vindbaarheidsprincipe is het zeker dat veel toekomstige toeristen deze websites zullen vinden en raadplegen. Een andere mogelijkheid was het analyseren van het aantal hits op een website, maar ook dit zegt niets over hoelang de bezoeker daadwerkelijk op de site verblijft. Als selectiemiddel is er gebruik gemaakt van de meest geraadpleegde zoekmachine in Nederland: Google.<sup>4</sup> Deze werd geraadpleegd op de persoonlijke pc van de Nederlandse onderzoeker op 31 mei 2015. Wanneer hier 'reisaanbieder Thailand' werd getypt, waren de eerste vier hits de websites van de reisorganisaties NRV Holiday, FOX, Adventures Globe en Thailand Rondreizen.net. Wanneer hier 'reisblog Thailand' werd ingetypt waren de eerste hits van

---

<sup>3</sup> Ed. Hallet, R. W. en Kaplan-Weinger, J. (2010) *Official Tourism Websites: A Discourse Analysis Perspective*. Bristol/Buffalo/Toronto: Channel View Publications: 3.

<sup>4</sup> iProspect (2014) 'Nationale Search Engine Monitor onderzoek'. <http://www.iprospect.com/nl/nl/press-room/nationale-search-engine-monitor-onderzoek/> (2-6-2015).

blogwebsites met recente reisverhalen de websites van Reis Mee en Reislogger. De overige websites die bij de reisblogs verschijnen, maken reclame voor reisorganisaties en zijn niet bedoeld voor de particuliere reisverslagen van reizigers. Deze websites zullen vanwege hun vindbaarheid ook door toekomstige toeristen veel gelezen worden om van te voren een beeld te krijgen van Thailand.

In dit onderzoek is gekozen voor contemporain Thailand omdat dit vakantieland de laatste jaren omstreden is vanwege de onrust in het land. Af en aan laaien de conflicten op en het toerisme in Thailand lijdt hieronder.<sup>5</sup> De conflicten zijn echter plaatselijk en in andere delen van Thailand is het nog steeds veilig voor toerisme.<sup>6</sup> Deze spanning maakt Thailand een interessante casus om de thema's 'Thailand als vakantieland' en 'de veiligheid in Thailand' nader te bekijken.

Om tot antwoorden te komen, is dit onderzoek onderverdeeld in drie deelvragen die achtereenvolgens in de hoofdstukken aan bod zullen komen:

- *Welk beeld geven officiële websites van contemporain Thailand?*
- *Welk beeld geven reisaanbieders van contemporain Thailand?*
- *Welk beeld geven blogs van contemporain Thailand?*

Door deze vragen te beantwoorden, zal een beter begrip worden verkregen over het beeld dat toeristenwebsites in Nederland oproepen van contemporain Thailand. In de conclusie zal tevens worden ingegaan op hoe de beelden die de websites geven zich tot elkaar verhouden.

## **Hypothese**

De hypothese van dit onderzoek is dat de verschillende bronnen een ander beeld zullen geven van contemporain Thailand. De verwachting is dat de officiële websites zich zullen profileren als informatieverschaffers en hierbij meer zullen ingaan op de onrust in het land, de reisaanbieders zich vooral zullen richten op Thailand als vakantieland, en de bloggers zich zullen profileren als ervaringsdeskundigen waarbij ze zullen ingaan op beide thema's.

## **Het Onderzoeksveld**

In dit onderzoek zal het snijvlak tussen toerisme en online media centraal staan. Hoewel reizen een lange historie kent, wordt het pas rond de negentiende eeuw voor steeds meer mensen mogelijk om te reizen zonder dat dit in verband staat met werk. Dit idee komt overeen met het

---

<sup>5</sup> Langerak, A. (2014) 'Thailand wil einde aan noodtoestand', in: De Telegraaf. <http://academic.lexisnexis.nl.proxy.ubn.ru.nl/?language=en> (2-8-2015).

<sup>6</sup> De Nederlandse Rijksoverheid (2015) 'Reisadvies Thailand'. <http://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/reisadviezen/thailand> (7-5-2015).



beeld van massatoerisme vandaag de dag.<sup>7</sup> Daarnaast is de relatie tussen toerisme en media sinds de jaren tachtig een object van onderzoek. De rol van het internet wordt hierin steeds belangrijker.<sup>8</sup>

Een belangrijk boek binnen het onderzoek over toerisme is *The tourist gaze* van John Urry. In dit boek beargumenteert Urry dat de toeristische ervaring een fundamenteel visueel karakter heeft. Hij maakt hierbij een vergelijking met Foucaults concept van de 'gaze' waarop hij zijn concept van de 'tourist gaze' baseert. Het concept van de gaze benadrukt dat kijken een aangeleerd vermogen is en dat het idee van een puur objectieve gaze een mythe is. De gaze is dus geen autonoom product, maar heeft een sociale en historische natuur waarin machtsrelaties aan de orde zijn.<sup>9</sup> Tourist gazes ordenen en reguleren de relatie tussen de toerist en zijn omgeving. De moderne tourist gaze is geconstrueerd door mobiele beelden en digitale technologie.<sup>10</sup> Daarnaast is het niet ongebruikelijk voor toeristen om het schouwspel vast te leggen en te verspreiden. Op deze manier wordt de tourist gaze eindeloos gereproduceerd.<sup>11</sup>

Er is echter ook veel kritiek gekomen op de tourist gaze. Ten eerste is het concept volgens Hollingshead (2000) niet goed genoeg uitgewerkt in relatie met het gedachtegoed van Foucault. Daarnaast gaat de meeste kritiek over de visuele aard van de tourist gaze. Reizen is volgens Veijola en Jokinen (1994) ook een fysieke ervaring in plaats van alleen een visuele. Hierbij beargumenteren Perkins en Thorns (1998) dat de tourist gaze te statisch en passief is. Hierdoor wordt het handelende en avontuurlijke aspect van het reizen ontken.<sup>12</sup> Verder zou het concept van de tourist gaze volgens Larsen (2001) niet in staat zijn om het mobiele en vluchtige karakter van de blik van de reiziger te vangen. De tourist gaze zou zich vooral focussen op een stationaire toerist die zich niet door de fysieke en sociale wereld beweegt.<sup>13</sup> Waar bij Urry de fotografische afbeelding vaak centraal staat, kan de ervaring van een reiziger volgens Larsen beter vergeleken worden met de bewegende beelden van de cinematografie.<sup>14</sup> Nog een andere belangrijke criticus van Urry is MacCannell. Hij schreef in zijn artikel 'Tourist agency' uit 2001 dat het concept van de tourist gaze aan de ene kant voor verheldering zorgt over de

---

<sup>7</sup> Urry, J. (2002, 2e editie, eerste publicatie 1990) *The tourist gaze*. Londen/Thousand Oaks/New Delhi: Sage Publication: 5.

<sup>8</sup> Jamal, T. en Robinson, M. (2012) *The Sage Handbook to Tourism Studies*. Los Angeles/London/New Delhi/Singapore/Washington DC: Sage.

<sup>9</sup> Urry, J. (2002, 2e editie, eerste publicatie 1990) *The tourist gaze*. Londen/Thousand Oaks/New Delhi: Sage Publication: 1-2.

<sup>10</sup> Ibidem: 3.

<sup>11</sup> Idem.

<sup>12</sup> Ibidem: 145.

<sup>13</sup> Idem.

<sup>14</sup> Larsen, J. (2001) 'Tourism Mobilities and the Travel Glance: Experiences of Being on the Move', in: *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*. Routledge: 80-98.  
<http://dx.doi.org/10.1080/150222501317244010> (13-8-2015).

ontwikkeling van het toerisme, maar dat het er aan de andere kant niet in slaagt om los te komen van het determinisme waarvan het claimt zich los te maken.<sup>15</sup> MacCannell komt daarom met zijn concept van de 'second gaze'. Hij schrijft hierover:

The second gaze turns back onto the gazing subject an ethical responsibility for the construction of its own existence. It refuses to leave this construction to the corporation, the state, and the apparatus of touristic representation.

Waar het concept van de tourist gaze volgens MacCannell onderhevig is aan exact datgene wat getoond wordt, is de second gaze zich er altijd van bewust dat er iets verborgen blijft en dat er iets bestaat naast of achter datgene wat het object is van de second gaze.<sup>16</sup>

In *The Sage Handbook to Tourism Studies* van Jamal en Robinson wordt een hoofdstuk gewijd aan de relatie tussen media en toerisme. Hierin passeren verschillende theorieën en onderzoeken de revue. Volgens Jamal en Robinson is de functie van de media als communicatiemiddel en verspreider van berichten en beelden centraal voor het proces van internationaal toerisme.<sup>17</sup> Tot nog toe heeft onderzoek omtrent media en toerisme zich vooral gefocust op de conceptualisering, formatie en representatie van bestemmingen en de relatie hiervan met de motivatie van toeristen.<sup>18</sup> De rol van de media is hierin meestal impliciet en de media worden binnen toerismestudies vooral gezien als communicatiemechanismen. Communicatie houdt in dat beide partijen zenden en ontvangen, maar in media- en communicatiestudies gaat het vaak alleen om de communicatie van de media naar het publiek.<sup>19</sup> De media zijn centraal voor de distributie van populaire cultuur en de constructie van toeristische bewegingen. Een belangrijk aspect hierin is de rol van de media als vorm van entertainment en hoe deze dimensie op haar beurt de productie van cultuur voedt. Op deze manier reflecteren de media culturele waarden die op hun beurt representaties en teksten vormen.<sup>20</sup>

Nielsen (2001) en Avraham (2007) ontwikkelden bruikbare perspectieven voor het analyseren van de rol van de media in relatie tot het gedrag en de motivatie van toeristen en de manier waarop wordt omgegaan met negatieve media-aandacht. Crouch et al. (2005) daarentegen plaatsen de relatie tussen toerisme en media in een meer theoretisch frame. Het

---

<sup>15</sup> MacCannell, D. (2001) 'Tourist agency'. London/Thousand Oaks/New Delhi: Sage publications: 35-36.

<sup>16</sup> Idem.

<sup>17</sup> Jamal, T. en Robinson, M. (2012) *The Sage Handbook to Tourism Studies*. Los Angeles/London/New Delhi/Singapore/Washington DC: Sage: 99.

<sup>18</sup> Idem.

<sup>19</sup> Idem.

<sup>20</sup> Idem.

onderzoek focust op de verbeelding van de toerist als beginpunt voor het begrijpen van de onderlinge afhankelijkheid tussen toerisme en de media. De media distribueren dus niet alleen beelden die de verwachting, ervaring en reflectie van de ontvanger voeden, de ideeën en ervaringen van de toeristen voeden ook de verbeelding van de media en worden zo weer teruggeprojecteerd in de wereld.<sup>21</sup>

Uit wie het publiek bestaat, de manier waarop mediateksten worden geïnterpreteerd en gebruikt en de mogelijke 'effecten' van de media, zijn centrale punten in het onderzoek naar media.<sup>22</sup> De eerste theoretici die onderzoek deden naar de rol van de media legden de nadruk op de invloed van de massamedia op het publiek. In deze optiek ligt de macht bij de boodschap en wordt het publiek overtuigd van de intenties van de producenten.<sup>23</sup> Het publiek is dus afhankelijk, passief en de media bevestigen de gevestigde sociale orde.<sup>24</sup> Een ander perspectief focust zich daarentegen op wat het publiek doet met de media in plaats van wat de media doen met hen.<sup>25</sup> De mensen uit het publiek worden in dit geval gezien als bewuste consumenten die de media gebruiken om aan bepaalde behoeftes en verlangens te voldoen.<sup>26</sup> Het blijft de vraag in hoeverre onze wereldbeelden en ervaringen ook de media weer vormgeven en beïnvloeden.<sup>27</sup>

## Thailand

Thailand gaat de laatste jaren door een turbulente periode.<sup>28</sup> De gevolgen van de globalisering en verscheidene politieke ontwikkelingen hebben effect gehad op de stabiliteit van deze parlementaire constitutionele monarchie. Voor dit onderzoek is een indruk van het contemporaine Thailand noodzakelijk. Daarom is het van belang om te kijken naar de recente geschiedenis van het land.

Aan het eind van de twintigste eeuw veranderde de Thaise maatschappij snel. Voor de Tweede Wereldoorlog was er in Thailand sprake van een passieve rurale samenleving. Het volk accepteerde de hiërarchische sociale en politieke orde. Daarnaast vonden de hogere klasse, het koningshuis en het leger dat de samenleving beschermd moest worden voor zowel het communisme als het kapitalisme.<sup>29</sup> Na de Tweede Wereldoorlog veranderde dit. Door de komst van de Amerikanen kwamen de grote steden in aanraking met het kapitalisme. Hierdoor werden

---

<sup>21</sup> Idem.

<sup>22</sup> Idem.

<sup>23</sup> Idem.

<sup>24</sup> Idem.

<sup>25</sup> Ibidem: 102.

<sup>26</sup> Idem.

<sup>27</sup> Idem.

<sup>28</sup> De Nederlandse Rijksoverheid (2015) 'Reisadvies Thailand'.

<http://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/reisadviezen/thailand> (7-5-2015).

<sup>29</sup> Baker, C. en Phongpaichit, P. (2009) *A history of Thailand*. Cambridge: Cambridge University Press: 233.

families die grote bedrijven bezaten steeds rijker en groeide hun aanzien onder de bevolking.<sup>30</sup> Zo ontstond er een nieuwe middenklasse die westerse ideeën omtrent de consumptiemaatschappij en individualisme omarmden. De stedelijke bevolking groeide, handel nam toe en het aantal toeristen groeide van een paar duizend in 1970 tot wel 12 miljoen per jaar aan het einde van de eeuw.<sup>31</sup> Ook werd de Thaise economie steeds meer blootgesteld aan invloeden van buitenaf en de maatschappij aan internationale smaken en ideeën. Dit kwam doordat mensen steeds meer in aanraking kwamen met beelden en ideeën via satelliet, TV, film en internet. De Thaise overheid was jaren lang het dominante netwerk geweest dat informatie verspreidde, maar nieuwe technologieën en verharde wegen, tourbussen en betere vervoersmiddelen brachten hier verandering in. Thailand werd als het ware kleiner en hierdoor minder afhankelijk van de informatievoorziening vanuit de overheid. Niet alleen internationale media beïnvloedden Thailand, ook de nationale media werden steeds beter in staat om haar maatschappij een spiegel voor te houden. Dit liet echter zien dat de Thaise bevolking niet zo eensgezind was als het eerst dacht. Thailand kende (en kent) vele etniciteiten, een complexe geschiedenis, verschillende religies en sociale ongelijkheid.<sup>32</sup> Dit kwam de laatste jaren steeds meer tot uiting in verscheidene conflicten.

In juni 1998 richtte Thaksin Shinawatra een nieuwe politieke partij op in Thailand: Thai Rak Thai (TRT), wat staat voor 'Thai houdt van Thai'. Thaksin was een succesvolle zakenman die goed uit de economische crisis van 1997 was gekomen. Zijn partij kreeg steun van de zakenwereld die vond dat de staat strenger gecontroleerd moest worden om de globalisering te hanteren. TRT speelde hier slim op in en omarmde dit idee. Thailand zou een sterk en modern land worden, klaar voor de uitdagingen van de volgende eeuw. De partij ging samenwerken met niet-gouvernementele organisaties en activisten van het platteland om een verkiezingsprogramma te maken dat de effecten van de crisis op het platteland erkende.<sup>33</sup> Uiteindelijk kreeg de TRT bij de verkiezingen van 2001 de meerderheid van de stemmen en was de enige andere grote partij De Democratische Partij die in het zuiden haar kiezers behield.<sup>34</sup> Thaksin deed tijdens zijn eerste termijn veel goeds voor de economie van Thailand. Hij bestuurde Thailand zoals hij zijn bedrijven managede en mede hierdoor ging in 2003 de beurskoers scherp omhoog. Thaksin maakte intensief gebruik van de media en trad hard op tegen drugs. Hierdoor raakte hij in de meeste delen van het land ongekend populair voor een Thais politicus. Naarmate hij langer aan de macht was groeide echter de kritiek. Thaksin zou

---

<sup>30</sup> Ibidem: 231.

<sup>31</sup> Ibidem: 232.

<sup>32</sup> Idem.

<sup>33</sup> Ibidem: 263.

<sup>34</sup> Ibidem: 263-266 (Afbeeldingen op 264-265).

corrupt zijn (zijn familiefortuin verdrievoudigde tijdens zijn ambtstermijn) en de media werden gecensureerd.<sup>35</sup> Door zijn populariteit vonden sommige koningsgezinden bovendien dat hij een bedreiging vormde voor de monarchie. Thaksin voelde de dreiging en promoveerde een aantal vrienden en familieleden in het leger waardoor de legertop zich gepasseerd voelde. De eerste zet tegen Thaksin vond plaats in het zuiden. In 2002 had Thaksin in de zuidelijke provincies het leger het bevel ontzegt en de controle aan de politie overgedragen. De acties van de politie in dit gebied, waaronder die tijdens een drugsoorlog in 2003, veroorzaakten een golf van geweld in dit gebied. Bijna dagelijks vonden er aanslagen en moorden plaats. Toen Thaksin in 2005 toch weer de verkiezingen won, werd meteen een andere aanpak geëist waarbij het advies van de koning omtrent 'toegankelijkheid, begrip, en ontwikkeling' centraal stond. Met tegenzin stichtte Thaksin hierop een Nationale Verzoeningscommissie. In 2005 begon een groter deel van de bevolking argwaan te krijgen bij Thaksins populariteit. Een deel van de bevolking was bang dat zij betaalden voor zijn campagne en familiefortuin en dat de middenklasse aan politieke invloed verloor. Nadat een met Thaksin bevriend zakenman probeerde de belangrijkste persgroep te kopen, rebelleerden de media tegen de door de overheid opgelegde restricties en nam de kritiek op Thaksin in de media toe. Perseigenaar Sondhi Limthongkun bekritiseerde hem openlijk op TV en bij demonstraties op straat. Toen Thaksins familie vervolgens eind 2005 hun moederbedrijf verkocht aan Singapore zonder dat hierover belasting werd geïnd, wakte dit veel verontwaardiging op. In het leger gingen steeds meer stemmen op om Thaksin af te zetten door middel van een staatsgreep.<sup>36</sup> Ze wilden dat de koning hem af zou zetten, maar die vond dit 'irrationeel'. Hierop organiseerde Thaksin in april 2006 algemene verkiezingen, maar de oppositiepartijen boycotten de verkiezingen. TRT 'won', maar werd beschuldigd van illegale praktijken. Thaksin moest op audiëntie komen bij de koning en kondigde hierna aan dat hij meer op de achtergrond van de politiek zou treden. Het gerechtshof verklaarde de vorige verkiezingen nietig en in oktober 2006 werden nieuwe gepland. Thaksin hield zich niet aan zijn afspraak en trad weer op de voorgrond. Toen hij 19 september 2006 in New York bij de VN was, pleegde het leger een staatsgreep.<sup>37</sup> Ze wilden de macht van Thaksin neutraliseren, de politieke situatie stabiliseren en de rol van gekozen politici terugdringen. De legerleiders bleken echter ver verwijderd te zijn van de politieke situatie van het land. De maatschappij en de economie waren door de jaren sterk veranderd. De bevolking en buitenlandse bedrijven verwachtten meer van de overheid en de stedelijke aanhang van het leger liep snel terug.<sup>38</sup> Bovendien lieten nieuwe verkiezingen in 2007 zien dat ze de populariteit van Thaksin in het noorden, noordoosten en de periferie van Bangkok hadden onderschat. De democraten wonnen in het zuiden en in centraal

---

<sup>35</sup> Ibidem: 266-267.

<sup>36</sup> Ibidem: 268-269.

<sup>37</sup> Ibidem: 270.

<sup>38</sup> Ibidem: 271.

Bangkok. Er werd een coalitie gevormd en de parlementaire democratie werd hersteld, maar dit bracht geen einde aan het binnenlandse conflict.<sup>39</sup>

Ook tegenwoordig is Thailand nog steeds niet helemaal veilig. De rijksoverheid adviseert Nederlanders om niet naar de vier zuidelijke provincies (Yale, Narathiwat, Pattani en Songkhla), de grensgebieden met Cambodja in de provincies Sisaket en Surin, en de grens met Birma/Myanmar te reizen. In de vier zuidelijke provincies vinden sinds 2004 regelmatig bomaanslagen, brandstichtingen en moordaanslagen op politiekleiders van het land plaats. Hierbij vallen steeds vaker burgerslachtoffers en sinds 2011 neemt het aantal aanslagen weer toe. Bij deze aanslagen vallen bijna iedere dag gewonden en sinds 2004 is het aantal dodelijke slachtoffers opgelopen tot meer dan vierduizend. Van deze slachtoffers komt een klein deel uit het buitenland. Het grensgebied met Cambodja is gevaarlijk omdat de twee landen het niet eens zijn over de grenzen. Aan het begin van 2011 vochten de Thaise en Cambodjaanse legers hier met elkaar, waarbij aan beide kanten militaire- en burgerslachtoffers vielen. Sindsdien is de situatie hier gespannen. Ook bij de grens met Birma/Myanmar kan het onrustig zijn. Dit komt doordat het leger van Myanmar en gewapende etnische groepen hier soms met elkaar vechten. Naast dit advies waarschuwt de Rijksoverheid ook voor terrorisme in Thailand. Plekken waar veel mensen komen kunnen een doelwit zijn voor een aanslag. In 2015 waren er tot nu toe meerdere aanslagen waarbij explosieven waren betrokken. Deze waren in Bangkok (in februari) en op het eiland Koh Samui (in april). Hierbij vielen gewonden.<sup>40</sup> Ook afgelopen mei zijn er in de loop van drie dagen in de zuidelijke provincie Yala ongeveer negenendertig bommen afgegaan waarbij tweeëntwintig mensen gewond zijn geraakt.<sup>41</sup> Vrijdag 22 mei waren er protesten in Bangkok tegen de militaire regering. De regering had demonstraties verboden, maar desondanks gingen mensen de straat op. Tientallen demonstranten werden opgepakt.<sup>42</sup> Het leger nam een jaar geleden op 22 mei opnieuw de macht over van de democratisch gekozen regering van premier Yingluck Shinawatra (zus van Thaksin) die twee weken eerder al door de rechterlijke macht het gezag was onttrokken. Er zijn nieuwe verkiezingen aangekondigd voor 2016.<sup>43</sup>

---

<sup>39</sup> Ibidem: 272-273.

<sup>40</sup> De Nederlandse Rijksoverheid (2015) 'Reisadvies Thailand'. <http://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/reisadviezen/thailand> (7-5-2015). & Trouw (2015) 'Zeven gewonden door bom op Thais eiland Ko Samui'. <http://www.trouw.nl/tr/nl/4496/Buitenland/article/detail/3949142/2015/04/11/Zeven-gewonden-door-bom-op-Thais-eiland-Ko-Samui.dhtml> (19-7-2015).

<sup>41</sup> De Standaard (2015) 'Thailand opgeschrikt door 39 bommen in drie dagen'. [http://www.standaard.be/cnt/dmf20150518\\_01685925](http://www.standaard.be/cnt/dmf20150518_01685925) (3-6-2015).

<sup>42</sup> De Telegraaf (2015) 'Protesten op "verjaardag" junta Thailand'. [http://www.telegraaf.nl/buitenland/24072797/\\_Arrestaties\\_bij\\_protest\\_Thailand\\_.html](http://www.telegraaf.nl/buitenland/24072797/_Arrestaties_bij_protest_Thailand_.html) (3-6-2015).

<sup>43</sup> De Telegraaf (2015) 'Thailand in 2016 naar de stembus'. [http://www.telegraaf.nl/feed/23893576/\\_Thailand\\_in\\_2016\\_naar\\_stembus\\_.html](http://www.telegraaf.nl/feed/23893576/_Thailand_in_2016_naar_stembus_.html) (27-6-2015).

Al met al hebben de globalisering en politieke ontwikkelingen grote onrust teweeggebracht in Thailand. Volgens de rijksoverheid is deze onrust vooral plaatselijk en daarom wordt Nederlanders geadviseerd deze plekken te vermijden, maar wordt reizen naar Thailand in zijn geheel verder niet afgeraden. Deze tegenstrijdigheid en de ontwikkelingen in het land maken Thailand een interessante casus voor onderzoek naar het beeld dat van dit land wordt opgeroepen in online media.

## Het Theoretisch Kader

### De Tourist Gaze

In *The tourist gaze* beargumenteert John Urry dat toeristen op een specifieke manier naar de wereld kijken. Zijn theorie omtrent de tourist gaze is niet alleen gezaghebbend in het onderzoeksveld omtrent toerisme, maar ook erg bruikbaar als onderdeel van het theoretisch kader in dit onderzoek. Hieronder volgt een korte uiteenzetting over hoe de representatie van een land tot stand komt met behulp van de tourist gaze en een aantal andere theorieën uit het boek van Urry. De websites in dit onderzoek zullen geanalyseerd worden aan de hand van deze theorieën.

Volgens Urry is de blik van een toerist vaak enkel gericht op bepaalde aspecten van de wereld. Dit noemt hij de *tourist gaze*. Deze gaze is meestal vooral gericht op specifieke delen van een land zoals (onderdelen van) het landschap of het stadbeeld, een etnische groep, een levensstijl, historische artefacten, recreatie of gewoon zon, zee en strand.<sup>44</sup> Toeristen zien vooral beelden die zijn verbonden aan wat ze zelf willen zien.<sup>45</sup> Deze verwachtingen worden op hun beurt gevoed door verscheidene media, waaronder websites.

Toerisme kent volgens Urry minstens negen karakteristieken. (1) Ten eerste is toerisme een vrijetijdsbesteding die tegengesteld is aan gereguleerd en georganiseerd werk. (2) Daarnaast ontstaan toeristische relaties door de bewegingen van mensen naar plaatsen en hun verblijf aldaar.<sup>46</sup> (3) Verder is het verblijf altijd tijdelijk en op een plek die geen verband houdt met wonen of werk. (4) Dit geldt ook voor de plaatsen die het object zijn van de tourist gaze. Deze hebben geen connectie met werk, maar contrasteren juist met de werkomgeving. (5) Volgens Urry bedrijft een groot deel van de bevolking van moderne samenlevingen dergelijke toeristische praktijken.<sup>47</sup> (6) In punt zes beargumenteert Urry dat plaatsen worden gekozen om naar gekeken te worden omdat er een bepaalde verwachting aan vast zit. Deze verwachting

---

<sup>44</sup> Urry, J. (2002, 2e editie, eerste publicatie 1990) *The tourist gaze*. Londen/Thousand Oaks/New Delhi: Sage Publication: 51.

<sup>45</sup> Ibidem: 3.

<sup>46</sup> Ibidem: 2.

<sup>47</sup> Ibidem: 3.

wordt gewekt door dagdromen en fantaseren over plezier en genot in grotere mate of in een andere vorm dan normaal. Deze fantasieën worden op hun beurt geconstrueerd en in stand gehouden door een veelheid aan non-toeristische praktijken als TV, film, tijdschriften enzovoorts.<sup>48</sup> Oftewel, door de media. Tegenwoordig spelen ook websites een belangrijke rol in het (re)construeren en versterken van deze verwachtingen. (7) De blik van de toerist richt zich op aspecten van het landschap of het stadsbeeld die zich onderscheiden van de alledaagse ervaring. Hier wordt naar gekeken omdat ze anders zijn dan normaal. Het visuele aspect bij deze bezienswaardigheden is veel groter dan de rol van het visuele in het alledaagse leven. Mensen blijven hangen bij deze plaatsen om te blijven kijken. Niet alleen wordt er gekeken, ook wordt de bezienswaardigheid geobjectiveerd en vastgelegd met behulp van foto's, ansichtkaarten, films enzovoorts. Deze media (en online media) zorgen ervoor dat de gaze eindeloos kan worden vastgelegd en gereproduceerd.<sup>49</sup> (8) Volgens Urry wordt de gaze geconstrueerd door tekens. Toerisme betreft onder andere het verzamelen van deze tekens. Een voorbeeld hiervan is wanneer toeristen een koppel zien zoenen in Parijs. Dit is dan het teken voor 'het tijdloze romantische Parijs'. Zoals Culler (1981) schrijft:

the tourist is interested in everything as a sign of itself... All over the world the unsung armies of semioticians, the tourists, are fanning out in search of signs of Frenchness, typical Italian behaviour, exemplary Oriental scenes, typical American thruways, traditional English pubs.<sup>50</sup>

Toeristen zien dus overal tekens. Dit laat zien dat alle toeristen eigenlijk semiotici zijn die het landschap lezen op zoek naar betekenaars (signifiers). Deze betekenaars zijn op hun beurt afgeleid van vooraf vastgestelde noties die het gevolg zijn van verscheidene discoursen omtrent reizen en toerisme.<sup>51</sup> (9) Als laatste is er volgens Urry een grote groep professionals die zich continu bezighouden met het produceren van nieuwe objecten voor de tourist gaze.<sup>52</sup>

De objecten van de tourist gaze kunnen in drie categorieën worden onderverdeeld. Ze kunnen behoren tot de romantische of de collectieve gaze, ze kunnen historisch of modern zijn en ze kunnen als authentiek of in-authentiek worden gepresenteerd.<sup>53</sup> De romantische gaze kwam op aan het einde van de negentiende eeuw. Emotie en sensatie kwamen in deze tijd meer centraal te staan in plaats van het intellect en de individuele hedonistische expressie. Eén van de

---

<sup>48</sup> Idem.

<sup>49</sup> Idem.

<sup>50</sup> Idem.

<sup>51</sup> Ibidem: 12-13.

<sup>52</sup> Ibidem: 3.

<sup>53</sup> Ibidem: 94.



ideeën van de Romantiek was dat de natuur en het landschap emoties teweeg konden brengen. Het waarderen van indrukwekkende bezienswaardigheden kon plezier en voldoening geven.<sup>54</sup> De ongerepte, onverstoorde natuur is dan ook het object van de romantische gaze. Bij deze gaze ligt de nadruk op afzondering, privacy, het persoonlijk en een bijna spirituele relatie met de natuur.<sup>55</sup> Het alternatief op de romantische gaze is de collectieve gaze. Hier is de aanwezigheid van een grote groep mensen juist noodzakelijk omdat deze mensen de sfeer van deze plaatsen juist bepalen. Urry schrijft hierover:

It is other people that make such places. [...] Other people give atmosphere or a sense of carnival to a place. They indicate that this is the place to be and that one should not be elsewhere.<sup>56</sup>

De aanwezigheid van andere toeristen is bepalend voor de aantrekkingskracht van deze plaatsen. Dit is ook het geval bij grote steden. Deze zijn dan ook meestal het onderwerp van de collectieve gaze.<sup>57</sup>

Naast onderwerp van een romantische of een collectieve gaze, zijn de objecten van de toerist gaze ook onder te verdelen in historisch of modern. Tegenwoordig is er sprake van een fascinatie voor het historische. Steeds meer gebouwen en plaatsen worden veranderd in musea of historisch erfgoed en deze plaatsen worden doorgaans goed bezocht.<sup>58</sup> De fascinatie met het historische vindt volgens Urry haar oorsprong in de zeventiende-eeuwse hang naar nostalgie die vandaag de dag lijkt te zijn doorgeslagen.<sup>59</sup> In hoeverre een historische toeristische attractie daadwerkelijk 'authentiek' historisch is, is vaak nog de vraag. Er bestaat geen eenvoudige één op één reconstructie van het verleden. Vaak zijn oude gebouwen het resultaat van samengestelde onderdelen uit verschillende tijden.<sup>60</sup> Wanneer een modern object het onderwerp is van de tourist gaze, betreft het vaak hedendaagse architectuur die speciaal is ontworpen als onderwerp voor de tourist gaze.<sup>61</sup>

Historische authenticiteit is niet de enige vorm van authenticiteit. Er bestaan meerdere theorieën omtrent dit concept. Volgens MacCannell (1999) zijn alle toeristen op zoek naar authenticiteit. Deze zoektocht is een moderne versie van de universele menselijke zoektocht naar het heilige. Hij schrijft: 'The tourist is a kind of contemporary pilgrim, seeking authenticity

---

<sup>54</sup> Ibidem: 20.

<sup>55</sup> Ibidem: 43.

<sup>56</sup> Idem.

<sup>57</sup> Ibidem: 44.

<sup>58</sup> Ibidem: 94.

<sup>59</sup> Ibidem: 95.

<sup>60</sup> Ibidem: 122-123.

<sup>61</sup> Ibidem: 111.

in other 'times' and other 'places' away from that person's everyday life.'<sup>62</sup> Toeristen tonen vaak een specifieke interesse in het 'echte leven' van anderen. Voor hen bezit het leven van anderen een realiteit die ze in hun eigen leven missen. Om deze reden worden de rechten van buitenstaanders om een kijkje te nemen in de werkzaamheden van de moderne maatschappij snel geïnstitutionaliseerd.<sup>63</sup> Deze toeristische plaatsen zijn volgens MacCannell echter georganiseerd rondom 'staged authenticity'. Wat toeristen hier te zien krijgen is niet authentiek omdat het normale leven van mensen alleen te vinden is op de achtergrond waar toeristen niet komen. Deze geconstrueerde toeristische attracties ontwikkelen zich doordat de mensen die het object zijn van de toerist gaze hun alledaagse leven willen beschermen tegen inbreuk van buitenaf en tegelijkertijd willen profiteren van de mogelijkheden die hierdoor ontstaan.<sup>64</sup>

Een ander belangrijk concept dat ingaat op de authentieke ervaring van toeristen is dat van de 'post-toerist van Feifer (1985). Binnen dit concept spelen drie karakteristieken een belangrijke rol. Ten eerste hoeft de post-tourist niet op reis te gaan om de objecten van de tourist gaze te zien. In plaats daarvan kan deze hiernaar kijken met behulp van media als TV en internet. Hiermee kan de post-tourist razendsnel wisselen van object en deze objecten met elkaar vergelijken en contextualiseren. Door het zien van de beelden waant de post-tourist zich op deze plekken.<sup>65</sup> Dankzij de constante beschikbaarheid van de beelden heeft de post-tourist veel minder de illusie dat hij te maken heeft met authenticiteit.<sup>66</sup> Ten tweede is de post-tourist zich bewust van de vele keuzes die hij heeft. Hij kan schakelen van iets informatiefs, naar iets leuks of naar iets moois. 'The world is a stage and the post-tourist can delight in the multitude of games to be played.'<sup>67</sup> Ten derde weet de post-tourist dat hij of zij een toerist is en dat toerisme een spel is zonder een authentieke toeristische ervaring.<sup>68</sup> Hij ontkomt niet aan zijn positie als buitenstaander waardoor hij weet dat hij niet deel kan nemen aan een authentieke gebeurtenis.<sup>69</sup> Ondanks dit bewustzijn doet de post-tourist toch mee aan het toerismespel.

Veel van wat gewaardeerd wordt, is niet de realiteit zelf, maar een representatie daarvan. Eén van de media waarbij dit ook het geval is, is fotografie. Foto's spelen een grote rol in de ervaring van de toerist:

What people 'gaze upon' are ideal representations of the view in question that they have internalised from postcards and guidebooks (and TV programmes and the internet). And

---

<sup>62</sup> Ibidem: 9.

<sup>63</sup> Idem.

<sup>64</sup> Idem.

<sup>65</sup> Ibidem: 90.

<sup>66</sup> Ibidem: 91.

<sup>67</sup> Idem.

<sup>68</sup> Idem.

<sup>69</sup> Idem.

even when they cannot in fact 'see' the natural wonder in question they can still sense it, see it in their mind. And even when the object fails to live up to its representation it is the latter which will stay in people's minds, as what they have really 'seen'.<sup>70</sup>

Vaak is er bij toerisme sprake van een oneindige cirkel. Tijdens een vakantie zoeken mensen namelijk naar de afbeeldingen die ze al gezien hebben in brochures of in TV programma's (of andere media). Als de toerist op vakantie is moeten de bezienswaardigheden gevonden worden en vervolgens vastgelegd voor het eigen gebruik. Uiteindelijk demonstreren de toeristen dat ze er echt zijn geweest door hun versie van de beelden te laten zien die ze zelf al hadden gezien voordat ze gingen.<sup>71</sup> Deze beelden worden verspreid via sociale netwerken en het internet en inspireren op hun beurt weer andere media als foto, film en websites. Foto en film hebben de aard van reizen grotendeels vormgegeven. Ze construeren wat het waard is om te zien en welke beelden en herinneringen mee terug worden genomen. Fotografie doet dit door natuur en maatschappij om te zetten in objecten die voor iedereen te begrijpen zijn.<sup>72</sup>

Ondanks de eerder genoemde kritiek op de tourist gaze is deze theorie nog steeds erg bruikbaar en relevant voor dit onderzoek. De linguïstische en visuele teksten op de websites die worden geanalyseerd zijn immers, in tegenstelling tot de activiteit van het reizen zelf, wel statisch. Het gaat hier niet om de analyse van het reizen zelf, maar om de analyse van websites. Hierbij komt geen fysieke ervaring of een vluchtig karakter kijken. De visuele teksten betreffen vooral foto's en de linguïstische teksten zijn op het moment van analyse niet aan verandering onderhevig. Verder gaat het in dit onderzoek om de representatie van Thailand zoals deze naar voren komt op de websites en niet om de individuele opvattingen van alle ontvangende partijen van de informatie en de verantwoordelijkheid van deze individuen om hun eigen realiteit te construeren.

### **Oriëntalisme en Imperialisme**

De theorieën uit *The tourist gaze* zijn goed te combineren met een ander invloedrijk werk over de representatie van andere landen. Namelijk Edwards Saids *Orientalism* (1978). In *Orientalism* schrijft Edward Said over de wijze waarop het westen in het verleden keek naar de Oriënt (het oosten) en welke vooroordelen en stereotypen hieruit voortkwamen. Hij beschrijft oriëntalisme als een manier om de Oriënt te typeren die gebaseerd is op de plek die de Oriënt inneemt in de westerse ervaring.<sup>73</sup> De Oriënt verschaft het westen van één van de meest terugkerende en

---

<sup>70</sup> Ibidem: 78.

<sup>71</sup> Ibidem: 129.

<sup>72</sup> Idem.

<sup>73</sup> Said, E.W. (2003) *Orientalism*. Londen/New York/Toronto/Dublin/Victoria/New Delhi/Aukland/Johannesburg: Penguin Books: 1.

diepgewortelde beelden van 'de Ander'. Op deze manier heeft de Oriënt geholpen om het westen (vooral Europa) te definiëren als het contrasterende idee (beeld, persoonlijkheid, ervaring) van de Oriënt.<sup>74</sup> De Oriënt is daardoor een integraal onderdeel van de Europese beschaving en cultuur zelf.

Said hanteert een brede definitie van oriëntalisme. Ten eerste is het een label dat wordt gebruikt binnen de academische wereld, ten tweede wordt het gezien als een manier van denken die gebaseerd is op de ontologische en epistemologische distinctie die gemaakt wordt tussen de Oriënt en de Occident, en ten derde als een westerse manier van domineren, re-structureren en gezag uitoefenen over de Oriënt.<sup>75</sup> Uiteindelijk kan oriëntalisme volgens Said gezien worden als een discours gebaseerd op machtsverhoudingen, zoals deze notie is vormgegeven door Michiel Foucault. Het oriëntalisme laat zien hoe de Europese cultuur aan kracht en identiteit won door zich af te zetten van de Oriënt als een soort surrogaat zelf.<sup>76</sup>

De Oriënt werd onder andere gezien als 'gebrekking' en impotent op politiek gebied. Said schrijft:

Faced with the obvious decrepitude and political impotence of the modern Oriental, the European Orientalist found it his duty to rescue some portion of a lost, past classical Oriental grandeur in order to 'facilitate ameliorations' in the present Orient.<sup>77</sup>

De Europeaan zag het als zijn taak om delen van de oude Oriënt te redden en hiermee de geestelijk achterhaalde moderne Oriënt te helpen. Het beeld dat zij hadden bij de oude Oriënt was echter ook gebrekking:

What the European took from the classical Oriental past was a vision (and thousands of facts and artifacts) which only he could employ to the best advantage; to the modern Oriental he gave facilitation and amelioration - and, too, the benefit of his judgement as to what was best for the modern Orient. [...] The Orient, in short, existed as a set of values attached, not to its modern realities, but to a series of valorized contacts it had had with a distant European past.<sup>78</sup>

---

<sup>74</sup> Ibidem: 1-2.

<sup>75</sup> Ibidem: 2-3.

<sup>76</sup> Ibidem: 3.

<sup>77</sup> Ibidem: 79.

<sup>78</sup> Ibidem: 79 & 85.

Uit dit citaat blijkt dat de Europeanen vonden dat de oriëntaalse bevolking niet intelligent genoeg was om beslissingen te nemen over hun eigen regio en daarom het advies van de Europeanen nodig hadden. De Oriënt wordt hier gezien als een rationeel achterstallige regio. Daarnaast werd de moderniteit van de Oriënt ontkend. De Europeanen waren blind voor de moderne aspecten van de oosterse samenlevingen en zagen alleen de rijke, mysterieuze historie van de Oriënt. Hier zijn ook sporen van terug te zien in het hedendaagse toerisme. Toeristen bezoeken tijdens hun reis vaak vele historische bestemmingen als musea, opgravingen en godshuizen. Hierdoor krijgen zij vaak al snel een historisch beeld van een land en cultuur. Wanneer het beeld van een toerist op het verleden van een land is gericht, kan dit ervoor zorgen dat deze de contemporaine cultuur van een land niet opmerkt. Met deze oriëntaalse bril wordt de moderniteit van een land over het hoofd gezien.

Behalve ontologisch achterhaald en premodern wordt de Oriënt volgens Said ook gezien als exotisch, vrouwelijk en seksueel. De westerling kon zijn eigen ideeën projecteren op de Oriënt: 'they sought the invigoration provided by the fabulously antique and the exotic.'<sup>79</sup> De Oriënt vervult als het ware de behoefte van de westerling die op zoek is naar datgene wat in het thuisland gemist wordt. Zo werd de Oriënt ook geassocieerd met een rijkheid aan kleuren, spektakel en mysterie.<sup>80</sup> Wat seksualiteit betreft, was de westerling vooral op zoek naar een ander soort seksualiteit: 'perhaps more libertine and less guilt-ridden'.<sup>81</sup>

Naast het oriëntalisme is Saida's werk over imperialisme ook van belang voor dit onderzoek. In *Culture & Imperialism* (1994) beschrijft hij hoe een cultuur imperialistische vormen en uitingen kan aannemen. Volgens Said kan het imperialisme van een land namelijk niet alleen teruggevonden worden in de politieke en militaire handelingen, maar ook in de culturele uitingen. Hoewel de oude vormen van imperialisme uit de negentiende eeuw verdwenen zijn, schrijft Said dat het imperialisme invloed heeft gehad op de westerse beleving van de wereld.

'[I]mperialism' means the practice, the theory, and the attitudes of a dominating metropolitan centre ruling a distant territory[.] [...] In our time, direct colonialism has largely ended; imperialism, as we shall see, lingers where it has always been, in a kind of general cultural sphere as well as in specific political, ideological, economic, and social practices.<sup>82</sup>

---

<sup>79</sup> Ibidem: 180.

<sup>80</sup> Ibidem: 185.

<sup>81</sup> Ibidem: 190.

<sup>82</sup> Said, E.W. (1993) *Culture & Imperialism*. Londen: Vintage Books: 8.

De invloed van het imperialisme ziet Said terug in het reizen van vandaag de dag. Reizen wordt tegenwoordig vaak in verband gebracht met het ontdekken en veroveren van gebieden zoals dat in de negentiende eeuw werd gedaan. Landkaarten speelden een rol bij deze praktijken en ook vandaag de dag zijn er weinig reizigers die zonder een kaart de wereld intrekken. Dit geldt echter niet voor iedere cultuur. Het imperialistische gedachtegoed is onder andere terug te vinden in het denken in gebieden, inname, verkenning en verovering.<sup>83</sup> Dit komt dan tot uitdrukking in het ervaren van de wereld door middel van kaarten waarin mogelijkheden en ontdekkingsreizen gezien kunnen worden. Kaarten zijn niet alleen handig, maar illustreren ook de machtsverhoudingen tussen twee culturen. Wanneer een kaart reizen naar een gebied makkelijker maakt, dan dient deze kaart als een hulpmiddel om dit gebied fysiek te betreden. Hiermee kan een geografische kaart gezien worden als een middel waardoor de ene cultuur dominant is over de andere. De kaart helpt de één met het betreden van het gebied van de ander, die niet over deze middelen beschikt of hier geen gebruik van maakt. Dit is maar één van de verschillende vormen waarop het imperialisme nog steeds kan doordringen in de westerse cultuur. Ook de nadruk die de toeristenindustrie kan leggen op het 'ontdekken' van nieuwe plaatsen en objecten, laat zien dat het westen nog steeds op een bepaalde wijze banden heeft met een vorm van imperialisme. Dit betekent echter niet dat reizigers niet oprecht geïnteresseerd kunnen zijn in andere landen of culturen.

## De Methode

De methode van dit onderzoek is afgeleid van het boek *Official Tourism Websites: A Discourse Analysis Perspective*. In dit boek wordt gebruik gemaakt van een multimodale discoursanalyse (MDA) om verscheidene casestudies te onderzoeken. De websites die in het boek onderzocht worden zijn, in tegenstelling tot de websites in dit onderzoek, van buitenlandse oorsprong. In *Official Tourism Websites: A Discourse Analysis Perspective* gaat het om de presentatie van een land naar buiten toe en niet om de representatie van dat land op Nederlandse websites. Daarnaast maakt dit boek geen vergelijking tussen de verschillende websites of casestudies. De methode die in dit boek wordt gebruikt om de websites te analyseren is echter wel goed bruikbaar voor dit onderzoek. MDA ziet taal als een sociale praktijk en het internet vormt tegenwoordig een platform voor allerlei sociale activiteiten. Internet werkt uitnodigend voor toeristen die hiermee in staat zijn om plekken te verkennen door middel van websites. Websites bevorderen de interactie met andere toeristen en teksten en zo sporen ze aan tot sociale praktijken.<sup>84</sup> Ook spelen websites op deze manier een grote rol in het creëren van de identiteit

---

<sup>83</sup> Ibidem: 13-15.

<sup>84</sup> Ed. Hallet, R. W. en Kaplan-Weinger, J. (2010) *Official Tourism Websites: A Discourse Analysis Perspective*. Bristol/Buffalo/Toronto: Channel View Publications: 6.

van een land, nog voordat de toerist ernaar afreist. Een identiteit wordt geconstrueerd doordat er bepaalde zaken mee worden geassocieerd en andere zaken juist niet. Die worden geassocieerd met 'de ander'. Taal en beeld spelen beiden een grote rol in de constructie van een identiteit.<sup>85</sup> Daarom is een multimodale analyse noodzakelijk om te onderzoeken welk beeld websites oproepen van een land.

MDA is gebaseerd op 'critical discourse analysis' (CDA). Ook CDA ziet taal als een sociaal fenomeen. Volgens Le (2006) plaatst deze methode teksten in hun context om de functie van het sociale discours dat ze representeren te bepalen.<sup>86</sup> Dit is een interdisciplinaire aanpak met een linguïstische basis die onderzoekt hoe sociale ongelijkheden worden uitgedrukt en overgedragen met taal.<sup>87</sup> Een van de functies van toerisme binnen CDA is het construeren en promoten van gemeenschappen en landen zodat deze belangrijk lijken voor individuen, steden en het welzijn van de wereld. Websites horen tot de kanalen waarmee het beeld wordt bewerkstelligd dat toerisme creëert van een land of samenleving.<sup>88</sup>

Het internet heeft interactie tussen toeristen en plaatsen mogelijk gemaakt en daardoor een mediërende rol gekregen in de toeristische ervaring en de constructie van de toeristische identiteit.<sup>89</sup> Dit onderzoek zal zowel een linguïstische als een visuele analyse toepassen op de websites. Beiden dragen betekenis over op een denotatief en connotatief niveau. Woord en beeld hebben dus zowel een directe, concrete betekenis, als een voorstelling of bijbetekenis die hieraan is verbonden. Eerdere linguïstische en visuele analyses hebben al laten zien dat toerisme een opzichzelfstaand discours heeft.<sup>90</sup> Multimodale discoursanalyse incorporeert een visuele semiotische analyse en een kritische discoursanalyse. Door een analyse die focust op zowel het visuele als het linguïstische zorgt een multimodale aanpak voor een diepgaand onderzoek naar de beeldvorming van de Thaise identiteit in Nederland. Het startpunt van deze methode is de traditionele semiotische analyse met het teken dat bestaat uit het betekende en de betekenaar.<sup>91</sup> Hierin is het betekende het idee of concept dat het teken oproept en de betekenaar de vorm van het teken (het daadwerkelijke woord of beeld).<sup>92</sup> Het teken is de som van het betekende en de betekenaar. Volgens Barthes (1978: 14) heeft ieder betekende een denotatief en een connotatief betekende. In de denotatie gaat het om de scène zelf, de letterlijke realiteit.<sup>93</sup>

---

<sup>85</sup> Ibidem: 6-7.

<sup>86</sup> Ibidem: 7.

<sup>87</sup> Idem.

<sup>88</sup> Idem.

<sup>89</sup> Ibidem: 8.

<sup>90</sup> Idem.

<sup>91</sup> Ibidem: 11.

<sup>92</sup> Ed. Hall, S. en Evans, J. en Nixon, S. (2013) *Representation*. Los Angeles/Londen/New Delhi/Singapore/Washington DC: Sage Publications: 16.

<sup>93</sup> Ed. Hallet, R. W. en Kaplan-Weinger, J. (2010) *Official Tourism Websites: A Discourse Analysis Perspective*. Bristol/Buffalo/Toronto: Channel View Publications: 11.

Over het algemeen is er consensus over de denotatie. Bij de connotatie wordt het teken geïnterpreteerd binnen een groter sociaal ideologisch kader.<sup>94</sup> Hannam en Knox (2005: 25) schrijven hierover:

The value of semiotic analysis is in fact that it recognizes that there are usually several layers of meaning within any textual or visual analysis and that there are usually arbitrary but bound by particular cultural contexts. Thus, a semiotic approach encourages greater depth of analysis beyond the obvious or the literal to reveal the indirect and often unintentional levels of meaning in any text.<sup>95</sup>

De linguïstische analyse begint met de structurering van de website. Welke informatie is er te vinden op de website en wat valt hieraan op? Daarna wordt gekeken naar de tekst zelf. Wat wordt er juist wel of niet geschreven over de veiligheid in Thailand en Thailand als vakantieland op denotatief niveau? Wat zegt dit over het beeld dat de websites van Thailand overbrengen op connotatief niveau? Op denotatief niveau zullen de theorieën over de tourist gaze en het oriëntalisme en imperialisme goed van pas komen. Na de linguïstische analyse volgt de visuele analyse. Hierin zullen de afbeeldingen op de website op dezelfde levels worden geanalyseerd als de tekst. Wat staat er op de afbeelding en wat zegt dit? Uiteindelijk wordt ook gekeken naar hoe tekst en beeld zich tot elkaar verhouden.

## **De Opbouw**

De hoofdstukken in dit onderzoek zullen achtereenvolgens de eerder genoemde deelvragen beantwoorden. Het eerste hoofdstuk zal kijken welk beeld officiële websites geven van contemporain Thailand, het tweede hoofdstuk zal kijken welk beeld de websites van reisaanbieders geven van contemporain Thailand en het derde hoofdstuk zal kijken welk beeld blogs geven van contemporain Thailand. In ieder hoofdstuk zal een onderverdeling gemaakt worden tussen de linguïstische en de visuele analyse. Aan het eind van ieder hoofdstuk zal een tussenconclusie gegeven worden die antwoord geeft op de desbetreffende deelvraag. Deze tussenconclusies zullen in de eindconclusie met elkaar worden vergeleken. Welke zaken staan centraal bij welke websites? Geven ze een eenduidig beeld van Thailand of zijn er opvallende verschillen te ontdekken in de representatie? Uiteindelijk zal de hoofdvraag beantwoord worden: welk beeld geven toeristenwebsites in Nederland van contemporain Thailand?

---

<sup>94</sup> Ed. Hall, S. en Evans, J. en Nixon, S. (2013) *Representation*. Los Angeles/Londen/New Delhi/Singapore/Washington DC: Sage Publications: 23-24.

<sup>95</sup> Ed. Hallet, R. W. en Kaplan-Weinger, J. (2010) *Official Tourism Websites: A Discourse Analysis Perspective*. Bristol/Buffalo/Toronto: Channel View Publications: 12.



Daarnaast zal in de conclusie een blik worden geworpen op vragen en eventuele vervolgonderzoeken die uit deze analyse voort zijn gekomen. Verder zal hier aandacht worden besteed aan de moeilijkheden die in dit onderzoek een rol hebben gespeeld.

# Hoofdstuk 1: Officiële Websites

Voordat toeristen op vakantie gaan, doen ze er verstandig aan om informatie in te winnen bij officiële instanties. Deze hebben als functie om de reiziger objectieve informatie over het vakantieland te verschaffen. Het beeld dat ze overbrengen is echter nooit helemaal neutraal, maar gekleurd door de desbetreffende instantie. Met de opkomst van steeds meer nieuwe media is het van belang bewust te blijven van het beeld dat media, zoals websites, overbrengen. Voor het beeld dat wij hebben van verre landen is dit bewustzijn van groot belang. In dit hoofdstuk zal daarom de volgende vraag centraal staan: welk beeld geven officiële websites van contemporair Thailand? Om hier achter te komen zal in dit hoofdstuk eerst een linguïstische analyse en daarna een visuele analyse worden gemaakt van vier websites. De vier officiële websites die in dit hoofdstuk centraal staan zijn de websites van de Nederlandse rijksoverheid, de ANWB, het Thaise consulaat en de Thaise ambassade in Nederland. Aan het einde van dit hoofdstuk zullen de analyses met elkaar worden vergeleken om een concrete weergave te krijgen van het beeld dat de officiële websites scheppen van Thailand.

## Linguïstische Analyse

### Nederlandse Rijksoverheid

<http://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/reisadviezen/thailand>

Wanneer toeristen zich voorbereiden op een reis naar Thailand doen ze er verstandig aan eerst het reisadvies van de Nederlandse overheid te controleren. De webpagina telt verscheidene kopjes waaronder informatie te vinden is. Deze zijn: 'Informatie vooraf', 'De laatste ontwikkelingen', 'Algemeen', 'Onveilige gebieden', 'Criminaliteit', 'Terrorisme', 'Blijf bereikbaar in noodsituaties', 'Gezondheid', 'Natuurgeweld', 'Reisdocumenten en visa', 'Tips van de ambassade' en 'Wijs op reis'. Uit deze kopjes blijkt dat de veiligheid van de Nederlandse reiziger voor de overheid centraal staat. De website geeft geen informatie over de Thaise cultuur. Onder 'Informatie vooraf' staat dan ook 'Het hoofddoel is u te informeren over de veiligheid in een land. Daarnaast staan er een aantal algemene en praktische tips in het reisadvies.' Verder lijkt het erop dat de Nederlandse overheid het vertrouwen van de lezer wil winnen door naar een aantal instanties te verwijzen: 'Dit reisadvies is gebaseerd op informatie van de Nederlandse ambassade in Bangkok, inlichtingendiensten, vertegenwoordigingen van andere landen, lokale autoriteiten, bedrijven en andere organisaties.' De betrouwbaarheid en objectiviteit van de website zou hiermee gegarandeerd moeten worden.

Opvallend is verder het eerste kopje onder 'Algemeen': 'Demonstraties'. Hieronder wordt gewaarschuwd voor demonstraties omdat deze tot geweld kunnen leiden en wordt de reiziger geadviseerd demonstraties te vermijden en op de hoogte te blijven van actuele ontwikkelingen.

Hierna komt informatie over de slechte verkeersveiligheid, de alarmnummers en de Nederlandse ambassade in Bangkok. Uit deze volgorde kan opgemaakt worden dat demonstraties volgens de Nederlandse overheid een groot risico zijn voor de veiligheid van de reiziger.

De website noemt vier onveilige gebieden waar de Nederlandse reiziger alleen als het noodzakelijk is naartoe zou moeten gaan. Dit zijn in de volgorde van de website: 'De 4 zuidelijke provincies van Thailand: Yale, Narathiwat, Pattani, Songkhla; het grensgebied met Cambodja in de provincie Sisaket; Het grensgebied met Cambodja in de provincie Surin; de noordelijke en noordwestelijke Thaise grens met Birma/Myanmar.' Opvallend is de relatief uitgebreide beschrijving van de onrust in het zuiden in vergelijking met de kortere beschrijvingen van de onrust in de grensgebieden. Over de situatie in het zuiden wordt het volgende geschreven:

Sinds 2004 zijn er in de 4 zuidelijke provincies regelmatig aanslagen. Het gaat om bomaanslagen, brandstichtingen en moordaanslagen op bestuurders van het land. Steeds vaker zijn ook burgers het slachtoffer. Sinds 2011 neemt het aantal aanslagen toe. Er vallen bijna dagelijks (dodelijke) slachtoffers. Sinds 2004 zijn er al meer dan 4.000 mensen omgekomen. Een klein deel van deze mensen komt uit het buitenland. Reis in deze provincies niet met de trein.

Waarschijnlijk zit het verschil hem vooral in het feit dat bij de onrust in het zuiden ook buitenlandse mensen het slachtoffer zijn geworden, terwijl het in de grensgebieden met Cambodja en Birma/Myanmar gaat om Thaise militairen en burgers. Ook wanneer hier gekeken wordt naar de volgorde van de onveilige gebieden, lijkt het er op dat het binnenlandse conflict in Thailand de grootste onveiligheid veroorzaakt omdat dit als eerste wordt genoemd, net als bij 'demonstraties'. De informatie onder het kopje 'Terrorisme' draagt ook bij aan het beeld van een onrustig Thailand. Hier wordt gewezen op twee recente aanslagen in 2015 op het eiland Koh Samui en in Bangkok. Daarnaast wijst de overheid de reiziger hier op veiligheidsrisico's die drukke plaatsen met zich meebrengen omdat deze het doelwit kunnen zijn van een aanslag. Verder knijpt de website ook geen oog toe voor de criminaliteit in Thailand. De Rijksoverheid vermeldt dat politieagenten in Thailand regelmatig met criminelen samenwerken.

De website van de Rijksoverheid spreekt haar bezoekers aan met 'u'. Deze beleefdheidsvorm draagt bij aan het officiële karakter van de website. Daarnaast ontstaat er door deze aanspreekvorm een directe relatie tussen de website en de lezer. De Nederlandse Rijksoverheid lijkt betrokken te zijn met de Nederlandse reiziger en wil niet dat deze in de problemen komt. Tegelijkertijd ontdoet de Rijksoverheid zich echter van enige vorm van aansprakelijkheid. Onder 'Informatie vooraf' staat: "De staat aanvaardt geen aansprakelijkheid voor

eventuele schade die ontstaat door gebruik van dit reisadvies. U blijft zelf verantwoordelijk voor uw eigen veiligheid en beslissing om wel of niet te reizen.' Waarschijnlijk wil de Rijksoverheid niet dat Nederlandse reizigers in onveilige situaties terecht komen omdat zij ten dele zelf zullen moeten opdraven voor de consequenties. Dit kan ook een reden zijn voor de nadruk die in de tekst gelegd wordt op de onrust in Thailand. De toon van de tekst is verder objectief. Alle informatie die wordt gegeven, kan worden nagetrokken en er komt geen enkele keer een mening naar voren uit de tekst. Het is de inhoud van de tekst die de zorgelijke toon van de website bewerkstelligt.

Het is duidelijk dat de website van de Nederlandse overheid niet blind is voor de onrust in Thailand. Sterker nog, doordat bij het reisadvies de veiligheid van de Nederlandse reiziger voorop staat, lijkt er een focus te zijn op deze onrust. Wanneer gekeken wordt naar wat er over Thailand wordt geschreven, is er op de website van de Nederlandse overheid geen sprake van een tourist gaze of een oriëntaalse of imperialistische blik. De website focust niet op typische aspecten van het Thaise landschap of de Thaise cultuur, maar op de veiligheid in het land. Het beeld dat van Thailand wordt geschept is dus ook niet dat van een geestelijk achterhaalde, seksuele, vrouwelijke, exotische regio. Wel kan uit de tekst worden opgemaakt dat het land politiek niet erg sterk is vanwege de onrust in het land en de corrupte politie. Uit de Thaise geschiedenis kan echter worden opgemerkt dat dit beeld klopt en niet berust op imperialistische beeldvorming. Ook het beeld dat de Nederlandse overheid geeft, is echter gekleurd vanuit Nederlands perspectief. Volgens Urry wordt iedere gaze geconstrueerd door middel van verschil.<sup>96</sup> Nederlanders zullen een ander beeld van Thailand hebben dan de mensen uit een buurland als Laos. De verschillen tussen Nederland en Thailand zijn groter en hierdoor zal Thailand in de ogen van de Nederlander dan ook onveiliger lijken. Daarnaast heeft de Nederlandse overheid er belang bij wanneer haar reizigers niet in de problemen komen. Ook bij officiële websites moet dus worden stilgestaan bij de objectiviteit van de website.

## **ANWB**

<http://www.anwb.nl/vakantie/azie/thailand/informatie>

Naast het reisadvies van de Nederlandse overheid is het ook verstandig om de website van de Koninklijke Nederlandse Toeristenbond ANWB te raadplegen. De informatie op de pagina over Thailand is onderverdeeld in vier kopjes: 'Thailand', 'Vooraf', 'Onderweg' en 'Na aankomst'. Onder deze vier passeren vele tussenkoppen de revue. De meest relevante informatie voor dit onderzoek is te vinden onder 'Thailand'. Hier vindt de bezoeker allerlei informatie over de Thaise cultuur en tips over wat ze kunnen doen of bezoeken.

---

<sup>96</sup> Urry, J. (2002, 2e editie, eerste publicatie 1990) *The tourist gaze*. Londen/Thousand Oaks/New Delhi: Sage Publication: 1.

Een terugkerend thema op deze pagina is het vermaak dat in Thailand te vinden is. Zo staat onder 'Attracties en evenementen':

Wees er bij het kiezen van een 'show' of 'theater' op bedacht dat Thailand een 'mannenparadijs' wordt genoemd; sommige voorstellingen bieden pikante zaken die u wellicht niet had verwacht.

Deze formulering is erg ontwijkend. Wat wordt er precies bedoeld met '*pikante* zaken die u *wellicht* niet had verwacht'? Dit wordt niet verder uitgelegd, maar door het lezen van de hele pagina krijgt de bezoeker wel steeds een duidelijker beeld. De plaats Pattaya wordt een aantal keer genoemd in de tekst. Hier zijn 'travestieshows in het Alcazar en de Tiffany', is sprake van 'een grote variëteit van gewoon en "ongewoon" vermaak' en hiermee wordt ook het 'wat minder fatsoenlijke' bedoeld (een aantal citaten uit de tekst). De toon waarop over deze shows en vormen van vermaak geschreven wordt is erg luchtig. Een deel van deze shows zullen plaatsvinden in stripclubs waar meer gebeurt dan alleen het weggeven van shows. Thailand staat in het westen immers ook bekend om sekstoerisme.<sup>97</sup> Dit staat hier echter niet geschreven. De ANWB noemt alleen de mogelijkheden voor het bezoeken van dergelijke vormen van vermaak. Wat ook opvalt is hoe vaak deze vormen van vermaak genoemd worden over de hele pagina. Door de nadruk te leggen op het 'vermakelijke' krijgt de lezer een heel seksueel en oriëntaals beeld van Thailand. Dit was anders geweest als de website meer had geschreven over de negatieve aspecten van deze industrie.

Een ander opvallend stuk tekst staat onder 'Dorpen en steden':

Er is nog steeds een groot verschil tussen het leven in de grote steden en toeristencentra en de dorpjes op het platteland in de noordelijke gebieden. Hoewel gsm en internet ook hier zijn gearriveerd, houden de oude tradities en denkbeelden de overhand: de verplichte bijdrage aan de tempelbouw, de huizenbouw op palen, de positie van de monniken in de dorpshiërarchie, het gebruik van hoge aardewerken kruiken als wateropslagplaats. Een reis naar Thailand is pas 'af' als u een Thais dorp hebt bezocht.

Het lijkt er hier op dat de reiziger pas echt 'authentiek' Thailand heeft bezocht als hij naar een dorp is geweest. Een dorp waar de oude tradities, denkbeelden en gebruiken de overhand hebben. De tekst plaatst geen vraagtekens bij de authenticiteit van wat de bezoeker hier zal zien, maar raadt het wel aan voor een compleet beeld van Thailand. Een authentiek beeld van

---

<sup>97</sup> Ibidem: 56.

Thailand is echter een illusie. De toerist ontkomt niet aan zijn positie als buitenstaander en is daardoor niet in staat om deel te nemen aan een authentieke gebeurtenis.<sup>98</sup> Op een opmerking over de grote verschillen tussen arm en rijk na lijkt het erop alsof de ANWB blind is voor sommige zaken. Dat het Thaise platteland hier wordt neergezet als een gebied dat achterloopt op de steden en ook op de westerse norm, wordt bewust of onbewust over het hoofd gezien. Dit beeld van een geestelijk achterhaalde regio is vrij oriëntaals.

Een andere vorm van vermaak die een aantal keer naar voren komt, betreft dieren en met name olifanten. Onder 'Bezienswaardigheden' staat 'In Samut Prakan ziet u niet alleen krokodillen, maar ook witte tijgers en veel andere dieren, inclusief een olifantenshow' en onder 'Attracties en evenementen' wordt twee keer bij verschillende olifantendorpen een rit op de rug van een olifant aangeraden. Over hoe de olifanten behandeld worden, wordt niets geschreven. Ook hier is de informatie van de ANWB onvolledig en naïef. Intentioneel of niet, de website is hier door haar tourist gaze blind voor dierenleed en ziet overal alleen de leuke en positieve kanten van in.

Met de tekst van de Nederlandse overheid in het achterhoofd zijn de volgende twee tips van de ANWB redelijk vreemd. Ten eerste wordt een bezoek aan 'de gouden driehoek' aangeraden: het drielandpunt van Myanmar, Thailand en Laos. Dit is echter één van de gebieden waar je volgens de Nederlandse overheid niet naartoe zou moeten gaan vanwege de onrust aan de grens van Myanmar. Hetzelfde geldt voor een tempelcomplex aan de oostgrens dat vlakbij het afgeraden gebied aan de Cambodjaanse grens ligt. Door deze constatering kunnen vraagtekens geplaatst worden bij de informatie op de website van de ANWB. Tegelijkertijd verwijst de website van de ANWB onder 'Veiligheid' echter naar de website van de Rijksoverheid voor het reisadvies van het Ministerie van Buitenlandse zaken. Dit komt het informatieve karakter van de website ten goede. Opvallend is wel dat het kopje 'Veiligheid' onder het kopje 'Na aankomst' valt en dat hier alleen vermeld wordt dat de reisadviezen gegeven kunnen worden 'tijdens' het verblijf in het buitenland. Het is logischer om een reisadvies ook al voor vertrek te raadplegen.

Verder wordt er op de website van de ANWB twee keer op impliciete wijze iets geschreven over de contemporaine onrust in Thailand. Onder het kopje 'Kunst en cultuur' staat 'De vorming van een moderne staat wordt sinds de Tweede Wereldoorlog steeds bemoeilijkt door binnenlandse onrust' en onder het kopje 'Internet' onder 'Vooraf' staat 'De overheid laat sommige sites om politieke redenen of vanwege illegale activiteiten blokkeren'. Meer dan dit wordt er niet geschreven over de huidige onrust in het land. Het eiland Koh Samui wordt zelfs

---

<sup>98</sup> Ibidem: 90-91.

een aantal keer genoemd als vakantiebestemming, zonder dat hierbij vermeld wordt dat hier in april nog een bomaanslag plaatsvond waarbij gewonden vielen.

Op de website van de ANWB wordt de bezoeker soms wel en soms niet expliciet aangesproken met 'u'. Het gebruik van 'u' in de beschrijvingen lijkt willekeurig, maar wanneer 'u' wordt gebruikt, klinkt dit beleefd. Het zorgt voor een directe en meer persoonlijke relatie met de lezer dan wanneer de lezer onaangesproken blijft, zoals bij de beschrijving van Ang Thong: 'Het natuurpark Ang Thong is een relatief onaangetaast natuurgebied, goed per kajak te bevaren. Vanuit Kam Sui prima te bereiken.'. Daarnaast maakt de lezer in sommige beschrijvingen actief deel uit van de handelingen: 'Lopend en op een vlot ziet u bij zonsondergang gierzwaluwen én vleermuizen'. De tekst neemt de lezer hier als het ware mee op excursie. Ook is de toon van de tekst vaak enthousiaster en minder objectief. Er worden in de tekst veel uitspraken gedaan die niet worden onderbouwt en waardeoordelen als 'leuk', 'mooi', 'goed', 'interessant' en 'bijzonder' komen regelmatig terug in de tekst. Een voorbeeld hiervan is:

'Een middag in de dierentuin van Chiang Mai is voor jong en oud de moeite waard. De buffelgevechten op Ko Samui zijn een opwindende belevenis en voor grotere kinderen is een bezoek aan de Kwaibrug zeker interessant.'

Verder staat er hier en daar een typefout in de tekst: 'Een rit op de rug van een olifant is hoogtepunt van informatief bezoek aan het Olifantendorp'. De woorden 'het' en 'een' worden hier vergeten. Dit oogt wat slordig en past niet bij de informatievoorziening van een officiële website.

Al met al komt de onrust in Thailand op zeer impliciete wijze aan bod op de website van de ANWB. Wat echter vooral opvalt, is dat de ANWB blind lijkt voor veel van de negatieve aspecten van het toerisme in Thailand. In veel van de beschrijvingen komt een tourist gaze naar voren die niet stilstaat bij zaken als dierenleed of sekstoerisme. Thailand wordt hier vooral neergezet als 'leuk' vakantieoord. De slordigheden in de tekst dragen daarnaast niet bij aan een goed beeld van de website.

### **Thaise Consulaat in Nederland**

<http://www.royalthaiconsulateamsterdam.nl/>

De website van het Thaise consulaat in Amsterdam maakt een onderverdeling in 'Home', 'Over ons', 'Visa service', 'Nieuws', 'Faqs', 'Over Thailand', 'Links' en 'Contactgegevens'. Wanneer de bezoeker naar 'Over Thailand' gaat, volgen de kopjes 'De koninklijke familie' en 'Algemene informatie'. Hierna treedt echter een probleem op want wanneer de bezoeker hierop klikt verschijnt er geen verdere informatie. De website lijkt niet naar behoren te functioneren en ook het veranderen van de taal naar Engels of Thais laat geen tekst verschijnen. Dit roept bij de

bezoeker van de website vragen op. Is er misschien sprake van geldgebrek en kan de site niet onderhouden worden? Wanneer gemaild wordt naar het e-mailadres [info@thaiconsulate-amsterdam.org](mailto:info@thaiconsulate-amsterdam.org) dat onder 'Contactgegevens' staat, komt er nooit een antwoord. Een onbemande website als gevolg van geldgebrek lijkt waarschijnlijk, maar het is moeilijk om conclusies te verbinden aan een gebrek aan informatie. In ieder geval zal de bezoeker van de website zich afvragen waarom er geen informatie beschikbaar is over Thailand.

### **Thaise Ambassade in Nederland**

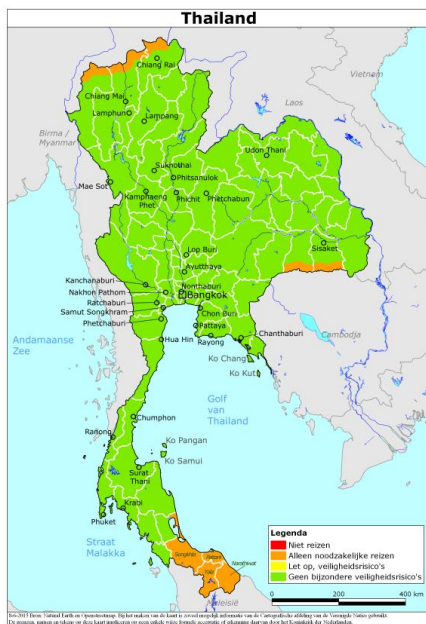
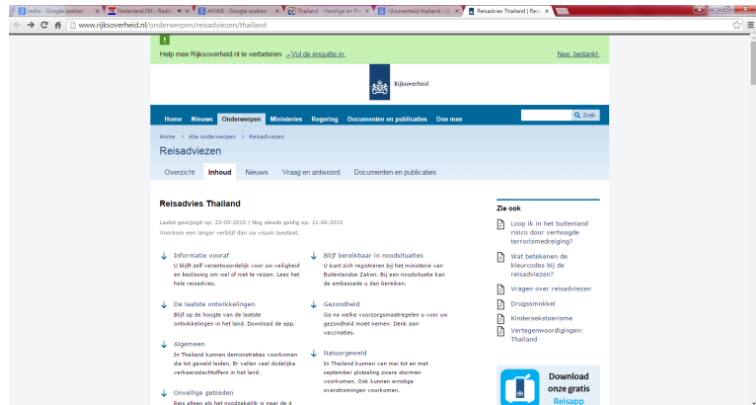
<http://www.thaiembassy.org/hague/th/home>

De website van de Thaise ambassade is niet in het Nederlands, maar in het Engels en het Thais. De website kent de volgende pagina's: 'Home', 'About Thailand', 'Thai-Dutch Relations', 'Events in Thailand', 'What's New', 'Thailand and the Courts', 'The Embassy', 'Team Thailand', 'VISA Service', 'Consular Service' en 'Link'. Hoewel de bezoeker de mogelijkheid heeft om de website geheel in het Engels te lezen, werkt deze optie niet. De website blijft in dat geval helemaal wit. De Thais-talige website is een mengeling van Engelse kopjes en Thaise informatie. Wanneer op links geklikt wordt, is de informatie eveneens in het Thais of verschijnt er een 'error' op het beeldscherm. Ook hier roept het gebrek aan informatie in een taal die voor de gemiddelde Nederlander te begrijpen is, vragen op. Op een e-mail naar [thaiembassy.thehague@gmail.com](mailto:thaiembassy.thehague@gmail.com) komt nooit antwoord en dus blijft de bezoeker met vragen achter. De data op de website zijn echter recent en het lijkt er dus op dat de website wel tot op zekere hoogte wordt bijgehouden.



# Visuele Analyse

## Nederlandse Rijksoverheid



Afbeelding 1: kaart met het reisadvies van de Nederlandse Overheid

Afbeelding 2: de website van de Nederlandse Rijksoverheid

Er staat slechts één afbeelding op de pagina van de Nederlandse overheid met het reisadvies over Thailand en dat is bovenstaande kaart. Waarschijnlijk is ervoor een kaart gekozen en niet voor het toevoegen van andere afbeeldingen omdat deze het objectieve karakter van de website niet ten goede zouden komen. Daarnaast maakt de website van de Rijksoverheid sowieso weinig gebruik van afbeeldingen omdat dit niet past bij de lay-out van de website van de overheid. Een afbeelding is makkelijker fout te interpreteren dan een kaart met een legenda. Verder geeft de kaart meteen een duidelijk beeld van het reisadvies over Thailand. Wat opvalt aan de kaart na het lezen van de tekst, is dat het grootste deel van de kaart gewoon helemaal groen is. Doordat de focus in de tekst op de onrust in Thailand ligt, zou de lezer bijna vergeten dat het grootste deel van Thailand (volgens de Nederlandse overheid) veilig is voor reizigers. Het kaartje relativeert zo de informatie uit de tekst. Bovendien staat dit kaartje bovenaan de pagina

waardoor de lezer dit beeld kan meenemen alvorens deze begint met het lezen van de informatie.

Hoewel kaarten imperialistisch van aard kunnen zijn, is dat bij deze kaart nog maar de vraag. Deze kaart vertelt de bezoeker immers niet alleen waar hij wel naartoe mag gaan, maar ook vooral waar deze niet naartoe zou moeten gaan. Daarnaast kan hier bepleit worden dat, hoewel een kaart de betreding van een gebied kan vergemakkelijken, deze functie bij deze kaart zeer beperkt is gebleven. Er staan geen wegen of routes op de kaart die het gebied makkelijker te betreden maken voor de buitenlander. Al met al lijkt het erop dat tekst en beeld samen een redelijk objectief beeld geven van de veiligheidssituatie in Thailand.

## ANWB

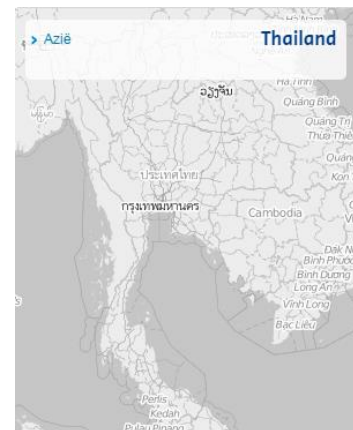


Afbeelding 3: de website van de ANWB

Op de website van de ANWB staat één afbeelding van Thailand in de lopende tekst. Wanneer gekeken wordt naar het denotatieve niveau van deze foto, ziet de bezoeker van de website in eerste instantie alleen een gebouw licht afsteken tegen een donker gekleurde hemel. Op connotatief niveau is de bezoeker echter in staat een stuk meer te zien. Omdat de pagina over Thailand gaat, weet de bezoeker waarschijnlijk dat het gebouw een boeddhistische tempel is. De gele kleur waarin de tempel oplicht, levert bovendien connotaties op met goud en als gevolg daarvan een rijke religieuze cultuur. Verder is de kleur van de lucht erg belangrijk in deze foto. De blauwe en roze kleuren laten de bezoeker denken aan een zwoele zomeravond in een warm land waar de zon ondergaat. Deze kleuren en het idee van een ondergaande zon geven de foto een romantische en exotische uitstraling. Al met al geeft deze foto de bezoeker dus het idee dat Thailand een warm, romantisch land is met een rijke boeddhistische cultuur. Het zegt niets over de onrust in het land, de conflictgebieden of andere negatieve zaken. Daarentegen zet de foto Thailand vrij romantisch en exotisch neer. Op de website van de ANWB is deze foto het eerste

dat de bezoeker ziet. Hierdoor is deze afbeelding van groot belang voor de eerste indruk van de bezoeker over Thailand.

Verder staat ook op deze website een kaartje van Thailand. Dit kaartje is echter erg onduidelijk. De grenzen van de Zuidoost-Aziatische landen zijn niet duidelijk aangegeven en ook plaatsen en wegen ontbreken. Bovendien is de tekst (waarschijnlijk) in het Thais en daardoor voor de gemiddelde Nederlander onbegrijpelijk. Dit kaartje is dan ook niet behulpzaam wanneer iemand naar dit gebied zou willen reizen.



Afbeelding 4: kaart van Thailand op de website van de ANWB

Helemaal onderaan de pagina biedt de ANWB een aantal reizen aan. Deze reizen worden aangeprezen door middel van afbeeldingen. Hierop staan met name resorts zoals op de eerste onderstaande afbeelding. Deze resorts liggen aan het strand en er is geen mens te bekennen.



Afbeeldingen 5 en 6: leeg resort en strand

Dit wekt een rustgevende indruk op bij de toerist die zich door de foto's alleen op de wereld waant. Urry schrijft over foto's:

photographs are the outcome of an active signifying practice in which those taking the photo select, structure and shape what is going to be taken. In particular there is the attempt to construct idealised images which beautify the object being photographed. [...] professional photographers actively construct aestheticized images [...] devoid of cars, people, bad weather, litter and so on.<sup>99</sup>

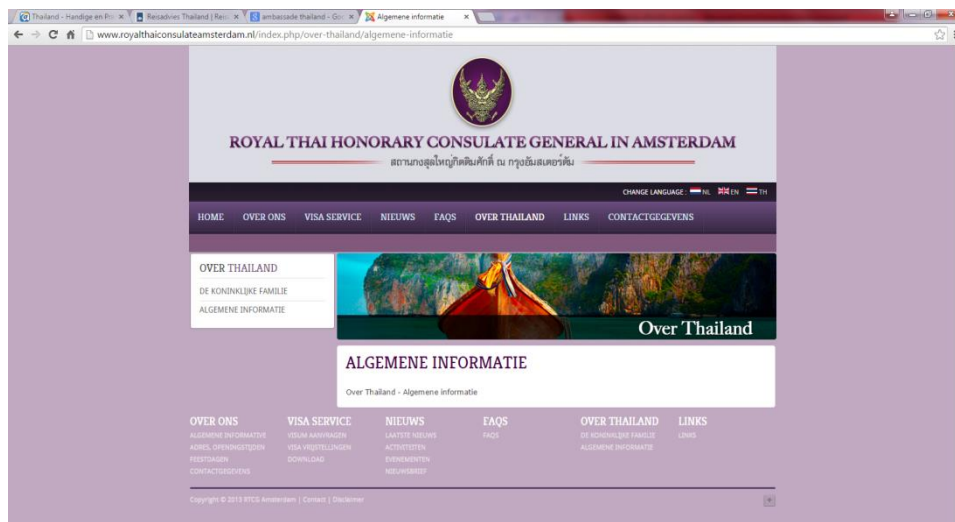
Ook onderstaande afbeeldingen zijn geïdealiseerde representaties van de resorts en het Thaise strand. Ze geven de toerist het beeld dat deze wil zien en dat de toerist op zijn beurt weer zal reproduceren. Er is hier sprake van romantische gazed waarbij de persoonlijke relatie met het

---

<sup>99</sup> Ibidem: 128.

object van de gaze centraal staat en een grote groep aanwezige buitenstaanders niet wordt gewaardeerd.<sup>100</sup> De toeristenindustrie maakt vaak gebruik van deze romantische gaze en ook de website van de ANWB ontkomt er niet aan. Al met al zijn de afbeeldingen op de website van de ANWB beïnvloed door de tourist gaze en geven ze geen compleet beeld van Thailand. Ze dragen dan ook niet bij aan het relativeren van de tekst.

### Thaise Consulaat in Nederland



Afbeelding 7: de website van het Thaise consulaat in Nederland

Het eerste dat opvalt aan de website van het Thaise consulaat, is de overheersend paarse kleur. Dit is immers geen gangbare kleur en ook niet één van de kleuren van de Thaise vlag (rood, wit, blauw, wit, rood). Het kan echter goed zo zijn dat deze kleur iets te maken heeft met de zestigste verjaardag van de prinses van Thailand. Haar verjaardag wordt een jaar lang gevierd. Kleuren zijn erg belangrijk in Thailand en iedere dag van de week heeft dan ook haar eigen kleur. De prinses is geboren op een zaterdag en bij zaterdag hoort de kleur paars. De regering van Thailand heeft de bevolking gevraagd om paarse T-shirts te dragen ter ere van de verjaardag van de prinses.<sup>101</sup> Dit zou ook wel eens de reden kunnen zijn voor de paars gekleurde website. Als dit inderdaad zo is, laat dit zien dat het Thaise consulaat in Nederland de wens van de regering respecteert. Dit lijkt waarschijnlijk omdat op de homepagina een foto staat van het koningspaar:

<sup>100</sup> Ibidem: 150.

<sup>101</sup> Redactie (2015) 'Thailand viert 60<sup>ste</sup> verjaardag prinses Sirindhorn', op: *Hier is Thailand*. <http://www.hieristhailand.nl/thailand-viert-60ste-verjaardag-prinses-sirindhorn/> (10-7-2015).



Afbeelding 8: het Thaise koningspaar

Op deze foto is het paar nog jong en staat de koning en zit de koningin. De foto straalt rijkdom en macht uit door de chique kleding en het interieur. De foto neemt een vrij centrale plek in op de homepage, wat suggereert dat het koningspaar ook een centrale plek inneemt in de Thaise samenleving. Geel is bovendien de kleur van de koning die op een maandag geboren is.<sup>102</sup>

Op de pagina 'Over Thailand' staat ook een afbeelding. Hierop is alleen een bootje met de kleuren rood, wit, blauw en geel en rotsen die opsteken uit de zee te zien. De kleuren van de Thaise vlag en de koning laten er geen misverstand over bestaan dat het hier gaat om Thailand. Het houten vissersbootje, de blauwe lucht en de begroeide rotsen geven daarnaast weer een rustgevend beeld van Thailand. Bij het zien van deze afbeelding waant de bezoeker zich alleen op de wereld in een tropisch paradijs. Of dit een realistische beeld van Thailand is of niet, dit is wat de bezoeker zal projecteren op het Thaise strand wanneer hij er is. Deze foto van het Thaise strand met het bootje en de rotsen is er één uit duizenden die keer op keer wordt gereproduceerd. Waarschijnlijk is de foto dan ook geen toevoeging aan, maar een bevestiging van het beeld dat de bezoeker toch al had.<sup>103</sup>

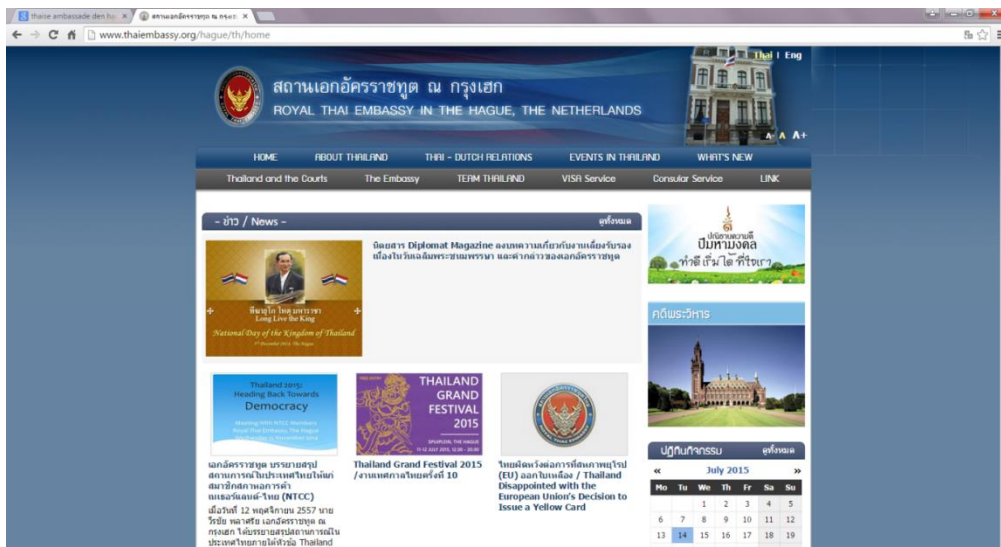
Al met al laat de website van het Thaise consulaat een Thailand zien waarin de koninklijke familie centraal staat en waarin het beeld van het tropische vakantieland wordt bevestigd. Over de veiligheid in Thailand wordt niets geschreven of getoond.

---

<sup>102</sup> ANP (2014) 'Een gele zee voor verjaardag Thaise koning', op: *Blauw Bloed*.  
<http://www.eo.nl/tv/blauwbloed/artikel-detail/een-gele-zee-voor-verjaardag-thaise-koning/>  
(8-8-2015).

<sup>103</sup> Urry, J. (2002, 2e editie, eerste publicatie 1990) *The tourist gaze*. Londen/Thousand Oaks/New Delhi: Sage Publication: 3.

## Thaise Ambassade in Nederland



Afbeelding 9: de website van de Thaise ambassade in Nederland

Enkel op de homepagina van de website van de Thaise ambassade staan een aantal afbeeldingen. De afbeelding van de Thaise koning is hier het meest prominent. De koning wordt jong afgebeeld, heeft een grote bril op en houdt een stapel dikke papieren vast. Dit wekt de connotatie dat de koning een intelligente man is, die zich bezighoudt met belangrijke zaken. De website van de Thaise ambassade schept dus een positief beeld van de koning. Ook vallen de kleuren geel en paars op de website weer op en wordt het wapen van de Thaise monarchie regelmatig afgebeeld. Dit bevestigt wederom het belang van het koningshuis in Thailand.

Opvallend is de paarse reclame-afbeelding voor een Thais festival in Den Haag. Hierop staat een wezen afgebeeld met gele lijnen. De kleding, de dolk, de versieringen en het barbaars ogende wezen zelf, geven de kijker een exotische en oriëntaalse indruk.



Afbeelding 10: reclame-afbeelding

Verder ziet de bezoeker het gebouw van de Thaise ambassade en het Vredespaleis in Den Haag. De afbeelding van het gebouw van de ambassade geeft mensen een concreet beeld bij de ambassade en brengt deze hierdoor dichterbij de mensen. Beide gebouwen in Den Haag benadrukken daarnaast de goede en vredige relatie tussen Nederland en Thailand.

Het beeld dat de website van de Thaise ambassade geeft is divers. Opmerkelijk is vooral dat opnieuw de monarchie duidelijk naar voren komt.

## Conclusie Hoofdstuk 1

Volgens de hypothese in de inleiding zouden de officiële websites meer nadruk leggen op de onrust in Thailand, maar na het analyseren van de voorgaande drie websites moet deze hypothese bijgesteld worden. Alleen de website van de Nederlandse overheid legt de nadruk op de onrust en veiligheid in Thailand. De combinatie van woord en beeld lijken een objectief beeld te geven van de situatie in Thailand, al moet de bezoeker ook hier rekening houden met het Nederlandse perspectief.

De website van de ANWB noemt impliciet de onrust in Thailand, maar wat vooral opvalt is dat zowel woord als beeld gekleurd zijn door de tourist gaze en een oriëntaalse blik. In de tekst komt dit met name naar voren door wat er allemaal niet gezegd wordt over sekstoerisme, dierenleed en onveilige plaatsen. De romantische afbeeldingen doen hier vervolgens niets aan af, maar dragen juist bij aan het oriëntaalse beeld dat dat website geeft van Thailand. Verder dragen de slordigheden in de tekst niet bij aan een goed imago voor de website.

De bezoeker van de website van het Thaise consulaat kan alleen maar speculeren over het gebrek aan informatie op de website. Of dit een bewust of onbewust defect is, is giswerk. Wel lijkt het erop dat de website onbemand is. De afbeeldingen op de website geven wel een beeld van Thailand, maar ook dit beeld lijkt gekleurd te zijn door de tourist gaze. Het Thaise bootje en de rotsen zijn typisch voor de representatie van Thailand. Wel kan het zo zijn dat de centrale positie van de foto van het koningspaar de stabiele factor van het land wil benadrukken.

Ook de bezoeker van de website van de Thaise ambassade weet niet goed waar deze aan toe is door het gebrek aan begrijpbare informatie. Wel lijkt het erop dat deze website tot op zekere hoogte wordt bijgehouden. Wat opvalt aan de afbeeldingen, is dat hier de monarchie wederom duidelijk in naar voren wordt gebracht.

Al met al verschillen de websites erg van elkaar in het beeld dat zij van Thailand scheppen. Het beeld is in de meeste gevallen niet objectief, er is geen nadruk op de veiligheid in het land en de websites van de ANWB, het Thaise consulaat en de Thaise ambassade zijn gekleurd door de tourist gaze of het oriëntalisme. Bij de ANWB en het Thaise consulaat is er zelfs enige nadruk op Thailand als vakantieland.

## Hoofdstuk 2: Reisaanbieders

Bij het boeken van een vakantie maken veel toeristen gebruik van reisaanbieders. De websites van deze reisaanbieders zullen proberen reizen te verkopen aan de bezoekers van de website. Bij reisaanbieders kan de bezoeker dus verwachten dat de websites niet geheel objectief zullen zijn en dat ze Thailand vooral zullen aanprijzen als vakantieland. Daardoor zullen de reisaanbieders niet ingaan op de onrust in het land. Om te zien of deze hypothese klopt, zal in dit hoofdstuk een antwoord worden gezocht op de vraag: welk beeld geven reisaanbieders van contemporain Thailand? Ook in dit hoofdstuk zal eerst een linguïstische en dan een visuele analyse worden uitgevoerd. Hierbij worden de volgende vier websites gebruikt: NRV Holiday, FOX, Adventures Globe en Thailand rondreizen.net. In de analyses van deze websites staan de pagina's met informatie over Thailand centraal. Aan het einde van dit hoofdstuk volgt een conclusie waarin de analyses met elkaar zullen worden verbonden.

### Linguïstische Analyse

#### NRV Holiday

<http://www.nrv.nl/rondreizen-thailand>

De website van NRV Holiday maakt twee onderverdelingen op de pagina over Thailand. Ten eerste kan de bezoeker kiezen tussen 'Alle reizen Thailand', 'Groepsreizen Thailand', 'Privéreizen Thailand' en 'Zelfsamenstellen Thailand'. Wanneer de bezoeker hierop klikt, krijgt hij een selectie aan reizen. Onderaan de pagina is een tweede onderverdeling in 'Intro', 'Praktische info', 'Landinfo', 'Regio's' en 'Reisverslagen'. Hieronder vindt de bezoeker informatie over Thailand. Aan de zijkant staat bovendien het kopje 'Live Chat'. Deze website is dus interactief en als de bezoeker vragen heeft kan deze die stellen.

De intro van de website over Thailand (inclusief foutief woordgebruik) is als volgt:

Onze reizen naar Thailand onderscheiden zich doordat wij naar de bekendere hoogtepunten u ook een stukje Thailand laten zien, dat minder toeristisch is. Logeer in kleinschalige accommodaties en een reis door Thailand is altijd met een 'auto met chauffeur'. Geniet van onbekende markten, bergstammen en tropische eilanden of combineer een reis door Thailand met Cambodja, Laos of Myanmar.

Het lijkt er hier op dat de website van NRV Holiday zich wil profileren als een website die bedoeld is voor reizigers en niet voor toeristen. Ze brengen de bezoeker naar een 'minder toeristisch' stukje Thailand en naar 'onbekende markten, bergstammen en tropische eilanden'. John Urry schrijft in *The tourist gaze* over het verschil tussen 'reizen' en 'toerisme'. Reizen kent



een lange geschiedenis, maar pas rond de negentiende eeuw kan er ook gesproken worden van toerisme. Vanaf toen kon een grotere groep burgers reizen om objecten te zien die geen relatie hadden met werk. Het idee dat een groot deel van de gehele bevolking zijn vrije tijd doorbrengt op plekken anders dan thuis en ongerelateerd aan werk, komt overeen met het hedendaagse beeld van massatoerisme in moderne samenlevingen.<sup>104</sup> Er trad in de negentiende eeuw dus een zekere 'democratisering' van het reizen op.<sup>105</sup> Reizen was altijd voorbehouden geweest aan de elite en had gediend als statussymbool. Toen het halverwege de negentiende eeuw steeds makkelijker werd om met de trein te reizen, moest de elite een andere manier vinden om zich met hun reizen te distantiëren van de rest van de bevolking. Resorts behoorden tot de belangrijkste reisbestemmingen en er ontwikkelde zich een 'hiërarchie'. Sommige resorts werden gezien als plaatsen voor massatoerisme en werden door de elite bestempeld als 'smakeloos, gewoon en vulgair.'<sup>106</sup> Toerisme kan dus vanuit historisch perspectief gezien worden als een begrip dat in relatie staat tot de term reizen. De elite 'reist' en de middenklasse, de massa, 'bedrijft toerisme'. Deze termen en hun relatie tot elkaar zullen door de tijd heen veranderen. Jongeren die tegenwoordig vaak gaan backpacken om aan het massatoerisme te ontsnappen, kunnen meestal niet tot de elite gerekend worden. Iedere reiswebsite zal zich moeten verhouden tot de normen van reizen of toerisme om een duidelijke verwachting bij de bezoeker te scheppen.

Ook Paul Fussell maakt in zijn boek *Abroad. British literary traveling between the wars* onderscheid tussen toeristen en reizigers (en ontdekkers):

All three make journeys, but the explorer seeks the undiscovered, the traveller that which has been discovered by the mind working in history, the tourist that which has been discovered by entrepreneurship and prepared for him by the arts of mass publicity.<sup>107</sup>

Volgens Fussell heeft de toerist een voorkeur voor zekerheid en clichés en is de reiziger op zoek naar het onvoorspelbare in een ervaring, maar dan wel met de zekerheid dat hij weet waar hij is.<sup>108</sup> Fussell is kritisch over het voortbestaan van de reiziger (en ontdekker). Reizen houdt in dat de reiziger gebruik maakt van uiteenlopende middelen en zelfstandig zaken regelt. Het lijkt

---

<sup>104</sup> Urry, J. (2002, 2e editie, eerste publicatie 1990) *The tourist gaze*. Londen/Thousand Oaks/New Delhi: Sage Publication: 5.

<sup>105</sup> Ibidem: 16.

<sup>106</sup> Idem.

<sup>107</sup> Fussell, P. (1980) *Abroad. British literary traveling between the wars*. New York: Oxford University Press: 39.

<sup>108</sup> Idem.

Fussel dan ook onmogelijk om nog te reizen te midden van de toeristenindustrie van vandaag de dag.<sup>109</sup>

Voor reisaanbieders die zich bewust zijn van de (semantische) verschillen tussen toerisme en reizen, kan een nadruk op reizen een bewuste keuze zijn om klanten te trekken. Reizen wordt geassocieerd met avontuur, onvoorspelbaarheid en een unieke ervaring, terwijl toerisme niet aantrekkelijk klinkt door de negatieve connotaties met de massa en schadelijke gevolgen voor cultuur en milieu. De website van NRV Holiday lijkt zich bewust van deze verschillen en legt in haar tekst de nadruk op reizen naar het onbekende.

Het volgende opvallende feit staat onder het kopje 'bevolking' onder 'Landinfo':

Circa 80% van de bevolking bestaat uit de oorspronkelijke Thai. De minderheids-groepen zijn vooral Chinezen, Maleisiërs, Birmanen, Laotianen, Cambodjanen en Birmezen. De verschillende bevolkingsgroepen leven vreedzaam naast elkaar.

Uit de recente geschiedenis van Thailand kan worden opgemaakt dat dit niet helemaal waar is. Thailand heeft een conflict met Cambodja over de grens en ook op andere plaatsen in het land is het onrustig. Meer informatie hierover vindt de bezoeker ook terug op de site van NRV Holiday zelf onder het kopje 'religie':

In de meest zuidelijke provincies, waar ook veel Maleisiërs zich gevestigd hebben, zijn wat meer islamitische gemeenten te vinden. Deze zijn grotendeels afgescheiden van de niet-islamitische bewoners in de omgeving.

Er wordt niet uitgebreid ingegaan op de situatie in zuidelijk Thailand, maar de bezoeker van de website kan wel vraagtekens plaatsen bij het feit dat de islamitische gemeenten grotendeels afgescheiden zijn van de niet-islamitische bewoners in de omgeving. Hieruit zou de bezoeker kunnen opmaken dat toch niet alle bevolkingsgroepen vreedzaam naast elkaar leven.

Verder wordt er op de website regelmatig gesproken over 'bergstammen'. Dit kwam al voorbij in de 'Intro' waar wordt gesproken over 'onbekende bergstammen' en wordt ook genoemd onder het kopje 'Bevolking'. Daarnaast staat onder 'Taal': 'De bergstammen in het noorden spreken vaak hun eigen stamtaal.' Het verkennen van het onbekende heeft niet alleen de connotatie van reizen, maar ook van authenticiteit. Als deze bergstammen onbekend zijn, heeft de toeristenindustrie immers nog geen invloed gehad op hun bestaan, maar aangezien een

---

<sup>109</sup> Ibidem: 41.

bezoekje aan deze stammen wordt aangeprezen, is dit niet zo. De website van NRV Holiday negeert dit feit bewust of onbewust.

Het interactieve aspect is een belangrijk onderdeel van hedendaagse websites. Wanneer via 'Live Chat' gevraagd wordt naar informatie over 'bergstammen' volgt er geen duidelijke respons. Het meest concrete antwoord dat gegeven wordt is 'U gaat naar de bergstam toe om te zien hoe zij wonen en leven.' De bergstam is in deze optiek duidelijk een attractie waar naar gekeken dient te worden. Uiteindelijk wordt de bezoeker van de website verzocht om met NRV Holiday te bellen voor meer informatie (zie bijlage 1). Wanneer gevraagd wordt naar meer informatie over de situatie in het zuiden van Thailand wordt eerst doorgevraagd (zie bijlage 2). Als uiteindelijk gevraagd wordt naar de onrust in het gebied, volgt het volgende antwoord: 'Op dit moment is het daar niet onrustig/onveilig om naar toe te gaan.' Aangezien er afgelopen mei in de zuidelijke provincie Yala nog ongeveer negenendertig bommen zijn afgegaan waarbij tweeëntwintig mensen gewond raakten, is dit geen aannemelijke informatie.<sup>110</sup> Daarnaast moet hierbij opgemerkt worden dat de vraagstelling in de chat uiteindelijk sturend was. De vragen moesten steeds specifieker gesteld worden om een antwoord te krijgen. Dit beïnvloedt ook de objectiviteit van de antwoorden voor dit onderzoek. Verder moet de bezoeker van de website zich hier vanwege de vraagstelling wellicht afvragen of hij ook daadwerkelijk te maken heeft gehad met een persoon en niet met een computer. Wel is het duidelijk dat de website van NRV Holiday niet uit zichzelf meer informatie verschaft over de situatie in het zuiden van Thailand.

Naast de 'Live Chat' kunnen mensen die met NRV Holiday geboekt hebben ook hun verhalen op de website posten onder 'Reisverslagen'. Het laatste verslag dateert echter van 15 januari 2013 en de verslagen daarna van 2011, 2010, 2009 en 2008. In totaal staan er elf verslagen en deze zijn dus niet erg recent. Door de reisverslagen krijgt de bezoeker een uitgebreider beeld van wat reizen met NRV Holiday inhoudt. Tegelijkertijd kan de bezoeker zich afvragen waarom er al ongeveer anderhalf jaar geen reisverslag op de website is gepost en waarom het maar zo weinig verslagen zijn. De verslagen zijn allemaal positief en het is niet duidelijk hoe de bezoeker zelf een reisverslag kan uploaden. Wanneer hiernaar gevraagd wordt via de 'Live Chat' wordt de bezoeker verder geholpen (zie bijlage 1). Deze krijgt informatie, voorwaarden en een link om het verslag op te sturen. Onder 'voorwaarden' staat onder andere: 'NRV Holiday behoudt zich het recht voor om verslagen zonder opgave van redenen niet te plaatsen.' Het is dus duidelijk dat NRV Holiday de verslagen selecteert.

Op de website van NRV Holiday wordt de bezoeker in de intro, de reisprogramma's, de live chat en onder 'Praktische info' aangesproken met de beleefdheidsvorm 'u'. Dit is anders in de informatieve beschrijvingen onder 'Landinfo'. Hier wordt alleen onder 'Klimaat' gebruik

---

<sup>110</sup> De Standaard (2015) 'Thailand opgeschrikt door 39 bommen in drie dagen'. [http://www.standaard.be/cnt/dmf20150518\\_01685925](http://www.standaard.be/cnt/dmf20150518_01685925) (3-6-2015).

gemaakt van 'u'. Bij de overige beschrijvingen is sprake van passieve zinnen waarin geen connectie wordt gemaakt met de bezoeker. Onder 'Geografie' staat bijvoorbeeld: 'Thailand ligt in het hart van Zuidoost-Azië, tussen de Indische Oceaan en de Zuid-Chinese Zee. Het land heeft een oppervlakte van 514.000 vierkante kilometer en beschikt over een prachtige natuur'. De website spreekt de bezoeker alleen direct aan wanneer NRV Holiday voor zichzelf reclame maakt en wanneer de informatie relevant is voor het daadwerkelijk ondernemen van een reis naar Thailand. De meeste reisprogramma's beginnen bijvoorbeeld ongeveer als volgt: 'Aankomst op de luchthaven van Bangkok, waar uw Nederlandssprekende reisleader al op u staat te wachten. Samen met hem rijden we naar uw hotel in het centrum van Bangkok.' Naast de directe aanspreekvorm 'u', wordt hier ook gebruik gemaakt van 'we'. Waarschijnlijk worden hier de toekomstige toerist en de gids bedoeld. Het gebruik van 'we' zorgt voor een nog persoonlijker en directere relatie tussen de lezer en de website, dan 'u'. Daarnaast zorgt het gebruik van 'wij' ervoor dat de bezoeker en de gids aan elkaar gelijk gesteld worden en samen tot dezelfde groep behoren. De website van NRV Holiday lijkt hier erg betrokken bij de reiziger. De algehele toon van de website valt samen met het gebruik van 'u'. Wanneer 'u' gebruikt wordt, is de toon levendiger dan wanneer er passieve beschrijvingen worden gegeven van Thailand. De toon van de reisprogramma's is bovendien activerend. De lezer lijkt actief deel te nemen aan de handelingen: 'U loopt allereerst naar de Giant Swing en vervolgt de tocht door smalle straatjes en steegjes'. Ook dit zorgt voor een directe relatie tussen de lezer en de website. Verder is het foutief woordgebruik in de eerder besproken intro van de website opvallend: 'naar' in plaats van 'naast'. Dit staat erg slordig en geeft een slechte eerste indruk van de website.

Al met al geeft NRV Holiday Thailand weer als een vakantieland. De website gaat niet in op de onrust in het land en promoot zichzelf als een betrokken site voor actieve reizigers. Het interactieve gedeelte van de website voegt niets toe aan de objectiviteit van de NRV Holiday.

## **FOX**

<http://www.fox.nl/thailand>

De website van FOX is allereerst onderverdeeld in verschillende soorten reizen: 'Groepsreizen', 'Privéreizen' en 'Singlereizen'. Wanneer op een reis wordt geklikt volgt er algemene informatie over waar de reis naartoe gaat en welke bezienswaardigheden de reizigers zullen zien. Onder 'Uitgebreide informatie over Thailand' vindt de bezoeker meer informatie over het land. Hier is een onderverdeling gemaakt in 'Overzicht', 'Landinformatie', 'Extra's', 'Reisverslagen', 'Forum' en 'Weer en Klimaat'. De meest relevante informatie is te vinden onder 'Landinformatie'. Wat hier vooral opvalt, is dat de website objectief lijkt te zijn in haar beschrijvingen. Naast veel praktische informatie zoals over visa en vaccinaties, geldt dit ook voor de informatie onder 'Bevolking', 'Cultuur', 'Geschiedenis' en 'Politiek/Economie'.

De website van FOX schrijft onder 'Bevolking' over de glimlachcultuur van de Thai, de wijze van groeten en over de manier van aanspreken. Dit zijn feitelijke cultuurverschillen. Onder 'Cultuur' wordt geschreven over de positie van de monniken en de Boeddhistische religie en gebruiken. Daarnaast wordt onder 'Geschiedenis' een uitgebreide feitelijke historie van het land gegeven. Hierbij wordt de negatieve geschiedenis van de laatste eeuw niet overgeslagen:

In 1938 nam de nationalistische maarschalk Phibul de macht over en werd de naam van het land, SIAM, veranderd in Thailand. Phibul belemmerde de uitoefening van niet Boeddhistische godsdiensten en wilde het land naar Westers model moderniseren.

Het negatieve feit dat de uitoefening van niet Boeddhistische godsdiensten werd belemmerd, wordt hier gewoon genoemd. Dit komt het objectieve karakter van de website ten goede. Dat de website objectiviteit hoog in het vaandel heeft staan blijkt ook uit het feit dat ze voor de informatieverschaffing niet alleen gebruik maken van Nederlandse gidsen. De website schrijft:

Naast de [...] Nederlandstalige reisleader, maken we in Thailand tevens gebruik van lokale, Engelssprekende, gidsen, om zoveel mogelijk informatie over het land, natuur en bevolking te krijgen.

Wat deze objectiviteit echter niet bevordert is een punt onder 'Politiek/ Economie':

Hoewel de Thaise democratie de laatste jaren steviger in zijn schoenen is komen te staan, blijft het leger een belangrijke factor van betekenis. Staatsgrepen zijn in het verleden dan ook regelmatig voorgekomen.

De eerste zin die bevestigt dat het leger nog steeds veel macht heeft in Thailand is objectief, maar de tweede zin niet. Zoals uit de recente geschiedenis van Thailand opgemaakt kan worden, komen staatsgrepen ook vandaag de dag nog regelmatig voor. Door te schrijven dat staatsgrepen in het 'verleden' regelmatig voorkwamen, wordt dan ook de huidige onrust in Thailand ontkend.

Opvallend is ook de informatie over fotografie omdat de website hier de post-toerist in de bezoeker aanspreekt.

Houdt er rekening mee dat het kan voorkomen dat fotograferen van bepaalde gebouwen, dieren of personen niet is toegestaan in zijn algemeenheid of dat het niet is toegestaan foto's te maken met flits. Vaak vinden mensen het leuk om gefotografeerd te worden,

maar vraag wel altijd toestemming voor u de foto maakt. Houdt er rekening mee dat het kan voorkomen dat de gefotografeerde een vergoeding vraagt voor de gemaakte foto.

Deze informatie maakt de bezoeker er op attent dat er een zekere afstand bestaat tussen de toerist en het object van zijn blik.<sup>111</sup> Toeristische activiteiten waarbij de gaze gericht wordt op objecten zijn minder opdringerig dan activiteiten waarbij de gaze gericht wordt op individuen of groepen. Volgens Urry brengt het observeren van het privéleven van de ontvangende samenleving sociale stress met zich mee. De ontvangende samenlevingen kunnen hier op verschillende wijze op reageren. Onderwerp zijn van de gaze kan onder andere resulteren in het vragen van geld of het nabootsen van rituelen.<sup>112</sup>

Verder kan de bezoeker ook op de site van FOX vragen stellen op een forum en reisverslagen lezen van reizigers die al naar Thailand zijn geweest. Ook voor de reisverslagen op FOX geldt echter dat ze niet erg recent zijn. De laatste is van vijf januari 2014. Daarnaast lijkt het erop dat alleen verslagen worden geplaatst die de 'reisverslagenwedstrijd' winnen en ook staat hier bij de voorwaarden weer: 'FOX kan een verslag zonder opgaaf van redenen uitsluiten van deelname.' FOX selecteert dus net als NRV Holiday de verslagen, wat niet bijdraagt aan de objectiviteit van de website.

Ook op de website van FOX wordt de bezoeker aangesproken met 'u'. Dit staat beleefd en de directe aanspreekvorm zorgt weer voor een meer persoonlijke relatie met de lezer. Alleen de beschrijvingen over de geografie, de geschiedenis, de politiek en de economie maken geen gebruik van 'u'. Dit zijn passieve, neutrale beschrijvingen, zoals uit de volgende zin blijkt: 'Sinds 1932 is Thailand een constitutionele monarchie. De koning en regering bevinden zich in de hoofdstad Bangkok en het land is verdeeld in 73 provincies'. De toon van de reisbeschrijvingen is minder activerend dan op de website van NRV Holiday. Op de website van FOX maakt de lezer minder deel uit van de handelingen. Waar de website van NRV Holiday de lezer bijna bij de hand lijkt te nemen, beperkt de website van FOX zich tot beschrijvingen met 'u ziet' en 'u bezoekt'. De lezer blijft hierdoor meer op afstand van de reisaanbieder.

Ten slotte kan over FOX gezegd worden dat de website zaken neutraal beschrijft en een poging doet om objectief te zijn, maar dit uiteindelijk niet is. Wanneer het aankomt op het beschrijven van de situatie in Thailand vandaag de dag, ontkent FOX de onrust in het land.

## **Adventures Globe**

<http://www.adventuresglobe.nl/bestemmingen/thailand/>

---

<sup>111</sup> Urry, J. (2002, 2e editie, eerste publicatie 1990) *The tourist gaze*. Londen/Thousand Oaks/New Delhi: Sage Publication: 90-91.

<sup>112</sup> Ibidem: 51.

Adventure Globe heeft één duidelijke informatiepagina over Thailand en een aantal pagina's met aanvullende informatie. Op de informatiepagina staan de kopjes 'Vakantie reizen naar Thailand', 'Geografie', 'Buurlanden', 'Eten en drinken', 'Hoofdstad', 'klimaat', 'Paspoorten, visa en gezondheid' en 'Highlights en reistips Thailand'. Andere relevante pagina's zijn: 'Vakantie Thailand Reizen', 'Rondreis Thailand Reis' en 'Hoofdstad Thailand Steden'.

Er staat weinig opmerkelijke informatie op de informatie pagina. De meeste informatie is praktisch of feitelijk van aard. Er wordt het een en ander geschreven over de Thaise eetcultuur en over Bangkok, maar verder gaat Adventures Globe niet dieper in op de Thaise cultuur. Wat vooral opvalt is het feit dat een paar keer benadrukt wordt hoe veilig Thailand is. Zo kan de bezoeker onder 'Vakantie reizen naar Thailand' het volgende lezen: 'Vanwege de enorme variatie van het land, de veiligheid en de vele bezienswaardigheden voor jong en oud [is] Thailand een fantastisch land om te bereizen.' Ook onder 'Hoofdstad' wordt de veiligheid nog eens aangestipt: 'Bangkok geldt als een van de veiligste steden voor toeristen.' Uit de huidige geschiedenis van Thailand kan echter opgemaakt worden dat Thailand niet altijd overal even veilig is. Met name Bangkok is één van de gebieden waar toeristen op hun hoede moeten zijn in verband met demonstraties en aanslagen.<sup>113</sup>

Op de pagina 'Vakantie Thailand Reizen' wordt ingegaan op de recente geschiedenis van Thailand. Hier wordt het volgende over geschreven:

Na het einde van de absolute monarchie in 1932 werd Thailand zestig jaar lang vrijwel voortdurend bestuurd door een militaire dictatuur. In de jaren 90 werd er een parlementaire democratie gevestigd. De economie bloeide op door industrie en toerisme.

Door deze beschrijving krijgt de lezer de indruk dat er op het moment niets speelt in Thailand en dat het land volledig stabiel is. De onrust van de laatste jaren wordt buiten beschouwing gelaten. Dit blijkt ook op de pagina 'Hoofdstad Thailand Steden'. Hier wordt het eiland Koh Samui weer aangeraden als vakantiebestemming, zonder dat hierbij wordt ingegaan op de bomaanslag die er afgelopen september plaatsvond.

Ook de website van Adventures Globe gaat onder 'Vakantie Thailand Reizen' in op het fotograferen van mensen. Op de website staat: 'Vraag voor het fotograferen van mensen wel altijd om toestemming. Voor het poseren op foto's verwachten bergstammen en etnische minderheden wel een kleine vergoeding.' Net als FOX gaat deze website dus in op de afstand die er bestaat tussen de bezoeker en het object van zijn gaze. De lezer wordt hierop attent gemaakt.

---

<sup>113</sup> De Nederlandse Rijksoverheid (2015) 'Reisadvies Thailand'.  
<http://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/reisadviezen/thailand> (7-5-2015).

Daarnaast worden hier de mensen die om geld vragen benoemt: 'bergstammen en etnische minderheden'. Dit schept een verschil onder de Thaise bevolking. Niet iedereen vraagt klaarblijkelijk om een vergoeding om gefotografeerd te mogen worden. Het feit dat deze mensen om geld vragen zou erop kunnen wijzen dat deze Thai armer zijn dan andere delen van de bevolking.

Op de pagina 'Rondreis Thailand Reis' wordt een voorbeeld gegeven van een reisprogramma. Op het programma staat onder andere de volgende beschrijving van een bezoek aan een olifantenkamp: 'Hier ziet u de dagelijkse werkzaamheden van een olifant in de jungle en ervaart u van dichtbij de opleiding van jonge olifanten. U hebt hier de mogelijkheid om een rit op een olifant door de jungle te maken.' Wat hier bedoeld wordt met 'de dagelijkse werkzaamheden van een olifant' of 'de opleiding van jonge olifanten' is onduidelijk, maar het klinkt niet erg diervriendelijk om olifanten dagelijks te laten werken en al van jongs af aan te trainen. De website staat niet stil bij deze slechte leefomstandigheden.

De website van Adventures Globe spreekt haar bezoeker wederom aan met de beleefdheidsvorm 'u'. Daarnaast komt in het voorbeeldreisprogramma 'ons' en 'we' naar voren: 'Het vervolg van onze reis leidt ons naar de "Roos van het Noorden" [...] Na het ontbijt brengen we een bezoek aan het symbool van de stad Chiang Mai'. Het gebruik van 'we' zorgt weer voor een directe relatie tussen de lezer en de website. De toon van de tekst is rustig. In plaats van de lezer deel uit te laten maken van de handelingen, kiest de website voor beschrijvingen van plaatsen, gebouwen en activiteiten: 'De tempel, die voor het grootste deel stamt uit de 16e eeuw is gegroepeerd rond een 32 meter hoge gouden Chedi in burmesische stijl. De rit naar Doi Sakhet gaat door een werkelijk prachtige natuurlijke omgeving.' Verder staan er hier en daar fouten in de tekst van de website. In het volgende voorbeeld mist er een punt en staat 'kun' in plaats van 'kan': '[...] woorden Tijdens de rondreis Thailand kun men in de meeste hotels en winkels wel met Engels terecht.' In nog een ander voorbeeld missen er woorden: 'Het tijdsverschil tussen Thailand en de is in de winter zes uur en in de zomer vijf uur.' Deze fouten staan slordig en dragen niet bij aan het begrijpen van de tekst. Ten slotte maakt de website gebruik van vreemde kopjes als 'Vakantie Thailand Reizen', 'Rondreis Thailand Reis' en 'Hoofdstad Thailand Steden'. Deze kopjes zijn dubbelop en klinken hierdoor niet logisch en pakkend zoals van kopjes verwacht mag worden. Dit geeft geen goede indruk aan de bezoeker van de website.

Het beeld dat Adventures Globe van Thailand geeft is incompleet. De website schrijft op beleefde, rustige toon over Thailand, maar komt hier en daar ook slordig over. Ook gaat de website in de tekst niet in op de onrust in het land, sociale ongelijkheid of dierenleed. Thailand is voor Adventure Globe een veilig vakantieland.



## **Thailand Rondreizen.net**

<http://www.thailandrondreizen.net/>

Thailand Rondreizen.net is de enige van de vier reisaanbieders die geheel is gewijd aan Thailand. De website is onderverdeeld in 'Home', 'Rondreizen', 'Informatie', 'Activiteiten', 'Bezienswaardigheden', 'Foto's' en 'Vliegtickets'. De informatie onder 'Informatie' is van praktische en feitelijke aard.

De meest relevante tekst is hier te vinden onder 'Home'. Zo staat hier onder andere: 'Het land heeft alles te bieden van prachtige natuur en authentieke dorpjes tot grote steden en moderne cultuur zoals men vindt in het chaotische Bangkok.' De 'authentieke' ervaring lijkt belangrijk te zijn voor deze website. Ook onder 'Activiteiten' komen de 'authentieke Thaise dorpjes' weer naar voren en onder 'Het Nachtleven van Thailand' op de homepage wordt de 'authentieke Thaise dans-/ zangvoorstelling' aangeraden. Zoals eerder is besproken, is het echter als toerist niet mogelijk om een 'authentiek' dorp te bezoeken omdat de toerist niet ontkomt aan zijn positie als in-authentieke buitenstaander. Hoewel de website hier ook ingaat op voorstellingen die onderdeel uitmaken van het nachtleven, worden er geen impliciete verwijzingen gemaakt naar seksueel getinte shows of de seksindustrie. Een seksueel gekleurd, oriëntaalse beeld komt niet naar voren in de tekst van deze website.

Aan de andere kant wordt in de zin onder 'Home' de moderne cultuur van Thailand naar voren gebracht: '[...] tot grote steden en moderne cultuur zoals men vindt in het chaotische Bangkok'. Waar tot nu toe de meeste sites de nadruk leggen op het oude, traditionele Thailand, komt op Thailand Rondreizen.net ook het moderne Thailand aan bod. Het Thaise nachtleven wordt op de pagina aangeprezen als een apart onderdeel dat 'ervaren' moet worden. Toch ontkomt ook het nachtleven niet aan de tourist gaze. Het 'bezichtigen' van een 'authentieke Thaise dans-/ zangvoorstelling' wordt door de site aangeraden.

Het meest opvallend komt de tourist gaze naar voren bij de 'Bezienswaardigheden' op de homepage. Hier kan de bezoeker het volgende lezen:

Wanneer u kiest voor een rondreis Thailand zal u verrast worden door de vele bezienswaardigheden die dit land u te bieden heeft. De natuur is er werkelijk prachtig, helder blauwe zee, palmbomen, witte zandstranden, de groenste jungles en tropische eilanden. U vindt dit in Thailand in overvloed, u zult er werkelijk versteld van staan! Daarnaast zijn er tal van historische trekpleisters zoals de ruïnes van Sukothai of de wel befaamde "bridge over the river kwai". Maar ook traditionele boeddhistische tempels ("Wats" genoemd) mogen niet ontbreken.

Hier blijft niet veel van het moderne Thailand over. Datgene wat de moeite waard is om te bezichtigen betreft natuur of is al vele jaren oud. Verder wordt op Thailand Rondreizen.net een aantal keer een ritje op de rug van een olifant aangeboden. Hierbij wordt niet ingegaan op de situatie van de olifanten of hoe deze behandeld worden. De website toont dus geen belangstelling voor eventueel dierenleed.

Het 'Forum' van de website wordt niet veel gebruikt. Bezoekers kunnen hier terecht met vragen of kunnen hier hun eigen reisverslagen posten. Er staat echter slechts één verslag en dat is van drie jaar geleden. Het forum voegt geen waarde toe aan deze website.

Thailand Rondreizen.net is wat betreft aanspreekvorm een uitzondering op de andere reisaanbieders. De website spreekt haar bezoeker namelijk aan met zowel 'u' als 'je'. De aanspreekvormen zorgen beiden voor een directe persoonlijke relatie met de lezer, maar 'je' is minder beleefd. Doordat de website de lezer tutoyeert, komen de lezer en de website op hetzelfde niveau te staan. Thailand Rondreizen.net maakt willekeurig gebruik van 'u' en 'je', al is er wel enige consensus per pagina. Onder 'Home' wordt er bijvoorbeeld alleen gebruik gemaakt van 'u' en onder 'Informatie' bijna alleen maar van 'je'. Desalniettemin staat dit inconsequente taalgebruik slordig. Daarnaast zijn er ook beschrijvingen waarin de lezer niet wordt aangesproken, bijvoorbeeld van bezienswaardigheden:

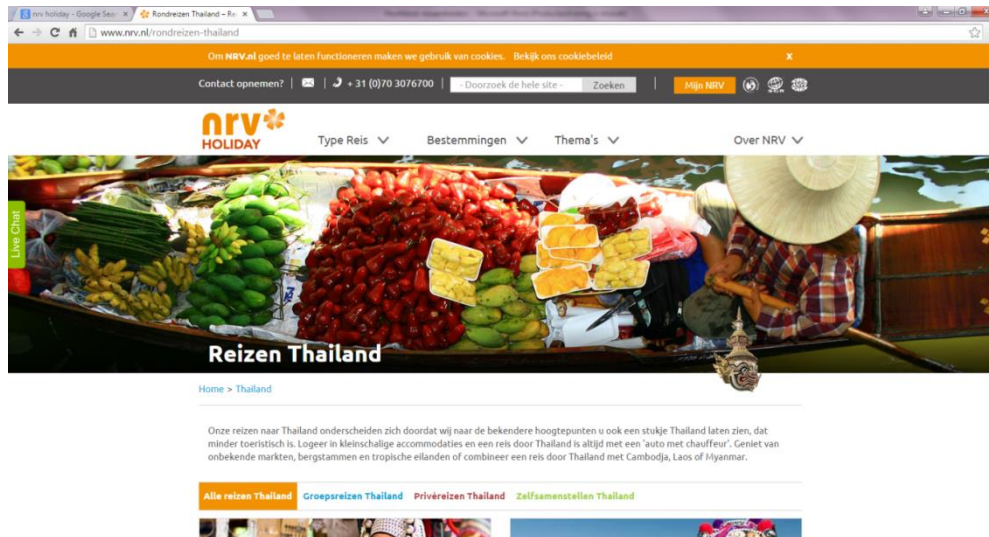
De drijvende markt ook wel "Damnoen Saduak" genoemd ligt net buiten Bangkok. Hier komen dagelijks tientallen Thaise handelaren bijeen om vanaf hun bootjes hun waren te verkopen. Dit is erg leuk om te zien en eventueel zelf mee te maken.

Verder staan er ook op Thailand Rondreizen.net fouten, zoals: 'Tijdens deze toch zal u in eens rubberen boot de wildere wateren van de rivier trotseren' of 'Het is er over het algemeen minder minder druk en de ideale plek om [...] te genieten van de helder blauwe zee.' Deze fouten staan slordig en onprofessioneel voor een reisaanbieder.

Hoewel de website van Thailand Rondreizen.net wel ingaat op het moderne karakter van Thailand, worden de meest recente ontwikkelingen in het land niet aangekaart. Thailand is een vakantieoord waar de toerist het nachtleven kan ervaren en dat wat oud is kan bezichtigen. De website tutoyeert haar bezoeker en klinkt daardoor minder beleefd dan de andere reisaanbieders.

# Visuele Analyse

## NRV Holiday



Afbeelding 11: de website van NRV Holiday

Er staan veel afbeeldingen op de website van NRV Holiday. Bovenaan de pagina staat een afbeelding, bij iedere reis die wordt aangeboden staat een afbeelding en ook onderaan de pagina staat nog een afbeelding. Vanwege deze grote hoeveelheid zijn de afbeeldingen onderverdeeld in verschillende categorieën: drijvende markt, bevolking, godsdienst, natuur en strand. Wanneer de bezoeker op één van de reizen klikt, verschijnt er bovendien een kaartje van Thailand met de route van de reis.

Er zijn twee foto's die vallen onder de categorie markt. De foto bovenaan de website wordt twee keer gebruikt plus een foto met meer bootjes die vanuit normale ooghoogte is gemaakt. Op alle foto's is sprake van een markt op het water en bootjes vol met etenswaren. Alle mensen die op de foto staan lijken Thais. Op de afbeeldingen staan geen toeristen of Thai die met de laatste mode meegaan. NRV Holiday doet precies wat volgens Urry verwacht kan worden van de toeristenindustrie:

The 'time machine' of the tourist industry and photography often freezes townscapes in an idyllic and untouched chocolate-box vision where time moves slowly if at all. Erased are modern artefacts and contemporary-looking humans. When 'locals' enter the scene, their function is to signify authenticity, induce romanticism and bring life to the scene.<sup>114</sup>

Deze beschrijving is niet alleen toepasbaar op de marktafbeeldingen, maar ook op de overige afbeeldingen van de website waarvan er hieronder een aantal staan.

<sup>114</sup> Urry, J & Larsen, J. (2011) *The Tourist Gaze 3.0*. Londen: SAGE Publications: 175.



Er zijn drie foto's met een persoon in klederdracht. Eén van hen is een kind, de andere twee volwassen vrouwen die bezig zijn met ambachtelijk handwerk. Het kind en één vrouw lacht naar de camera, de andere vrouw is geconcentreerd bezig met haar ambacht. Een schaarste aan mensen op foto's komt vaker voor in de toeristenindustrie, evenals hun 'reductie tot iconische indexen'. Dit hoeft niet alleen verklaard te worden door de romantische gazer. De afwezigheid van mensen werkt volgens Baider et al. (2004) wellicht objectiverend voor de toeschouwer of als metonymie.<sup>115</sup> Door deze foto's krijgt de bezoeker de indruk dat de mensen vriendelijk zijn en de culturele voorwerpen goed gemaakt. Bovendien tonen deze drie mensen hoe de Thai eruit zien volgens deze website.

De afbeeldingen onder de categorieën godsdienst, natuur en strand laten geen mensen zien, behalve een afbeelding met vissers en een afbeelding met monniken. Verder ziet de bezoeker op deze afbeeldingen verschillende boeddhistische tempelcomplexen, Boeddhabeelden, watervallen, rivieren en witte verlaten stranden met eveneens verlaten bootjes. Het gebrek aan mensen wekt de illusie dat de bezoeker alleen op de wereld zal zijn in Thailand. Rust en vrede staat centraal op de foto's. Zelfs de foto met het bootje en de twee vissers straalt rust uit. Ook werken in deze omgeving is dus fijn en rustgevend.<sup>116</sup> Het gebrek aan mensen legt de nadruk op de locatie en minder op de ervaring van het individu.<sup>117</sup>

Wanneer op een reis wordt geklikt, verschijnt er een kaartje met de bijbehorende route door Thailand. De tekst op de website van NRV Holiday legt al de nadruk op reizen en ontdekken en de kaarten doen dit eveneens. Omdat op de kaart een route en plaatsen zichtbaar zijn, helpt

<sup>115</sup> Ed. Hallet, R. W. en Kaplan-Weinger, J. (2010) *Official Tourism Websites: A Discourse Analysis Perspective*. Bristol/Buffalo/Toronto: Channel View Publications: 91.

<sup>116</sup> Ibidem: 92.

<sup>117</sup> Ibidem: 91.

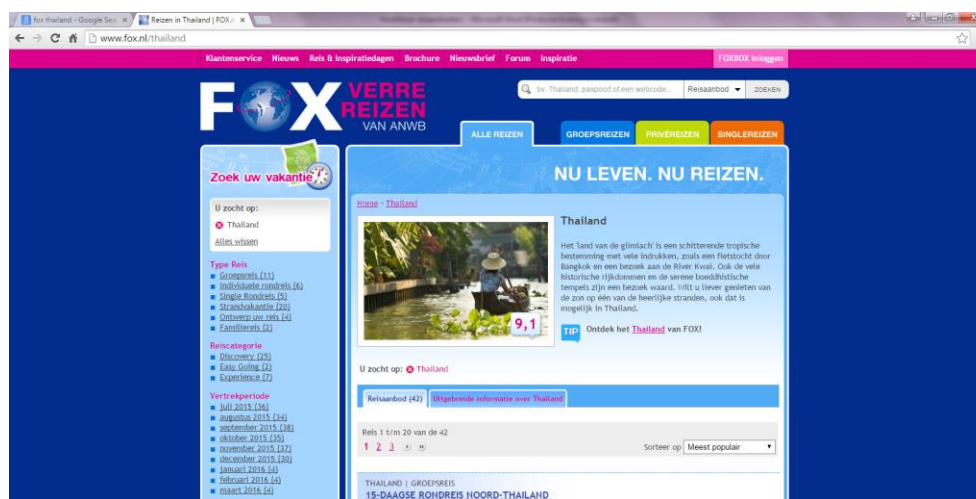
deze kaart de bezoeker bij het betreden van het gebied. Aan de ene kant is dit praktisch, maar aan de andere komt hier ook imperialistisch gedachtegoed aan te pas. De kaart is een middel voor de toerist om het gebied van de ander te ontdekken en verkennen.



: routekaart

De afbeeldingen op de website doen niets af aan het karakter van de tekst. Ook hier ziet de bezoeker een nadruk op reizen en Thailand als vakantieland. De tourist gaze speelt een grote rol op de afbeeldingen op deze website.

## FOX



Afbeelding 17: de website van FOX

De meeste foto's op de website van FOX staan bij de reisaanbiedingen. Iedere reis wordt met een andere foto gepromoot. Op de website van FOX kunnen de meeste foto's worden onderverdeeld in de categorieën 'natuur', 'strand' en 'godsdienst'. Tempels, Boeddhabeelden, monniken, lege stranden en watervallen passeren wederom de revue. Daarnaast ziet de bezoeker op deze website ook weer afbeeldingen voorbijkomen van verlaten, exotische resorts aan palmboomstranden. Een aantal reizen wordt echter aangeboden met afbeeldingen die niet onder deze categorieën vallen. Zo zijn de afbeeldingen van de 'blanke toerist' op deze website opvallend. De blanke toerist onderneemt dingen en is degene die zijn gaze projecteert op bezienswaardigheden. Daarnaast zijn de enige toeristen die op de foto's staan kinderen. Door te laten zien dat Thailand ook geschikt is voor kinderen, laat FOX zien dat Thailand een veilig land is. De Thai aan de andere kant is getint, vaak anoniem en aan het werk. Daarnaast valt het op dat de Thai bijna altijd een strohoed dragen. Het contrast tussen de blanke toerist en de donkere

gastheer/gastvrouw, komt volgens Urry en Larsen vaak voor in de beeldvorming van de toeristenindustrie.

The advertising material produced by holiday companies shows that tourists are white; there are few black faces amongst the holiday-makers. Indeed if there are any non-white faces in the photograph it would be presumed that they are the 'exotic natives' being gazed upon.<sup>118</sup>

Dit gebeurt ook op de website van FOX.



Afbeeldingen 18, 19, 20 en 21: blanke toeristen en werkende Thai

Wanneer op de website van FOX op een reis geklikt wordt, verschijnt hier eveneens een kaart met een route, die het betreden van het gebied makkelijker maakt voor de buitenlandse toerist. Ook hier komt het oude westerse, imperialistische gedachtegoed dus weer terug.

Een visueel medium waar de website van FOX ook nog gebruik van maakt is een filmpje. Deze is te bekijken op YouTube: <https://www.youtube.com/watch?v=qzujWBZQhOE>. Het filmpje promoot een reis door Thailand, Laos en Cambodja en duurt twee minuten en veertig seconden. De eerste minuut en tien seconden worden besteed aan Thailand. In het filmpje ziet de kijker beelden van tempels, tuk-tuks, monniken, Boeddhabeelden, Boeddhistische rituelen, een stad vanaf het water, optredens in Thaise klederdracht, drijvende



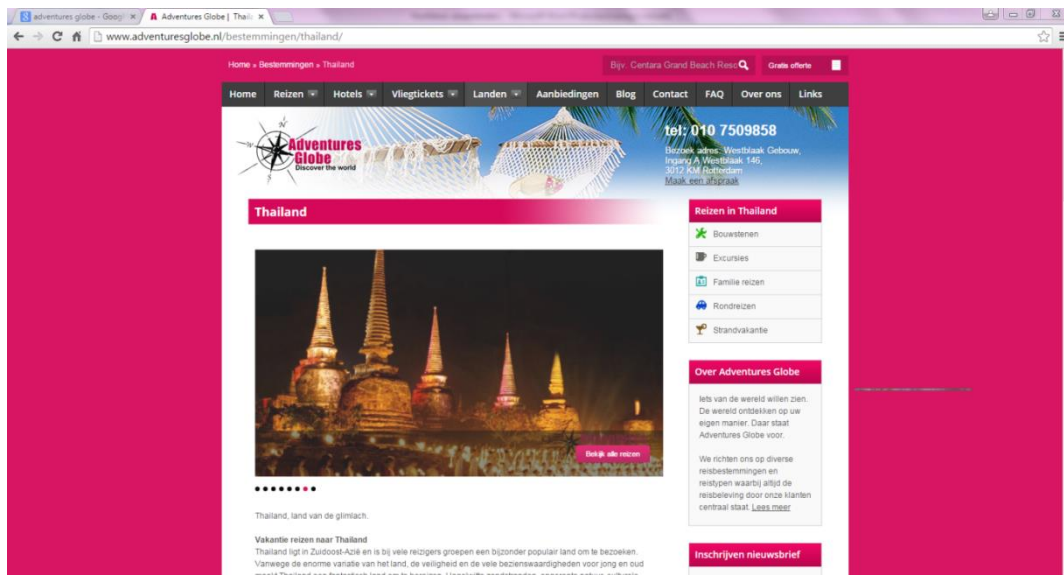
Afbeelding 22: routekaart

<sup>118</sup> Urry, J & Larsen, J. (2011) *The Tourist Gaze 3.0*. Londen: SAGE Publications: 139.

markten, jungle, olifanten, houten hutjes, rijstvelden, strand, resorts met blanke zonnende toeristen en Thaise groetende staf, en de bevolking van 'traditionele bergvolkeren' waaronder meisjes met gouden ringen om hun nek. De mannelijke voice-over levert commentaar bij de beelden. Hierdoor weet de kijker dat de beelden in het begin van Bangkok zijn en dat de mensen aan het einde van het filmpje tot de 'traditionele bergvolkeren' behoren. De uitspraak 'natuurlijk zien we olifanten' legt nadruk op de olifant als toeristische attractie en object van de tourist gaze. Het hele filmpje laat aan de toekomstige toerist zien wat het bekijken waard is en is een opeenvolging van beelden die zijn vormgegeven met een tourist gaze. Daarnaast komt ook in dit filmpje het contrast tussen de luierende, blanke toerist en de werkende, getinte Thai weer naar voren.

Al met al zijn de afbeeldingen op de website van FOX het product van de tourist gaze. Daarnaast is er in het beeldmateriaal sprake van een imperialistische blik. De afbeeldingen laten Thailand zien als vakantieland voor de blanke toerist. De onrust in Thailand komt op geen enkele manier naar voren op het visuele vlak. Waar de tekst nog een poging leek te doen om hierover objectief te zijn, laten de afbeeldingen dit volkomen afweten.

## Adventures Globe



Afbeelding 23: de website van Adventures Globe

Bovenaan de informatiepagina van Adventure Globe staat een kader waarin acht verschillende afbeeldingen elkaar afwisselen. Op de afbeelding ziet de bezoeker achtereenvolgens een jungle met op de voorgrond een boot en op de achtergrond een tempel, een palmboomstrand, een man met strohoed en blote voeten in een houten bootje die bladeren vervoert langs houten huisjes op palen, een stuk koraalrif, twee lachende Thaise vrouwen in klederdracht, twee boeddhistische monniken die een scheve houten brug oversteken, tempels die oplichten in het donker en een tempel in daglicht met fietsers op de voorgrond. Na het zien van deze afbeeldingen krijgt de

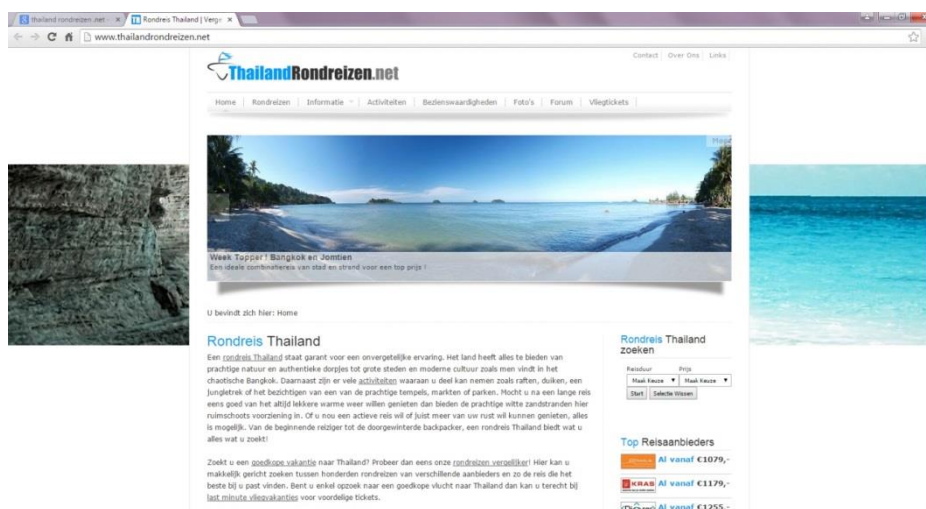
bezoeker een vrij oriëntaals beeld van Thailand. Op de afbeelding met de schamele houten brug waar de monniken over lopen en op de afbeelding met de man in het bootje zonder schoenen, komt Thailand over als een achterstallige regio. Verder komt Thailand exotisch over door het afgebeelde natuurschoon, de tempels en de vrouwen in klederdracht. Wat ook opvalt, is het ontbreken van afbeeldingen met moderne mensen en gebouwen. Hoewel Bangkok bijvoorbeeld in de tekst een aantal keer genoemd wordt, is er op de afbeeldingen weinig te zien van deze metropool. De afbeeldingen op Adventures Globe ontkennen dan ook de moderniteit van Thailand en focussen op haar natuur en historie.



Afbeelding 24: man in boot

De objecten van de afbeeldingen zijn naast oriëntaals ook typische voorbeelden van de tourist gaze: natuurschoon, godshuizen en weinig mensen. Bovendien zijn mensen die hier wel worden afgebeeld allemaal Thais en lijken ze indexen te zijn voor de arme Thaise boer, de boeddhistische monnik en de exotische vrouw.

## Thailand Rondreizen.net



Afbeelding 25: de website van Thailand Rondreizen.net

Ook op de website van Thailand Rondreizen.net staat er bovenaan de pagina een kader waarvan de afbeelding wisselt. Er verschijnen om de beurt vier verschillende afbeeldingen. Drie hiervan zijn van zon, zee en strand, de vierde afbeelding is echter van een stad bij nacht. Hoewel de



nadruk bij deze afbeeldingen dus ligt op een traditionele strandvakantie, is dit wel de eerste keer dat de bezoeker te maken krijgt met een modern stadsbeeld. Het moderne Thailand kwam ook al terug in de tekst van deze website. Op deze website is er dus geen sprake van een ontkenning van het moderne Thailand.



Afbeelding 26: modern stadsbeeld

Naast de afbeeldingen in het kader, staat er ook nog een aantal afbeeldingen onder 'Foto's'. Hier staan zestien foto's die weer een vrij typisch beeld van Thailand geven. Wederom ziet de bezoeker Boeddhabeelden, een drijvende markt, palmstranden, tempels, een monnik, een waterval en een vrouw in klederdracht. Op deze afbeeldingen ziet de bezoeker geen modern Thailand. De nadruk ligt hier op religie, traditie en natuur. Daarnaast ontbreken ook hier de mensen, op een aantal Thai na. In dit geval ziet de bezoeker typische beelden van een marktverkoopster, een boeddhistische monnik en een oude traditioneel geklede vrouw. Deze afbeeldingen zijn dan ook wederom het product van de tourist gaze.

## Conclusie Hoofdstuk 2

In de hypothese in de inleiding werd gesteld dat de reisaanbieders vooral aandacht zouden besteden aan Thailand als vakantieland. Na het analyseren van de voorgaande vier websites, kan deze hypothese bevestigd worden.

NRV Holiday geeft Thailand weer als een vakantieland in zowel woord als beeld. De website gaat niet in op de onrust in het land en promoot zichzelf als een betrokken site voor reizigers. De tourist gaze komt duidelijk terug in de afbeeldingen op de site. Het interactieve gedeelte van de website voegt niets toe aan de objectiviteit van de website van NRV Holiday.

De website van FOX doet een poging om in haar neutrale beschrijvingen objectief te zijn over Thailand, maar faalt hierin als het aankomt op de huidige situatie in het land. De afbeeldingen doen hier niets aan af. Ze zijn duidelijk gemaakt met een tourist gaze waarin Thailand als vakantieland voor de blanke toerist centraal staat.

Wat opvalt aan de website van Adventures Globe, is de nadruk die in de tekst gelegd wordt op de veiligheid van Thailand. De website negeert dus de situatie in het land en zet Thailand enkel neer als vakantieland. Het visuele beeld dat Adventure Globe van Thailand geeft,

laat Thailand eveneens zien als vakantieland door middel van de tourist gaze. Daarnaast laten de afbeeldingen een achterstallig en oriëntaals Thailand zien. De website heeft een rustige beleefde toon, maar bevat ook slordigheden.

Ook Thailand Rondreizen.net geeft Thailand weer als een vakantieland. Ze prijzen vele oude bezienswaardigheden aan en ook het moderne Thaise nachtleven mag volgens hen niet ontbreken bij een vakantie naar Thailand. Dit moderne Thailand komt ook terug in één van de afbeeldingen op de website. Ondanks dit moderne beeld, gaan ze niet in op de meest recente ontwikkelingen in het land. De website klinkt door het gebruik van 'je' minder beleefd dan de andere reisaanbieders.

Al met al lijken de websites van de reisaanbieders op elkaar. Ze zetten Thailand allemaal neer als een vakantieland. Hoewel bij NRV Holiday en bij FOX uit de tekst opgemaakt kan worden dat er meer aan de hand is in Thailand, gaat uiteindelijk geen enkele website in op de onrust in het land. Ook in alle afbeeldingen is Thailand te zien als vakantieland. Geen enkele afbeelding is een uitzondering op de tourist gaze en in sommige afbeeldingen zijn sporen van oriëntalistisch en imperialistisch gedachtegoed terug te vinden.

## Hoofdstuk 3: Blogs

Tegenwoordig krijgen veel mensen een (eerste) indruk van een land als een vriend of familielid op reis gaat en hierover een blog bijhoudt. Hierop kunnen de achterblijvers de goede en slechte verhalen van de bloggers lezen en daardoor een beeld krijgen van een land. Bloggers willen meestal het thuisfront (direct) op de hoogte houden van hun ervaringen elders op de wereld en aan hun familie en vrienden laten weten dat ze in orde zijn. Daarom is de verwachting dat de bloggers Thailand zowel als vakantieland zullen presenteren, als zullen ingaan op de onrust in het land. Om te zien of deze hypothese klopt, zal in dit hoofdstuk een antwoord worden gezocht op de volgende vraag: welk beeld geven blogs van contemporair Thailand? Opnieuw zal in dit hoofdstuk een linguïstische en een visuele analyse volgen. Hierin staan steeds de meest recente blogs van de websites Reis Mee en Reislogger centraal. Daarnaast zal bij Reislogger worden gekeken naar blogs die eerder dit jaar zijn gepubliceerd, om er achter te komen of de bloggers aandacht hebben besteed aan de onrust in het land van begin dit jaar. In de conclusie van dit hoofdstuk zullen de analyses met elkaar worden verbonden.

### Linguïstische Analyse

#### Reis Mee

<http://www.reismee.nl/reisblogs/reisverhalen/azie/thailand/>

Op de eerste pagina van Reis Mee met reisverhalen over Thailand, staan acht blogs. Deze zijn getiteld 'Het zuiden' (16 juli), 'Chiang Rai' (15 juli), 'Ayutthaya' (15 juli), 'Back to basic' (15 juli), 'Umphang' (15 juli), 'khao Yai' (14 juli), 'birma spoor' (13 juli) en 'float house river kwai' (12 juli). Helaas is het op deze website niet mogelijk om blogs te lezen die gepubliceerd zijn vóór 1 juli.

De eerste blog 'Het zuiden' is van Anne (alwaysanne.reismee.nl). Ze schrijft op haar blog over haar verblijf op het eiland Ko Phangan en haar aankomst op het eiland Ko Tao. Anne reist alleen en is blij als ze andere reizigers ontmoet met wie ze tijd kan doorbrengen. Verder nemen de beschrijvingen van haar hostels een belangrijke plek in. Ze is vooral enthousiast over het hostel op Ko Phangan dat aan het strand ligt. Anne heeft op het eiland een strandvakantie: 'Ik heb 4 dagen vakantie geviert en niks uitgevoerd. (Als je elke avond feest en zwemmen niks noemt).' <sup>119</sup>Hoewel de blog 'Het zuiden' heet, liggen de eilanden waar Anne verblijft niet in de buurt van de vier meest zuidelijke provincies waar het onrustig is. Anne schrijft hier dan ook niets over. Verder lijkt een typefout meer of minder voor Anne niets uit te maken. De 'd' en de 's'

---

<sup>119</sup> Alle citaten zijn rechtstreeks overgenomen en bevatten dezelfde woorden, leestekens en fouten als op de blogs.

worden onder andere een paar keer verwisseld. Dit komt een beetje slordig over, maar in een verhaal aan het thuisfront maakt dit waarschijnlijk niet zo veel uit voor Anne.

De tweede blog is van Maxime (MaximeKoedoot.reismee.nl). Ze schrijft over haar verblijf in Chiang Rai bij een 'bergstam'. In deze blog maakt ze op een gegeven moment een vergelijking tussen Thailand en Nederland:

Alle tassen en wijzelf moesten in de bak achter in de auto zitten. De bak was echt helemaal vol. Zo iets zou al nooit in Nederland worden toegestaan en hier mag dat gewoon!

Wat Maxime hier beschrijft, lijkt niet de veiligste manier van reizen, desondanks klinkt ze enthousiast over dit veiligheidsverschil door haar overdrijving met 'nooit' en het uitroepteken aan het einde van de zin. Ze is niet kritisch wanneer het aankomt op dergelijke cultuurverschillen. Voor haar lijkt het een grote belevenis. Dit blijkt ook uit haar beschrijving van het dorp:

We mochten tot 3 uur smiddags even relaxen en daarna kregen we een rondleiding in het 'dorp' en kregen we uitleg over verschillende heilige plekken. Ze hebben hier een school en op die school zitten in totaal 14 leerlingen en het is 1 klaslokaal. De 'supermarkt' is een huis van iemand met 1 kast en 1 koelkast met spullen. We hebben vanaf hier ook echt een prachtig uitzicht omdat we helemaal hoog in de bergen zitten. [...] We hebben hier een wc en een douche, echte luxe!

Maxime lijkt te genieten van de cultuurverschillen. Dat de leefomstandigheden in het dorpje minder zijn dan ze gewend is, is voor haar geen probleem. Ook komen er in dit citaat twee foutjes naar voren: 'smiddags' en 'spullen'. Deze slordigheidsfoutjes komen nonchalant over. Tijdens haar vakantie maakt het Maxime klaarblijkelijk niet zo veel uit of haar familie en vrienden een paar taalfouten meer of minder te zien krijgen. Verder komt ook de tourist gaze naar voren in de volgende beschrijving:

Het was echt een prachtig uitzicht, niet normaal. De bergstammen waren ook prachtig om te zien vanuit de verte. Alle huizen van hout bamboe en klei tussen al het groen in de bergen.

Maxime beleeft duidelijk plezier aan de exotische flora en fauna en het beeld dat ze beschrijft zou zo in een reisgids kunnen staan. Niks in de blog van Maxime is negatief. Thailand is voor haar een leuk vakantie­land waar ze enthousiast over schrijft.

De blogs 'Ayutthaya', 'kho Yai', 'birma spoor' en 'float house river kwai' zijn allemaal van Noor (noordijken.reismee.nl). Deze zullen na elkaar in chronologische volgorde worden geanalyseerd. In de blog van 12 juli schrijft Noor over haar verblijf in een Thais dorpje, waar ze in een 'float house' sliep. Haar toon is anders dan die van Maxime. Ze schrijft het volgende over haar aankomst:

We kwamen schitterende huizen tegen van de rijke thaise maar ook krotte dat ze maar net een dak boven hun hoofd hebben. Aangekomen bij de floathouse kregen we een rondleiding door het dorp waar arme thaise wonen. Geen stroom helemaal niks huizen op palen van bamboe omdat dit het goedkoopste is. De beesten werden onder het huis geslacht voor het avondeten. Nog bij een school geweest waar 30 kinderen op de hele school zaten, alle leeftijden door elkaar.

Het beeld dat hier geschetst wordt, is net als in de voorgaande blog vrij primitief, maar de toon is heel anders. Noor klinkt wat oneerbiedig door haar woordkeuze: 'krotte', 'arme thaise', 'helemaal niks', 'het goedkoopste', 'beesten'. Ze had bijvoorbeeld ook kunnen schrijven over 'houten huisjes' en 'dieren'. Daarnaast zorgt het gebrek aan komma's ervoor dat de tekst op de lezer overkomt als een stroom aan negatieve informatie. Noor moet klaarblijkelijk wennen aan de omstandigheden, want ze blijft hier maar over doorschrijven:

Eenmaal binnen was er geen stroom geen water helemaal niks, douchen bij de wc en het water liep zo door de planken heen de rivier in. Dus ook geen wifi, ik zet dit nu in notities en het erop als we weer wifi ergens hebben. [...] Na een koude douche en in het donker met een olielamp een klein beetje opgefrist. Maar na 4 uur was me haar nog niet droog en een föhn kon ik niet even pakken.

Dit zijn negatief gekleurde beschrijvingen omdat het Thaise dorpje hier wordt neergezet als arm en achterstallig. Daarnaast is de woordkeuze van Noor vaak niet correct, zoals: 'me haar'. Hierdoor komt ze niet altijd even intelligent op de lezer over. Verder komt het grote belang van het internet hierin naar voren. Noor maakt tijdens haar vakantie notities voor wat ze later op haar blog zal schrijven. Tegenwoordig is het thuisfront op de hoogte houden van wat je doet op vakantie, een groot onderdeel geworden van de reisbeleving zelf. Ervaringen en emoties zijn pas

reëel als ze door anderen gevalideerd worden.<sup>120</sup> Hoewel op alle blogs korte reacties van het thuisfront komen, is deze communicatie voor Noor duidelijk van groot belang.

In haar tweede blog schrijft Noor over haar reis van het dorpje, over het 'birma spoor' naar Bangkok. Hierin is luxe weer een thema dat vaak naar voren komt.

De trein was nog uit de tijd dat het spoor is gebouwd. Rechte banken geen airco niks. Het laatste stuk was heel erg mooi je zag daarnog hoe ze de rotsen hadden uitgehakt en de houten brug die gebouwd was. In de laatste jaren is het wel verstevigd maar de constructie nog het zelfde gebleven. [...] In het hotel kregen we weer de sleutel maar nu van de luxe kamers op de 12<sup>e</sup> verdieping. [...] De foto's komen nog hier in dit hotel lukt het niet wifi is erg slecht.

Wat verder opvalt aan deze beschrijving, is het belang van het feit dat de constructie van de brug nog hetzelfde is gebleven als in de tijd dat deze gebouwd werd. Hierin komt een hang naar het oude en 'authentieke' naar voren. Tegelijkertijd heeft Noor ook in deze blog weer moeite met het gebrekkige internet. Dit benadrukt weer hoe belangrijk ze het vindt om haar familie en vrienden in Nederland zowel in woord als in beeld op de hoogte te houden.

'Khao Yai' is Noor haar minst veelzeggende blog. Ze schrijft hierin over haar wandeltocht door de jungle en haar avondsafari met een pick-up daarna. Op beide tochten heeft ze veel dieren gezien. Ook spelen foto's in deze blog weer een belangrijke rol: 'Eenmaal aangekomen eerst op een paar uit kijk punten gestaan om foto's te maken.'

In de blog 'Ayutthaya' komt Noor weer vrij oneerbiedig naar voren in haar eigen beschrijvingen:

Eerst naar de tempels die 700 jaar geleden waren verwoest was wel mooi om te zien, we hadden het erg warm dus een vlug rondje gemaakt we vonden het wel prima wat foto's gemaakt, daarna nog een rondje over een markt gedaan. [...] Daarna naar het zomerpaleis geweest van een of andere koning ook erg mooi om door alles heen te lopen. Er zijn hier 44 koningen dus ook genoeg paleizen.

Hier krijgt de lezer het beeld van een ongeïnteresseerde toerist die alleen maar even snel foto's wil nemen als bewijs voor het thuisfront om te laten zien dat ze daadwerkelijk bij die mooie

---

<sup>120</sup> Turkle, S. (2012) 'Always-on/always-on-you: The tethered self', in: James Katz, *Handbook of Mobile Communication and Social Change*. Cambridge, MA: MIT Press. <http://sodacity.net/system/files/Sherry-Turkle-The-Tethered-Self.pdf>

tempel en dat mooie paleis is geweest. Ook komt uit de tekst naar voren dat het voor Noor belangrijk is dat ze 'genoeg' objecten kan bekijken. Verder is Noor in deze blog niet verbaasd over de primitieve leefomstandigheden, maar over de goede hygiëne: 'Het verbaast ons wel dat alles er heel schoon uitziet. De schalen waar het eten op ligt is allemaal schoon de mensen ontzettend vriendelijk.' Noor heeft klaarblijkelijk een primitief en achterstallig beeld van Thailand, maar bovenal is Noor een moderne, westerse toerist.

In 'Back to basic' schrijft Florianne (thailandmeetsflo.reismee.nl) uitgebreid over haar tocht naar een bergstam en haar verblijf daar, haar bezoek aan een olifantenkamp en 'de Witte tempel', haar niet zo grappige reisleader, haar vermoeidheid, verbrande huid en vervelende reisgenoot Alex. Ook in deze blog komt het belang van internet, technologie en foto's weer naar voren:

Ik leef nog, dus even een snelle korte update op een computer van een meisje hier van de hil tribe village homestay waar we slapen (ja bij mensen thuis betekent dat letterlijk). Ik leen haar laptop voor foto's kopiëren, veeel mooie foto's. [...] Ik ben nu ondertussen fijn de foto's aan het kopiëren van mijn camera op usb wat echt forever duurt!

Florianne vindt het dus net als Noor belangrijk om het thuisfront op de hoogte te houden met haar verhalen en foto's. Verder is Florianne haar beschrijving van een 'traditionele oma' opvallend:

We slapen dus bij een thuis met 6 meisjes al (ze willen een jongen namelijk) en een grappige traditionele oma met echt die kleren. ze zit hier nu naast me iets te breien. Ze heeft zo een gewaad aan en shiny dingen op haar hoofd haha, hoe vet.

Voordat Florianne naar Thailand ging had ze duidelijk al een beeld bij de traditionele Thai, want de oude vrouw heeft 'echt die kleren' en 'zo een gewaad aan'. Ook blijkt uit de beschrijving 'hoe vet' ze het vindt dat haar beeld bevestigd wordt. Daarnaast geniet Florianne van het natuurschoon van Thailand: Ze schrijft: 'De uitzichten onderweg waren wel prachtig uiteraard' en 'de view is breathtaking'. Het belang van de tourist gaze komt hierin ook naar voren. Kijken naar de flora en fauna en de traditionele bevolking is een belangrijk onderdeel van Florianne's vakantie. Toch lijkt ook zij af en toe moeite te hebben met de Thaise levensstandaard:

In Chian Rai waren we eerst een nacht in een heel cute hotel gebleven, en daarna in een homestay(whyyy? bye bye luxe), wat letterlijk slapen op een verhoogde takken grond was... zo primitief!!! Oh my god haha.

Het beeld dat hier geschetst wordt is niet erg positief, maar toch lijkt Florianne er de lol van in te kunnen zien. Opvallend aan de blog van Florianne is haar toon en taalgebruik. Ten eerste maakt ze veel gebruik van Engelse woorden, zoals: 'forever', 'shiny', 'breathtaking', 'cute', 'homestay', en 'Oh my god'. Dit wijst erop dat ze zich als persoon richt op Engels taalgebied. Engelstalige landen hebben voor haar dus een zekere autoriteit die andere landen niet hebben. Florianne heeft zich de taal eigen gemaakt en die behoort nu tot haar standaard vocabulaire. Waarschijnlijk vindt ze de Engelse woorden 'hip' klinken. Daarnaast schrijft Florianne erg sprekend. Ze maakt veel gebruik van uitroeptekens, overdrijvingen en humor. Een aantal keer schrijft ze zelfs letterlijk 'haha', bijvoorbeeld in het laatste citaat. Florianne klinkt als een iemand die om zichzelf kan lachen en om de situaties waarin ze terecht komt. Verder ontkomt de lezer ook op de blog van Florianne niet aan slordigheden. De zinnen lopen vaak niet helemaal lekker, zoals ook uit de eerdere voorbeelden blijkt. Dit wekt de indruk dat ook Florianne zich op haar blog geen zorgen maakt om taalregels. Een ander opmerkelijk stukje in de blog van Florianne betreft haar bezoek aan een olifantenkamp:

Gister gingen we fietsen vanaf Chiang Rai naar een olifanten kamp (waar ze zielig aan ketting stonden en je er op kon rijden met zo een stoeltje, wat iedereen zielig vond dus niet gedaan)

Dit is de eerste keer dat dierenleed naar voren komt op één van de blogs in dit onderzoek. Hier dus niet alleen positieve beschrijvingen van dit leuke vakantie-land, maar ook een kritische blik als het gaat om één van de toeristische 'attracties' van dit land.

In de blog 'Umphang' schrijft Jim ([jimhijink1.reismee.nl](http://jimhijink1.reismee.nl)) over zijn ervaringen in 'monkey town', de eerste avond in Bangkok en daarna nog twee zinnen over de eerste dag in deze stad. In de alinea over monkey town beschrijft Jim vooral hoe de apen op hem afkwamen en op hem klonnen. Dat was 'eerst even wennen [...] maar daarna wel heel erg leuk.' Over het soort park waar hij was of hoe de apen daar leven, schrijft hij niet. Voor hem lijkt het met name een 'leuke' ervaring. In de alinea over de eerste avond in Bangkok schrijft hij: 'Eenmaal klaar gingen we met een tuc tuc naar het centrum de rit was heel erg leuk.' Vervolgens gingen Jim en zijn vrienden die avond naar twee bars. Zijn beschrijving is niet uitvoerig. In de eerste bar hadden ze live muziek en vervolgens gingen ze naar de tweede bar zodat ook de vrienden die later kwamen en nog geen twintig waren, konden drinken. Dit zou over bijna iedere uitgaansavond in iedere stad kunnen gaan. Het lijkt erop alsof Jim zijn blog niet heeft afgemaakt. De laatste alinea over de volgende dag bestaat enkel uit de zinnen: 'Op zaterdag zijn we op[ ]tijd opgestaan om een paar dingen te bezichtigen. als eerst gingen we naar het kingspalace.' Jim doet hier wat iedere toerist



doet in een stad als Bangkok: naar objecten kijken. Verder is er ook op de blog van Jim sprake van taalfouten. Dit wekt weer een slordige indruk bij de lezer.

Deze bloggers zijn typische moderne toeristen. Hun beschrijvingen zijn vaak gekleurd door de tourist gaze. Ze hebben bepaalde verwachtingen van wat ze zullen zien en dit leest de bezoeker terug in de tekst. Het bezichtigen van oude gebouwen en tempels en het bezoeken van een bergstam is voor veel van hen een belangrijk onderdeel van de vakantie. Hierbij zien ze 'traditionele' en 'arme' Thai en exotische flora en fauna. Daarnaast speelt moderne technologie een belangrijke rol voor veel van hen. Dit is met name duidelijk in de blogs van Noor en Florianne. Alle bloggers willen echter het thuisfront op de hoogte houden van hun belevenissen. De erkenning van hun ervaringen door de achtergebleven familie en vrienden is van groot belang tijdens de vakantie. Ook blijkt uit de blogs dat slordigheden er klaarblijkelijk niet toe doen wanneer de verhalen gericht zijn aan het thuisfront of omdat de blogger zorgeloos op vakantie is. Verder blijkt uit de blog van Florianne dat niet alle reizigers blind zijn voor dierenleed. Ten slotte is het jammer dat het op deze website niet mogelijk is om blogs van eerder dit jaar te lezen. Alle bloggers waren in veilige Thaise gebieden en sinds mei is het bovendien rustig in Thailand. Het is dan ook niet verrassend dat Thailand in de beschrijvingen vooral naar voren komt als een rustig vakantieland.

### **Reislogger**

<http://www.reislogger.nl/locatie/thailand>

De acht meest recente blogs op Reislogger zijn getiteld 'Bangkok dag 2' (16 juli), 'Reisdag naar Chiang Mai' (15 juli), 'Thailand....' (16 juli), 'Erawan watervallen (dag 4)' (16 juli), 'Baan Chang elephant park' (16 juli), 'Eerste week alweer voorbij' (16 juli), 'Van Bangkok naar Kanchanaburi (dag 3)' (15 juli) en 'Donderdag 16 juli' (16 juli). Na een analyse van deze blogs zal gekeken worden naar de blogs van eerder dit jaar om te zien of de bloggers aandacht hebben besteed aan de toenmalige onrust.

De eerste blog is van 'Lout en Ier' (loutenierinthailand.reislogger.nl). Ze beschrijven in hun blog hoe ze Bangkok hebben bezichtigd met de Tuk Tuk. Ze wilden eerst naar een tempel, maar 'Onderweg daar naar toe bleek deze echter gesloten te zijn wegens een belangrijke dag ter ere van de koning, koningin en hun dochter.' Hieruit blijkt weer eens dat het koningshuis een belangrijke plaats inneemt in Thailand. Met de Tuk Tuk gingen Lout en Ier naar een uitkijkpunt en een tempel net als iedere toerist, maar dankzij hun Tuk Tuk bestuurder maken ze een interessante tussenstop:

De volgende stop zou de 'Big Buddha' worden maar helaas gebeurde hetgeen waar we in Nederland wel 100 keer voor gewaarschuwd waren. We belandden in een soort Thaise

suitsupply waar Boehnmi ons vroeg 10 minuten binnen te kijken. We hoefden niks te kopen, maar alleen een kijken. Na 10 seconden stonden we alweer buiten maar dat was niet de bedoeling, het bleek dat wanneer we 10 minuten binnen zouden blijven Boehnmi zijn bezine vergoed zou krijgen. Hier hadden wij natuurlijk onze vraagtekens bij. Uiteindelijk besloten we toch maar een goede daad te verrichten en zo onze vriend te behouden.

Laut en Ier besluiten hier op een positieve manier om te gaan met een onprettige situatie tijdens hun vakantie. Daarnaast speelt het maken van foto's op de vakantie van Laut en Ier weer een noemenswaardig onderdeel: 'Hier hebben we nog wat foto's gemaakt'. Ook Laut en Ier willen hun ervaringen dus vastleggen. Verder tonen Lout en Ier interesse in de Thaise cultuur en bevolking:

Wat we hier tot nu toe zeker gemerkt hebben is dat de Thai super vriendelijk en behulpzaam is. Ze vertellen graag over hun cultuur maar zijn ook erg geïnteresseerd in ons.

Laut en Ier zijn twee betrokken reizigers die in gesprek gaan met de bevolking en er tegelijkertijd niet voor schromen ook de onprettige kanten van Thailand te beschrijven. Hun geïnteresseerde houding komt ook terug in de toon van hun blog. Ze maken over het algemeen duidelijke zinsconstructies en ook over hun woordkeuze lijkt te zijn nagedacht, zoals uit de eerdere citaten blijkt. Toch ontkomt ook de blog van Lout en Ier niet aan een paar typefouten, zoals 'een' in plaats van 'even', 'bezine' in plaats van 'benzine' en 'i' in plaats van 'in'. Dit geeft een slordige indruk en staat in contrast met de rest van de verder nette blog. Waarschijnlijk zijn Lout en Ier normaal prima in staat om dit soort fouten te voorkomen, maar zijn ook zij minder oplettend vanwege hun vakantie en omdat de blog gericht is aan vrienden en familie. Verder komt ook op deze blog de Engelse taal één keer terug. Lout en Ier schrijven: 'het was dus tijd voor some Thais food!'. Het uitroepteken draagt bij aan de enthousiaste intonatie van de Engelse woorden. Lout en Ier vinden dit duidelijk hip klinken.

In de tweede blog schrijven Teunis en Rebecca ([teunisenrebecca.reislogger.nl](http://teunisenrebecca.reislogger.nl)) over hun 'Reisdag naar Chiang Mai'. Er gebeurt niet veel opmerkelijks op de reis naar hun bestemming. Ze gaan met het vliegtuig, nemen een taxi naar hun hotel met zeer klantgerichte eigenaresse en gaan daarna nog even Chiang Mai in. Het hotel wordt beschreven als 'een klein paradijs' dat van alle gemakken is voorzien. Verder houden ook Teun en Rebecca het thuisfront graag zowel in woord als in beeld op de hoogte. Aan het einde van het reisverslag staat: 'met een songthaew (rode picknick up op de foto) weer terug naar het hotel.' Naast de verwijzing naar de foto, staat

er in deze zin ook een vrij grove fout: 'picknick up' in plaats van 'pick-up'. Ook bij deze blog staat deze fout echter in contrast met de rest van de tekst. De grammatica, spelling en zinsconstructies van Teunis en Rebecca zijn namelijk verder bijna helemaal correct. Ze vinden dit duidelijk belangrijk. Wat ook opvalt is de interpunctie aan het einde van het volgende citaat: '[...] in de aankomsthal stond er niemand met een bordje met de naam 'Bos' op ons te wachten. En dat leek me nog wel zo cool ;)'. Met deze leestekens wordt een knipogende 'smiley' bedoeld. Dit is een lachend gezichtje. Teunis of Rebecca vindt dit waarschijnlijk 'cool' staan. Daarnaast geeft de smiley aan dat er hier sprake is van zelfironie. Teunis of Rebecca is een beetje beschaamd over het feit dat hij/zij het 'cool' vindt dat er iemand met een bordje op hen zou wachten. Op deze manier wordt er een grapje van gemaakt.

De blog 'Thailand...' Van Teun en Jolanda ([teunenjolanda.reislogger.nl](http://teunenjolanda.reislogger.nl)) is erg kort. Ze zijn net aangekomen in Thailand, hebben gegeten en liggen in hun 'hutje aan het strand'. Wat vooral opvallend is, is dat ze blijkbaar het thuisfront snel wilden informeren over hun aankomst. Het internet en moderne technologie zijn voor Teun en Jolanda dus belangrijk. Omdat de blog van Teun en Jolanda erg kort is, is het moeilijk om iets te zeggen over de toon. Ook op deze blog komt het gebruik van een smiley echter terug: 'Vanochtend om 9.00 vertrokken en om 19.30 aangekomen in Thailand. En dan hebben we het nog niet eens over het tijdsverschil van een uur... :S'. In dit geval kijkt de smiley beteuterd. Teun en Jolanda vonden het klaarblijkelijk niet leuk dat hun reis lang duurde. De smiley is hier een snelle uitdrukking van. Bovendien benadrukt het gezichtje hun negatieve gevoel.

De blogs 'Erawan watervallen (dag 4)' en 'Van Bangkok naar Kanchanaburi (dag 3)' zijn allebei van Robbe ([robbe.reislogger.nl](http://robbe.reislogger.nl)). Uit de blogs komt naar voren dat Robbe niet zulke goede ervaringen heeft gehad met de lokale bevolking. In de blog 'Van Bangkok naar Kanchanaburi (dag 3)' staat:

We waren vastberaden om ons niet weer door een local van de wijs te laten brengen en dat is gelukt! [...]De nieuwe taxi-chauffeur wist waar we moesten zijn er bracht ons op het juiste station. Daar aangekomen bleek al gauw dat er een groot gedeelte van de spoorweg wegens werkzaamheden was gesloten. [...] Stiekem hadden we beiden een beetje onze vraagtekens bij de betrouwbaarheid van dit verhaal, maar tegelijkertijd voelden we onze stoere back-packers.

Ook in de volgende blog is Robbe nog steeds wantrouwend:

Eenmaal aangekomen op het busstation zijn we nog steeds een beetje wantrouwend in welke bus we nu moeten stappen. Vooral als een meneer ons al staat te roepen van

meters afstand, hebben we de neiging niet te willen luisteren. Want we weten inmiddels wat er van vriendelijk lachen en vragen beantwoorden komt...

Robbe blijft kritisch en wantrouwig door een vervelende ervaring die ze eerder had. Ondanks dit geniet ze wel van haar vakantie en blijft ze net als iedere toerist bezienswaardigheden bezoeken:

Na de verwondering van alle rijkdom, het op blote voeten bezoeken van de prachtige tempels en het bekeken worden door een basisschoolklas die op excursie waren, zijn we ons even snel af gaan spoelen in het hotel voordat we uitcheckten.

Interessant is hier dat Robbe en haar vriend niet alleen dingen bezichtigen, maar ook zelf bekeken worden. Voor de (waarschijnlijk Thaise) basisschoolklas waren zij (blanke toeristen) net zo interessant als de tempels. Uit het voorgaande blijkt ook dat Robbe een echte toerist is, maar tegelijkertijd vereenzelvigd ze zich meer met het discours van een reiziger of een 'stoere backpacker', zoals de bezoeker eerder al kon lezen. In haar blogs schrijft ze namelijk enthousiast over de 'spannende' ervaringen van haar reis. Ze schrijft: 'Uiteraard liep dat iets anders dan gepland, maar dat maakt de reis zo spannend.' en 'Naast de verkoeling bracht het ook de echte klimmers in ons naar boven, want de stenen en de modder maakte alles nog nét even iets spectaculairder.' Tegelijkertijd klinken haar beschrijvingen een beetje ironisch. Ze lijkt zichzelf niet al te serieus te nemen als 'stoere backpacker'. In de tweede blog komt verder het belang van moderne technologie weer naar voren: 'Deze begeleidde ons vriendelijk het sardineblik in om vervolgens plaats te nemen in het gangpad tussen de stoelen (zie foto).' De toon van de twee blogs is aangenaam. Robbe schrijft op een sprekende manier over haar belevenissen, maar tegelijkertijd zijn er ook op haar blog slordigheden te vinden, zoals 'onze' in plaats van 'ons' in het eerste citaat. Daarnaast maakt ook Robbe soms gebruik van Engelse woorden om hip te klinken, bijvoorbeeld: 'grand palace', 'local' en 'spicy'. Verder maakt Robbe op een interessante manier gebruik van leestekens. Ten eerste maakt ook zij gebruik van een knipogende smiley: 'door naar het busstation (een makkie op dag 4 ;-)' ). In dit geval geeft de knipoog aan dat de lezer deel uitmaakt van een grap. Eerder was het vinden van het busstation namelijk niet zo makkelijk geweest. Daarnaast maakt Robbe gebruik van een 'hashtag': 'Eenmaal aangekomen bij waterval 7 was het regenen gestopt en konden we een verfrissende duik nemen in de wateren van waterval #7.' Robbe vindt het gebruik van de leestekens op dergelijke wijze duidelijk hip en eigentijds. Ze had '#7' namelijk niet aan de zin hoeven toe te voegen om de boodschap te verduidelijken.

In de blog 'Baan Chang elephant park' schrijft Tom (thamaker.reislogger.nl) over zijn ervaring in een fabriek die papier maakt van uitwerpselen en in een olifantenpark. Tom is erg begaan met het welzijn van de olifanten. Hij schrijft:

De hele dag op pad met olifanten om ze te verzorgen. [...] Wie had ookal weer besloten dat we niet op de olifanten wilde rijden???? ;- ) :-). Het was flink off road wandelen, berg op berg af.[...] Ze werden ook met zachte hand behandeld.

Tom gaat de hele dag met de olifanten op pad. Hij verzorgt de olifanten en gaat niet op hun rug zitten, in plaats daarvan loopt hij mee. Ook voor Tom is het belangrijk dat zijn ervaring is vastgelegd: 'Veel foto's en films zijn het gevolg.' Wat verder opvalt aan de blog van Tom is het herhaaldelijke gebruik van leestekens en letters om zaken te benadrukken, zoals: 'Mmmmmm heerlijk!!!!', 'Ze zijn zooooo groot' en 'Nieuwsgierig naar alles?? Kom snel een keer kijken!!!'. Tom komt hierdoor erg enthousiast over. Zijn zinnen lopen over het algemeen goed en er zijn geen opvallende slordigheden. Tom klinkt als een enthousiaste reiziger die geniet van zijn vakantie, maar ook als iemand die met een kritische blik kan kijken

Kim (kimk.reislogger.nl) schrijft in haar blog 'Eerste week al voorbij..' over haar tijd in Bangkok en op het eiland Koh Lanta. In Bangkok beleeft ze hetzelfde avontuur met de tuk tuk chauffeur als Laut en Ier. Gelukkig loopt de tussenstop bij de kledingzaak ook voor Kim goed af en wordt ze niet opgelicht. Daarnaast schrijft Kim in haar blog veel over toeristen. Dat ze zelf een toerist is die van alles bezichtigt, lijkt ze zich niet helemaal te realiseren. Ze gaat zelf 'langs het toerist office om buskaartjes te kopen' en klaagt daarna over de hoeveelheid toeristen bij een tempel: 'Toeristen all over the place!'. Ook Kim vindt Engels klaarblijkelijk hip klinken. Verder is in haar blog maar één echte slordigheidsfout te vinden: 'boor' in plaats van 'voor'. Daarnaast ontbreken er soms komma's, maar over het algemeen schrijft Kim in correct Nederlands. Kim besteedt in haar blog aandacht aan de leuke en minder leuke gebeurtenissen van haar vakantie, maar blijft positief klinken.

In de blog 'Donderdag 16 juli' van Tim en Simone (timensimone.reislogger.nl) kan de bezoeker lezen over hoe zij de aalmoesronde van de Boeddhistische monniken gadeslaan, een tochtje maken in een longtailboot in Bangkok en een Thaise kookcursus volgen. Uit deze blog blijkt ook hoe afhankelijk Tim en Simone zijn van het internet: 'Vannacht hadden we de wekker om 4u gezet omdat ik op internet gelezen had dat de monniken dan hun ochtendronde lopen voor een aalmoes in de vorm van eten.'. Dit bleek echter niet te kloppen en ze waren voor niets zo vroeg opgestaan. Uiteindelijk krijgen ze de monniken toch nog te zien: 'we hebben deze mooie traditie met eigen ogen mogen aanschouwen.' Het kijken naar deze gebeurtenis is hier van belang. Bij hun tochtje in de longtailboot staat dit weer centraal: 'Het was heel leuk om de stad

op deze manier te zien!'. De tekst leest makkelijk. De zinnen lopen goed en er staan bijna geen slordigheden in de tekst. Tim en Simone zijn niet onzorgvuldig als het op hun taalgebruik aankomt. Daarnaast staan er ook in deze blog een paar Engelse woorden, zoals 'monkey proof' en 'rooftopbar'. Ook voor Tim en Simone hebben Engelstalige landen dus een zekere autoriteit. Het Engelse vocabulaire klinkt voor hen hip. Verder komt de lezer ook in deze tekst een smiley tegen: '[...] we hebben dan ook heerlijk gesmuld van onze zelfgebrouwen gerechten. :)'. Het lachende gezichtje lijkt erop te duiden dat ze trots zijn op het resultaat van hun kookcursus.

Uit de acht meest recente blogs op Reislogger blijkt weer hoe afhankelijk de moderne toerist is van het internet en andere moderne technologie. Ook deze bloggers willen het thuisfront op de hoogte houden van hun belevenissen. De verhalen op Reislogger lijken minder gekleurd door een tourist gaze dan de blogs op Reis Mee. Ze zijn betrokken, wantrouwig en kritisch. Dit komt echter ook omdat ze in minder prettige situaties terecht komen. Ook deze bloggers bezichtigen tempels en andere attracties net als iedere toerist. Daarnaast komt ook hier, in de blog van Tom, dierenleed naar voren. Verder is het vele gebruik van Engelse woorden en smileys om 'hip' te klinken opvallend.

Op Reislogger is het mogelijk om ook de blogs van begin dit jaar te lezen. Het is nu de vraag of de bloggers in hun reisverslagen ook aandacht besteden aan de onrust in Thailand. De laatste ongeregelde heden in Thailand vonden plaats op vrijdag 22 mei 2015, toen demonstranten in Bangkok werden opgepakt. Verder waren er begin mei bomaanslagen in de zuidelijke provincie Yala, in april een bomaanslag op het eiland Koh Samui en in februari een bomaanslag in Bangkok. Vanaf 1 februari tot en met 31 mei zijn er in totaal 470 blogs op Reislogger gepost. Al deze blogs zijn gescand op de woorden: 'onrust', 'veilig', 'bom', 'arrestatie', 'demonstratie', 'aanslag', 'protest', 'Samui', 'Yala' en 'zuid'. Wanneer een woord in de tekst voorkwam, werd verder gelezen om te zien of er ook daadwerkelijk over de onrust geschreven werd. Een aantal zaken viel op bij het scannen van de blogs.

Ten eerste blijkt dat veel Nederlanders naar Koh Samui op vakantie zijn gegaan, tot de aanslag in april. Daarna wordt Koh Samui nog maar één keer genoemd. Op de blog 'More of Thailand' van 28 mei schrijft Lisa ([lisaopreis.reislogger.nl](http://lisaopreis.reislogger.nl)):

Echter besloten om Koh Samui over te slaan en naar het vaste land te gaan om daar naar Khao Sok NP te gaan en Nick besloot gezellig met me mee te gaan!

Waarom Lisa besluit om Koh Samui over te slaan, schrijft ze niet. Er is echter een kans dat ze besloten heeft om niet naar Koh Samui te gaan vanwege de aanslag die daar eerder die maand plaatsvond.

Daarnaast wordt er op slechts twee blogs aandacht besteed aan de onrust in Thailand. Op 27 maart schrijft Aggie (aggieopdefiets.reislogger.nl) in haar blog 'Op weg naar het zuiden.':

Een probleem is nu: er zijn al sinds 2004 onlusten en ongeregelheden in de 4 zuidoostelijke provincies van Thailand. Sinds 2011 is dit in hevigheid toegenomen en heeft al aan meer dan 4000 mensen het leven gekost. Er is ons ten zeerste afgeraden om door dat gebied te reizen, zeker niet per trein en/ of bus. Risico bestaat uit gijzeling, moord- dan wel bomaanslagen. Daar gaan we dus niet voor. Het wachten is nu op advies m.b.t. route, c.q. reismogelijkheden. Wel spannend.

Aggie wil door de zuidelijke provincies richting Maleisië reizen. Dit is problematisch vanwege de onrust in dit gedeelte van Thailand. Het zuiden van Thailand komt in de blog van Aggie naar voren als een conflictgebied. De ernstige feiten die Aggie beschrijft, lijken haar echter niet af te schrikken. Het wachten op het reisadvies om door het zuiden van Thailand te reizen, beschrijft ze met 'spannend'. De ongeregelheden in Thailand klinken door deze woordkeuze minder ernstig.

Verder schrijft Ellen (ellensnel.reislogger.nl) op 19 februari in haar blog 'Thailand: Koh Phangan, Koh Tao, Cha-am, Bangkok':

De volgende dag zijn we naar Koh Tao gegaan. De boot kostte meer dan we hadden verwacht, en afgelopen tijd zijn daar verschillende toeristen verkracht en vermoord, maar we hadden gehoord dat dit het leukste eiland van de drie (Samui, Phangan en Tao) moest zijn en niemand zich er onveilig had gevoeld,, daarom besloten We er toch heen te gaan.

In september 2014 zijn er op Koh Tao inderdaad twee Britse toeristen op brute wijze om het leven gebracht.<sup>121</sup> De bomaanslag op Koh Samui heeft op dat moment nog niet plaats gevonden. Hieruit blijkt hoe onrustig het ook op de vakantie-eilanden in Thailand is. In februari lijkt het voorval uit september 2014 echter al enigszins te zijn overgewaaid, want Ellen had gehoord dat 'niemand zich er onveilig had gevoeld' en gaat er gewoon naartoe. Ellen belicht hier een gebeurtenis die een negatief beeld opwekt van Thailand, terwijl ze tegelijkertijd de ernst ervan vermindert omdat ze besluit naar Koh Tao te gaan.

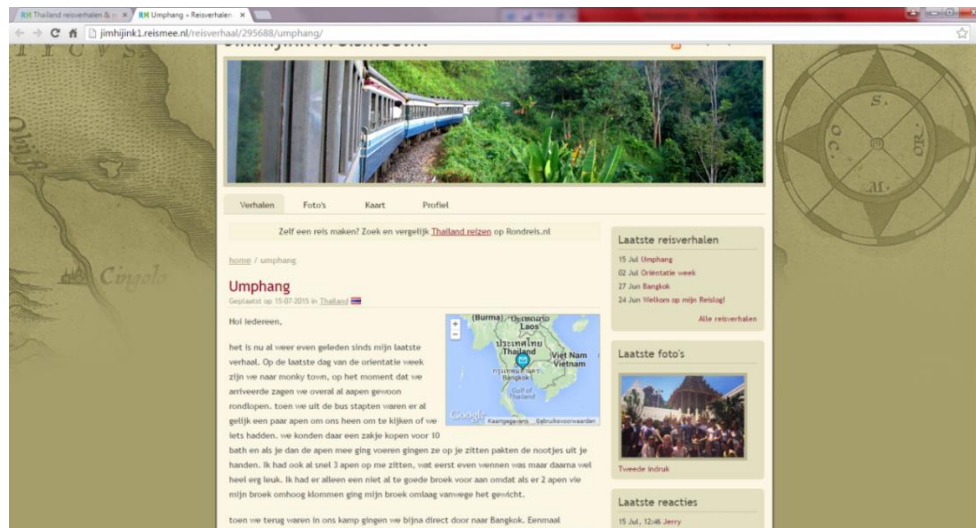
---

<sup>121</sup> Walker, P. (2014) 'Koh Tao's dark side: dangers of island where Britons were murdered', in: *the guardian*. <http://www.theguardian.com/uk-news/2014/nov/23/briton-thailand-murder-hannah-witheridge-david-miller-mystery-mafia-fear> (19-7-2015).

De bloggers besteden dus aandacht aan de onrust in Thailand, maar hier moet bij vermeld worden dat dit erg weinig gebeurt. Van alle blogs zijn er slechts twee waarin de ongeregeldeheden naar voren komen. Bij deze blogs wordt bovendien op oude ongeregeldeheden teruggekeken. De meer recente aanslagen uit februari, april en mei worden niet besproken. Het lijkt erop dat de meeste Nederlanders op de hoogte zijn van de onrust in de meest zuidelijke provincies van Thailand en dat ze er daarom ook niet naartoe gaan. Dit geldt ook voor het eiland Koh Samui, dat na de bomaanslag van april eveneens gemeden lijkt te worden. Wanneer bovendien het woord 'zuid' voorkwam in een reisverhaal, waren de bloggers eigenlijk altijd nog ten noorden van de vier zuidelijke provincies waar onrust heerst. De meeste bloggers zijn dus ook niet in aanraking gekomen met de ongeregeldeheden aldaar en schrijven er dientengevolge niet over.

## Visuele Analyse

### Reis Mee



Afbeelding 27: de website van Reis Mee

Op de website van Reis Mee staat boven iedere blog een kader met een afbeelding. Daarnaast hebben sommige blogs een achtergrond en kunnen de bloggers foto's uploaden van hun belevenissen. Verder is bij iedere blog hetzelfde kaartje van Thailand te zien. Op het eerste gezicht is het een klein, onduidelijk kaartje, maar het is een kaartje van Google maps en dus kan de bezoeker inzoomen en zo een goed beeld krijgen van de wegen en geografie van Thailand. Deze blogs zijn met name bedoeld voor de achterblijvers en zij kunnen hiermee een duidelijker beeld krijgen van waar hun vriend/vriendin of familielid zich bevindt.

De blog 'Het zuiden' van Anne heeft geen achtergrond, maar wel een afbeelding in het kader bovenaan de pagina. Hierop is een rij Boeddha's afgebeeld. Verder heeft Anne een aantal foto's bij haar blog staan. Hierop ziet de bezoeker een resort met uitzicht op bergen, Anne met



olifanten, in de jungle en met een vriendin schuilend voor de regen. Het zijn allemaal afbeeldingen die laten zien wat zij doet en ziet tijdens haar vakantie.

Ook Maxime heeft een aantal foto's bij haar blog 'Chiang Rai'. Op de foto's ziet de bezoeker fruit, houten huisjes, Maxime bij vertrek op het vliegveld, aan het zwembad, in de jungle, met vrienden en de gids en in klederdracht met iemand van de lokale bevolking. Op deze foto is Maxime een echte toerist die meespeelt in het toerismespel en de 'authentieke' ervaring die bij het dragen van deze kleren komt, mee wil krijgen. De blog van Maxime heeft geen achtergrond, maar in het kader bovenaan de pagina is ze zelf te zien in een kuil met vuile kleren, een schep en een betonmolen. Dit geeft de indruk dat ze hard aan het werk is bij de bouw van een pand. Waarschijnlijk doet Maxime tijdens haar verblijf in Thailand ook aan vrijwilligerswerk.



Afbeelding 28: Maxime in klederdracht



Afbeelding 29: Maxime met betonmolen

Blogster Noor heeft slechts twee foto's op haar blog staan. De eerste foto is van een grote boom in een jungle en de tweede foto geeft een uitzicht over beboste bergen. De bezoeker krijgt vooral een hele tropische indruk van deze twee foto's. Verder heeft Noor bovenaan de pagina van haar blog een foto met aan de linkerkant een trein en aan de rechter kant jungle. Op de achtergrond ziet de bezoeker een roze tekening van een kaart en een kompas. De tekenstijl maakt een oude indruk, alsof deze uit de tijd van de imperialistische ontdekkingsreizen stamt.



Afbeelding 30: Florianne voor afbeelding van de Thaise koning

De foto boven de blog 'Back to basic' van Florianne lijkt niet van Thailand te zijn. De bezoeker ziet een donkere, rotsachtige kust, die niet lijkt op de witte palmboomstranden die meestal getoond worden van Thailand. De achtergrond is blauw en past bij de foto in het kader. Op de foto's van Florianne ziet de bezoeker een houten onderkomen in een resort, Florianne op het vliegveld met een vriend, Florianne in een

groep in klederdracht voor een grote afbeelding van de Thaise koning, een groepje blanke meiden op een markt, een groepje jonge mensen met backpacks dat op de trein stapt en

Florianne op een tractor in de modder. Het lijkt erop dat ook Florianne tijdens haar verblijf vrijwilligerswerk doet in Thailand. Verder zijn de foto's typische vakantiefoto's.

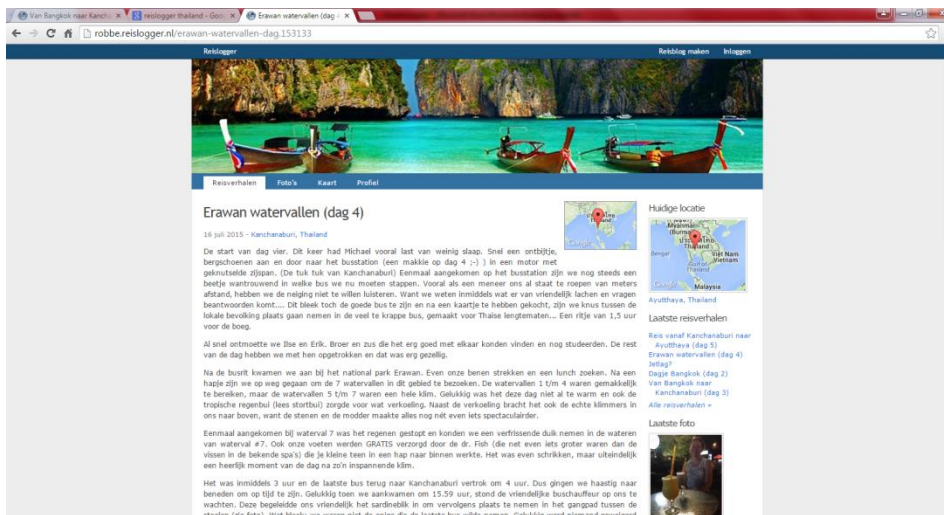
Jim heeft ook aantal foto's bij zijn blog 'Umphang' staan. Hierop ziet de bezoeker Jim in een grote groep voor een tempel staan, Jim op de rug van een olifant, Jim en vrienden, Jim met vrienden en schoolkinderen, schoolkinderen in uniform op een pleintje en een Boeddhistisch beeld met bloemkransen. In veel foto's is sprake van een tourist gaze. Jim wil duidelijk aan het thuisfront laten zien wat hij allemaal doet in Thailand en wat hij er ziet. Sommige foto's dienen dan ook duidelijk als 'bewijs' dat hij naar Thailand is geweest en zijn reproducties van beelden die hij gezien heeft voor hij op vakantie ging. Uit de foto's kan echter ook worden opgemaakt dat Jim niet gewoon op vakantie is, maar dat hij aan het helpen is op een schooltje. Hierdoor kan het oriëntaalse beeld ontstaan van een achtergesteld land dat hulp nodig heeft van de blanke westerling. Dit betekent niet dat Jim er niet met goede bedoelingen heen is gegaan. Hij zet zichzelf met deze foto's dan ook neer als een toerist die vrijwilligerswerk doet, in plaats van als een 'normale' toerist waarbij vaak connotaties horen als 'onverantwoord' en 'vervuilend'. Jim heeft dezelfde foto met trein en jungle bovenaan zijn blog als Noor en ook dezelfde achtergrond.



Afbeeldingen 31 en 32: Jim met vrienden en een Thais schooltje

De afbeeldingen op de blogs geven Thailand weer als een vakantieland en als een land waar de westerling naartoe kan gaan om vrijwilligerswerk te verrichten. Op veel foto's staat de blogger met een gebouw, olifant of andere bezienswaardigheid. Deze foto's zijn reproducties van de tourist gaze en dienen als 'bewijs' van hun ervaringen voor het thuisfront. Daarnaast doet een aantal bloggers vrijwilligerswerk in Thailand. Op de sommige foto's komt Thailand dan ook naar voren als een land dat klaarblijkelijk hulp nodig heeft van de blanke westerling. Thailand is niet alleen een vakantieland, maar ook een hulpbehoevend land.

## Reislogger



Afbeelding 33: de website van Reislogger

Net als op de website van Reis Mee staat er bovenaan de blogpagina's van Reislogger een kader waarin de bloggers een afbeelding kunnen plaatsen. Ook maakt Reislogger gebruik van dezelfde kaartjes van Google zodat duidelijk is waar de blogger zich bevindt. Daarnaast kunnen bloggers op Reislogger ook hun persoonlijke foto's uploaden.

In het kader boven de blog van Laut en Ier ziet de bezoeker een lichtblauwe zee met rotsen en een houten vissersbootje met bloemenkransen. Op de foto's staan zijzelf drie keer: met schorpioenen op stokjes, voor een trap en in een restaurant. Verder zijn er foto's van uitzicht op Bangkok, een Boeddhabeeld, een Thais bierflesje, loempia's en het interieur van een restaurant.

Teunis en Rebecca hebben veel foto's bij hun blog staan. Hierop staan zijzelf met hun kinderen en bezienswaardigheden of terwijl ze activiteiten ondernemen. De bezoeker ziet een grote hoeveelheid aan olifanten, tempels, restaurantfoto's en uitzicht op Bangkok vanaf het water voorbij komen. In het kader boven hun blog ziet de bezoeker een getekende afbeelding van een zee met rotsen en zeilbootjes.



Afbeelding 34: de pagina van Teunis en Rebecca

Teun en Jolanda hebben maar een paar foto's bij hun blog. Deze zijn van een Jolanda op een scooter met achter haar de zee, een salamander en Jolanda achterin een open busje. In het kader boven hun blog ziet de bezoeker de achterkant van het hoofd van Teun die naar een rivier in de jungle kijkt.

Bij de blogs van Robbe staan veel foto's. De bezoeker ziet cocktails, Boeddhabeelden, een opgraving, jungle, watervallen, Robbe en haar vriend in een bus, een huisje op een meer, borden met eten, backpack voor vertrek en Robbe in een straat in Bangkok en in een stoel bij een pedicure. Verder staat er in het kader boven de blog een foto van vier houten vissersbootjes aan het strand met rotsen op de achtergrond.



Afbeeldingen 35 en 36: Robbe en haar vriend in een bus en bij een waterval

Tom heeft nog geen foto's bij zijn blog over het olifantenpark, maar wel een afbeelding in het kader boven zijn blog. Dit is een getekende afbeelding van rijstvelden op bergen met huisjes en palmbomen.

Kim heeft dezelfde afbeelding in het kader boven haar blog als Teunis en Rebecca. Op haar foto's staat veel natuur, zee en strand. Ook ziet de bezoeker een foto van een aap, een Boeddhabeeld, een tempel en foto's die genomen zijn in een Tuk Tuk. Het zijn echte reproducties van foto's uit reisgidsen en reiswebsites. Slechts twee keer staat ze zelf op de foto. De foto's van verlaten stranden en oerwouden nemen een belangrijke plek in op Kim haar fotopagina.

Boven de blog 'Donderdag 16 juli' van Tim en Simone staat weer dezelfde getekende afbeelding van een getekende zee met rotsen en zeilbootjes. Ook staan er een paar foto's bij de blog. Hierop is een straat in Bangkok te zien met een tempel, Bangkok vanuit een 'longtailboot', Tim en Simone in de boot, Tim en Simone bij een Thaise kookles en kommetjes met eten.

Bloggers Aggie en Ellen waren de enigen die schreven over de onrust in Thailand. Ze waren zelf niet bij de gebeurtenissen betrokken waar ze over schreven en ze hebben dan ook geen foto's die afwijken van de vakantiefoto's van de andere bloggers.

Al met al ziet de bezoeker bij iedere blog dezelfde soort foto's van bezienswaardigheden of van de bloggers met de bezienswaardigheden. Het zijn reproducties van de afbeeldingen die

voorbijkomen op vakantie websites. Op sommige blogs is dit duidelijker dan op anderen, maar Thailand wordt op iedere blog hoe dan ook weergegeven als een vakantieland.

### **Conclusie Hoofdstuk 3**

Aan het begin van dit hoofdstuk werd in de inleiding de hypothese gesteld dat de bloggers Thailand zowel als vakantieland zouden presenteren als zouden ingaan op de onrust in het land. Na het analyseren van de meest recente blogs op de reisblogwebsites Reis Mee en Reislogger, en het scannen van de blogs uit februari tot en met mei van Reislogger, kan deze hypothese gedeeltelijk bevestigd worden. Slechts een zeer klein aantal van de blogs gaat immers in op de onrust in het land. Ook moet hier de kantekening bij gemaakt worden dat er een duidelijk verschil bestaat tussen het beeld dat op linguïstisch vlak naar voren komt en het beeld dat op visueel vlak naar voren komt.

De reisverhalen van de bloggers op Reis Mee zijn vaak gekleurd door de tourist gaze. Ze hebben bepaalde verwachtingen van wat ze zullen zien en dit leest de bezoeker terug in de tekst. Daarnaast komt in de blogs naar voren dat moderne technologie een belangrijke rol speelt voor veel van hen. De bloggers zoeken met hun blogs de erkenning van het thuisfront. Ook lijkt het erop dat slordigheden er op deze blogs niet toe doen. Verder waren alle bloggers op de website Reis Mee in veilige Thaise gebieden en ze hebben dan ook niet geschreven over ongeregelheden. De afbeeldingen zijn reproducties van de tourist gaze en dienen als 'bewijs' voor het thuisfront. Op deze afbeeldingen is Thailand dan ook te zien als een echt vakantieland. Daarnaast ziet de bezoeker hoe bloggers vrijwilligerswerk verrichten in Thailand. Hierdoor krijgt de bezoeker niet alleen een beeld van Thailand als vakantieland, maar ook als een hulpbehoevend land.

Ook uit de meest recente blogs van Reislogger blijkt hoe afhankelijk de moderne toerist is van het internet en andere moderne technologie. De verhalen op Reislogger lijken minder gekleurd door een tourist gaze dan de blogs op Reis Mee, maar ook zij doen mee aan het spel van toerisme. Ook zijn deze blogs minder slordig. Hier valt met name het gebruik van Engelse woorden en smileys op om 'hip' te klinken. Wanneer hier gekeken wordt naar blogs van begin dit jaar, wordt er wel aandacht besteed aan de onrust in het land. Dit gebeurt echter maar twee keer en bovendien wordt er teruggekeken naar oude ongeregelheden en niet naar de meest recente. Het blijkt dat de meeste bloggers de onrustige gebieden vermijden en hierdoor ook niet in aanraking komen met ongeregelheden. De afbeeldingen op Reislogger tonen Thailand weer als een vakantieland.

Al met al wordt Thailand in de reisverhalen van de blogs zowel neergezet als vakantieland als, als conflictgebied, indien de bloggers in gebieden komen waar het ook

daadwerkelijk onrustig is. Op de afbeeldingen van de blogs is Thailand daarentegen enkel een vakantieland.

# Conclusie

Aan het begin van dit onderzoek werd de volgende hoofdvraag gesteld: *Welk beeld geven toeristenwebsites in Nederland van contemporain Thailand?* Om een duidelijk en gevarieerd beeld te krijgen van de representatie van Thailand op verschillende soorten websites, is hierbij een onderverdeling gemaakt in officiële websites, reisaanbieders en blogs. Bij elke categorie werd de vraag gesteld welk beeld ze geven van contemporain Thailand. In elk hoofdstuk is vervolgens een onderverdeling gemaakt in een linguïstische en een visuele analyse. De hypothese van dit onderzoek was als volgt: *de officiële websites zullen zich profileren als informatieverschaffers en zullen meer ingaan op de onrust in het land, de reisaanbieders zullen zich vooral richten op Thailand als vakantieland, en de bloggers zullen zich profileren als ervaringsdeskundigen en zullen ingaan op beide thema's.* Aan het einde van dit onderzoek moet deze hypothese gedeeltelijk worden bijgesteld.

In het eerste hoofdstuk blijkt dat de officiële websites een gevarieerd beeld geven van Thailand en niet de nadruk leggen op de onrust in het land. Dit doet alleen de website van de Nederlandse overheid zowel in woord als in beeld. De website van de ANWB daarentegen geeft een beeld van Thailand dat gekleurd is door de tourist gaze en het oriëntalisme. Dit komt vooral naar voren in de impliciete verwoordingen van de tekst. Ook de afbeeldingen dragen bij aan dit beeld. Verder is de informatie op de websites van het Thaise consulaat en de Thaise ambassade erg gebrekkig. In de afbeeldingen komt Thailand hier vooral naar voren als een vakantieland en als een land waarin de koninklijke familie een belangrijke plaats inneemt. De beelden die de officiële websites van Thailand geven, zijn dus erg verschillend.

Hoofdstuk twee analyseert de websites van reisaanbieders. Hieruit blijkt dat de hypothese wat betreft de reisaanbieders bevestigd kan worden. De websites laten Thailand zien als een vakantieland. Op de websites van NRV Holiday en FOX kan uit de tekst opgemaakt worden dat de situatie in Thailand niet helemaal vredig is, maar toch gaat uiteindelijk geen enkele website in op de ongeregeldheden. Ook op het visuele vlak wordt Thailand neergezet als een vakantieland. Alle afbeeldingen zijn gemaakt met een tourist gaze en in sommige afbeeldingen komt impliciet oriëntalistisch en imperialistisch gedachtegoed naar voren.

In hoofdstuk drie stonden de blogs van Reis Mee en Reislogger centraal. Na het analyseren van de blogs kan de hypothese betreffende hoofdstuk drie gedeeltelijk bevestigd worden. Hier moet namelijk bij vermeld worden dat het bewijs van deze hypothese minder sterk is vanwege het kleine aantal blogs dat aandacht besteedt aan de onrust in Thailand. Daarnaast is er een contrast tussen het beeld dat wordt opgeroepen in de tekst van de blogs en de afbeeldingen. De foto's zijn reproducties van de tourist gaze die de bloggers in de media hebben gezien en ze dienen als bewijs voor het thuisfront. De validatie van het thuisfront van de

ervaringen van de bloggers en het hierbij gepaard gaande belang van moderne technologie, zijn opmerkelijke zaken in de reisverhalen van de bloggers. Ook komt Thailand op een aantal afbeeldingen naar voren als een hulpbehoevend land. Verder kan uit de blogs worden opgemaakt dat de meeste bloggers de onrustige gebieden in Thailand vermijden. Hierdoor zijn ze dan ook niet in aanraking gekomen met recente ongeregelheden. Thailand wordt in de blogs neergezet als vakantieland en ook, maar in mindere mate, als conflictgebied.

Wanneer gekeken wordt naar de verhoudingen tussen de websites van de eerste drie hoofdstukken op linguïstisch en visueel vlak, blijken hierin een aantal verschillen en overeenkomsten te zitten. Op linguïstisch vlak is er slechts één overeenkomst: in iedere categorie zijn er op de websites taalfouten en slordigheden te vinden. Bij de officiële websites en de reisaanbieders staat dit nalatig en op de blogs geeft dit een zorgeloze indruk. Verder zijn er op linguïstisch vlak geen opvallende overeenkomsten of verschillen tussen de websites. De websites van de reisaanbieders en de blogs geven de informatie die wordt verwacht en het is moeilijk om conclusies te trekken uit het gevarieerde beeld dat de officiële websites geven. Op het visuele vlak zijn er twee opvallende zaken. Ten eerste blijkt dat er op de toeristenwebsites in Nederland veel gebruik wordt gemaakt van geografische kaarten. Twee van de vier officiële websites (de Nederlandse Rijksoverheid en de ANWB) maken gebruik van geografische kaarten van Thailand, net als twee van de vier reisaanbieders (NRV Holiday en FOX) en beide reisblogs (Reis Mee en Reislogger). De kaarten hebben wel verschillende functies. Ze geven bijvoorbeeld reisadvies of houden het thuisfront op de hoogte van iemands verblijfplaats. Alleen in de kaarten op de websites van reisaanbieders sijpelt een afgeleide vorm van het imperialistische gedachtegoed door, omdat deze kaarten de fysieke betreding van Thailand willen vergemakkelijken. Uit deze visuele overeenkomst tussen de websites blijkt dat Nederlanders de wereld in grote mate ervaren met behulp van kaarten. Ten tweede blijkt dat de tourist gaze een prominente plaats inneemt in de afbeeldingen van alle toeristenwebsites. Zelfs de afbeeldingen op de officiële websites zijn vaak gekleurd door de tourist gaze. Bij de afbeeldingen op de websites van de reisaanbieders werd dit verwacht. Op de blogwebsites ziet de bezoeker vervolgens ook enkel foto's die gemaakt zijn met een tourist gaze. Waar bij de reisaanbieders vooral verlaten stranden en exotische bezienswaardigheden de focus vormen, ziet de bezoeker op de blogs dezelfde foto's voorbijkomen, al dan niet met de bloggers zelf. Bewijs voor het thuisfront als validatie van hun ervaringen is voor de bloggers dan ook van belang. Op het visuele vlak komt Thailand op de websites dan ook naar voren als een vakantieland.

Al met al brengen de teksten op de toeristenwebsites in Nederland een gevarieerd beeld van Thailand en de afbeeldingen een vrij eenzijdig beeld. Er kunnen echter een aantal kanttekeningen gemaakt worden bij het onderzoek dat heeft geleid tot deze conclusie. Bij dit onderzoek moet namelijk onder andere opgemerkt worden dat niet alleen de websites en



bloggers aan hun discours gebonden zijn, maar ook ik als onderzoeker. Als Nederlandse heb ik bijvoorbeeld wellicht een andere kijk op veiligheid dan iemand uit een ander land als bijvoorbeeld Thailand. Ook let ik als student cultuurwetenschappen waarschijnlijk op andere zaken dan iemand met een andere opleiding. De focus van dit onderzoek lag op het toeristische discours van de websites. Daarnaast moest door de grote hoeveelheid aan tekst en beeldmateriaal de meest relevante informatie van de websites voor dit onderzoek worden geselecteerd. Hierbij moesten soms keuzes gemaakt worden. Welke opvallende zaken zijn daadwerkelijk belangrijk voor dit onderzoek? Welke voorbeelden zal ik in gebruiken? Deze zaken zijn van invloed op dit onderzoek en het is dan ook mogelijk dat iemand anders tot op zekere hoogte tot andere conclusies was gekomen.

In een vervolgonderzoek zou gekeken kunnen worden naar meer websites en blogs waardoor een representatiever beeld verkregen zou kunnen worden van het beeld dat naar voren komt op toeristenwebsites in Nederland. Daarnaast zou dit onderzoek gedaan kunnen worden met websites in andere landen. Welk beeld geven websites in Groot Brittannië bijvoorbeeld van Thailand? Ook zou het interessant zijn om een onderzoek te doen naar het beeld dat websites in Nederland geven van andere landen. Hoe worden bijvoorbeeld Myanmar, Duitsland of Irak op websites gerepresenteerd? Hoe verhouden deze beelden zich tot elkaar? Is er een verschil in de representatie tussen een land dichtbij Nederland en een land ver weg van Nederland? Dit zijn allemaal vragen waar vervolgonderzoek antwoord op zou kunnen geven. Ook kan onderzoek gedaan worden naar de representatie van een land in andere media, zoals kranten, reisgidsen of televisieprogramma's. Hierna zou dan weer gekeken kunnen worden naar hoe de beelden die deze media verschaffen zich tot elkaar verhouden. Verder zou een volgend onderzoek kunnen kijken naar de invloed die de representaties hebben op de bezoeker van de website. Welke conclusies en acties zijn het gevolg van de informatie van de websites?

In een maatschappij waarin ons beeld van de werkelijkheid steeds afhankelijker wordt van het internet, blijft het van belang om onderzoek te doen naar het beeld dat websites overbrengen en om op de hoogte te zijn van zowel de verschillende representaties in de tekst van toeristenwebsites, als de eenzijdige representatie in de afbeeldingen.

# Bibliografie

## Boeken

Baker, C. en Phongpaichit, P. (2009) *A history of Thailand*. Cambridge: Cambridge University Press.

Fussell, P. (1980) *Abroad. British literary traveling between the wars*. New York: Oxford University Press.

Ed. Hall, S. en Evans, J. en Nixon, S. (2013) *Representation*. Los Angeles/Londen/New Delhi/Singapore/Washington DC: Sage Publications.

Ed. Hallet, R. W. en Kaplan-Weinger, J. (2010) *Official Tourism Websites: A Discourse Analysis Perspective*. Bristol/Buffalo/Toronto: Channel View Publications.

Jamal, T. en Robinson, M. (2012) *The Sage Handbook to Tourism Studies*. Los Angeles/Londen/New Delhi/Singapore/Washington DC: Sage.

MacCannell, D. (2001) 'Tourist agency'. Londen/Thousand Oaks/New Delhi: Sage publications.

Said, E.W. (1993) *Culture & Imperialism*. Londen: Vintage Books.

Said, E.W. (2003) *Orientalism*. Londen/New York/Toronto/Dublin/Victoria/New Delhi/Aukland/Johannesburg: Penguin Books.

Urry, J & Larsen, J. (2011) *The Tourist Gaze 3.0*. Londen: SAGE Publications.

Urry, J. (2002, 2e editie, eerste publicatie 1990) *The tourist gaze*. Londen/Thousand Oaks/New Delhi: Sage Publication.

## Online bronnen

De Nederlandse Rijksoverheid (2015) 'Reisadvies Thailand'.

<http://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/reisadviezen/thailand> (7-5-2015).

iProspect (2014) 'Nationale Search Engine Monitor onderzoek'.

<http://www.iprospect.com/nl/nl/press-room/nationale-search-engine-monitor-onderzoek/> (2-6-2015).

Larsen, J. (2001) 'Tourism Mobilities and the Travel Glance: Experiences of Being on the Move', in: *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*. Routledge.

<http://dx.doi.org/10.1080/150222501317244010> (13-8-2015).

Turkle, S. (2012) 'Always-on/always-on-you: The tethered self', in: James Katz, *Handbook of Mobile Communication and Social Change*. Cambridge, MA: MIT Press.

[http://sodacity.net/system/files/Sherry-Turkle\\_The-Tethered-Self.pdf](http://sodacity.net/system/files/Sherry-Turkle_The-Tethered-Self.pdf) (13-8-2015).

## Nieuwsartikelen

ANP (2014) 'Een gele zee voor verjaardag Thaise koning', op: *Blauw Bloed*.

<http://www.eo.nl/tv/blauwbloed/artikel-detail/een-gele-zee-voor-verjaardag-thaise-koning/> (8-8-2015).

De Standaard (2015) 'Thailand opgeschrikt door 39 bommen in drie dagen'.

[http://www.standaard.be/cnt/dmf20150518\\_01685925](http://www.standaard.be/cnt/dmf20150518_01685925) (3-6-2015).

De Telegraaf (2015) 'Protesten op "verjaardag" junta Thailand'.

[http://www.telegraaf.nl/buitenland/24072797/\\_Arrestaties\\_bij\\_protest\\_Thailand\\_.html](http://www.telegraaf.nl/buitenland/24072797/_Arrestaties_bij_protest_Thailand_.html) (3-6-2015).

De Telegraaf (2015) 'Thailand in 2016 naar de stembus'.

[http://www.telegraaf.nl/feed/23893576/\\_Thailand\\_in\\_2016\\_naar\\_stembus\\_.html](http://www.telegraaf.nl/feed/23893576/_Thailand_in_2016_naar_stembus_.html) (27-6-2015).

Langerak, A. (2014) 'Thailand wil einde aan noodtoestand', in: De Telegraaf.

<http://academic.lexisnexis.nl.proxy.ubn.ru.nl/?language=en> (2-8-2015).

Redactie (2015) 'Thailand viert 60<sup>ste</sup> verjaardag prinses Sirindhorn', op: *Hier is Thailand*.  
<http://www.hieristhailand.nl/thailand-viert-60ste-verjaardag-prinses-sirindhorn/> (10-7-2015).

Trouw (2015) 'Zeven gewonden door bom op Thais eiland Ko Samui'.  
<http://www.trouw.nl/tr/nl/4496/Buitenland/article/detail/3949142/2015/04/11/Zeven-gewonden-door-bom-op-Thais-eiland-Ko-Samui.dhtml> (19-7-2015).

Walker, P. (2014) 'Koh Tao's dark side: dangers of island where Britons were murdered', in: *the guardian*. <http://www.theguardian.com/uk-news/2014/nov/23/briton-thailand-murder-hannah-witheridge-david-miller-mystery-mafia-fear> (19-7-2015).

## **Onderzoeksubjecten**

<http://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/reisadviezen/thailand>

<http://www.anwb.nl/vakantie/azie/thailand/informatie>

<http://www.royalthaiconsulateamsterdam.nl/>

<http://www.thaiembassy.org/hague/th/home>

<http://www.nrv.nl/rondreizen-thailand>

<http://www.fox.nl/thailand>

<http://www.adventuresglobe.nl/bestemmingen/thailand/>

<http://www.thailandrondreizen.net/>

<http://www.reismee.nl/reisblogs/reisverhalen/azie/thailand/>

<http://www.reislogger.nl/locatie/thailand>

# Bijlagen

## Bijlage 1: Eerste correspondentie met NRV Holiday

Datum: 6-7-2015

**NRV Holiday (02:12:34)** : Goedendag Baetsen, mijn naam is Monique Goes, waarmee kan ik u helpen?

**Baetsen (02:13:18)** : Hallo, ik lees op uw site een aantal keer iets over 'bergstammen'. Zou u mij hier wat meer informatie over kunnen geven?

**NRV Holiday (02:15:29)** : Wat is uw vraag over de bergstammen?

**Baetsen (02:18:29)** : Wat moet ik mij voorstellen bij een eventueel bezoek hieraan?

**NRV Holiday (02:22:45)** : U gaat naar de bergstam toe om te zien hoe zij wonen en leven.

**Baetsen (02:25:35)** : U kunt mij nu niet van te voren meer vertellen over deze omstandigheden?

**NRV Holiday (02:28:31)** : Misschien is het handiger dat u telefonisch contact met ons opneemt op 0703076700 of dat u uw telefoonnummer doorgeeft zodat wij contact met u kunnen opnemen om uw vragen te bespreken want ik weet niet wat u over de omstandigheden verstaat.

**Baetsen (02:31:36)** : Oke, ik had nog een vraagje. Kunt u mij vertellen hoe ik op uw website eventueel een reisverslag zou kunnen uploaden?

**NRV Holiday (02:39:44)** :

Reisverslag

ICOON\_Reispt\_verslag

Wanneer u een (rond)reis via NRV heeft gemaakt, komt u uiteraard met vele verhalen en indrukken terug van vakantie. Wij ontvangen graag uw belevenissen over uw gemaakte reis in de vorm van een reisverslag. Uiteraard belonen wij u hier graag voor: u ontvangt maar liefst 50 reispunten per goedgekeurd reisverslag!

Naast de standaard 50 reispunten voor het reisverslag vergeven wij ieder jaar een reischeque van maar liefst 1.000 EURO cadeau aan diegene die ons het meest originele en waardevolle reisverslag stuurt!

[https://www.nrv.nl/core.sym/fe/algemeen/email.php?formulier\\_id=22&formuliergroep\\_id=19](https://www.nrv.nl/core.sym/fe/algemeen/email.php?formulier_id=22&formuliergroep_id=19)

Belangrijke voorwaarden

- Het reisverslag bestaat uit minimaal 3500 karakters.
- Het reisverslag dient in correct Nederlands geschreven te worden.
- U dient het reisverslag digitaal (word- of tekstdocument, geen pdf) aan te leveren via bovenstaande link naar het formulier.
- De inhoud van het reisverslag betreft de ervaringen over een gemaakte (rond)reis via NRV

Holiday.

- NRV Holiday behoudt zich het recht voor om verslagen zonder opgaaf van redenen niet te plaatsen.

- Indien u een reisverslag schrijft, gaat men akkoord met het feit dat NRV Holiday het verslag op de website plaatst. Uw naam en woonplaats worden vermeld op de website.

**Baetsen (02:43:52) :** Duidelijk! Heel erg bedankt voor de informatie.

**NRV Holiday (02:44:04) :** Graag gedaan

## **Bijlage 2: Tweede correspondentie met NRV Holiday**

Datum: 14-7-2015

**NRV Holiday (04:09:26)** : Goedendag Baetsen, mijn naam is Dorine Hidding, waarmee kan ik u helpen?

**Baetsen (04:10:15)** : Hallo, ik vroeg mij af of u mij meer informatie kan geven over de situatie in het zuiden van Thailand.

**NRV Holiday (04:13:58)** : Wat bedoeld u precies met 'de situatie'?

**Baetsen (04:18:30)** : Hoe staat het daar nu met de veiligheid?

**NRV Holiday (04:19:58)** : Vraagt u dit naar aanleiding van iets speciaals?

**Baetsen (04:22:44)** : het was daar toch onrustig?

**NRV Holiday (04:23:31)** : Op dit moment is het daar niet onrustig/onveilig om naar toe te gaan.

**Baetsen (04:25:29)** : oke bedankt

**NRV Holiday (04:25:52)** : Graag gedaan. Kan ik u verder nog ergens mee helpen?

**Baetsen (04:28:26)** : nee dat was het

**NRV Holiday (04:29:17)** : Oke, bedankt. Dan wens ik u nog een prettige dag toe.

**Baetsen (04:30:11)** : u ook