



**Universiteit
Leiden**
The Netherlands

**Tussen kosmopolitisme en gewetenswroeging:
ethisch (on)gemak in de vroege reisreportages in de
glossy Avenue**
Op de Beek, E.A.

Citation

Op de Beek, E. A. (2022). Tussen kosmopolitisme en gewetenswroeging: ethisch (on)gemak in de vroege reisreportages in de glossy Avenue. *Internationale Neerlandistiek*, 60(2), 218-247.
doi:10.5117/IN2022.2.006.BEEK

Version: Publisher's Version
License: [Creative Commons CC BY-NC-ND 4.0 license](#)
Downloaded from: <https://hdl.handle.net/1887/3512162>

Note: To cite this publication please use the final published version (if applicable).

Tussen kosmopolitisme en gewetenswroeging

Ethisch (on)gemak in de vroege reisreportages in de glossy Avenue

Esther Op de Beek

Abstract

In this article I investigate the ‘adiaphorization’ of ethical discomfort in travel stories in the Dutch magazine *Avenue* (1965-2002) – a politically oriented, high-quality glossy that attracted a wealthy, anti-bourgeois, audience. Which became increasingly clear during this period, and also led to an international code of conduct for ethical tourism in the 1990s, is the fact that the desire to travel is at odds with its harmful effects. Traveling began to raise ethical dilemmas, for instance regarding encounters with ‘the Other’. How have Dutch travel authors, and popular magazines, in a period of ever-increasing mass tourism, dealt with this issue? In a heterogenous selection of four early *Avenue* travelogues (1967-1972), I will analyse the discursive strategies of romanticising travel and the role of a cosmopolitan discourse informed by insights from both postcolonial theory and travel writing studies. Furthermore, I will study the material qualities of the magazine (its photography and advertisements) and reflect on the effects of the fact that travel stories are mainly preserved in book form, stripped of their original glossy context and, possibly, of their ethical ambiguity.

Keywords: travel writing, tourism, periodical studies, cosmopolitanism, postcolonialism, reisliteratuur, toerisme, tijdschriftstudies, kosmopolitisme, postkolonialisme

Abstract

In dit artikel onderzoek ik de ‘adiaphorisering’ van ethisch ongemak in reisverhalen in het Nederlandse tijdschrift *Avenue* (1965-2002) – een politiek georiënteerde, hoogwaardige glossy die een rijk, antiburgerlijk publiek trok. Wat in deze periode steeds duidelijker werd en in de jaren negentig ook leidde tot een internationale gedragscode voor ethisch toerisme, is dat de

wens om te reizen op gespannen voet staat met de schadelijke effecten ervan. Reizen begon ethische dilemma's op te roepen, bijvoorbeeld in de omgang met de Ander. Hoe zijn Nederlandse reisauteurs en populaire tijdschriften in een periode van toenemend massatoerisme met dit dilemma omgegaan? In een heterogene selectie van de vroege reisverhalen uit *Avenue* (1967-1972), zal ik de discursieve strategieën van het romantiseren van reizen analyseren en de rol van een kosmopolitisch discours, gebaseerd op inzichten uit zowel de postkoloniale theorie als *travel writing studies*. Daarnaast zal ik de effecten van de materiële eigenschappen (de fotografie en advertenties) van de reisverhalen bestuderen en stilstaan bij de consequenties van het gegeven dat reisverhalen voornamelijk in boekvorm worden bewaard, ontdaan van hun oorspronkelijke glanzende context en mogelijk van hun ethische ambiguïteit.

De almaar massaler gevoelde behoefte om te reizen staat, zo maakte de coronapandemie ons eens te meer duidelijk, op gespannen voet met de schadelijke effecten van ons reisgedrag. We zijn reizen de afgelopen eeuw gaan zien als een vorm van ontspanning, een manier om de blik te verruimen en om ons weer 'op te kunnen laden' na een drukke periode op het werk. En niet geheel onterecht: reizen heeft aantoonbaar positieve effecten op de subjectieve kwaliteit van leven en welzijn, brengt nieuwe perspectieven en kennis, en geeft een gevoel van vrijheid (Uysal & Sirgy, 2016). Bovendien wordt reizen en daarmee het contact met andere culturen inherent geacht aan zelfontplooiing en de ontwikkeling van een kosmopolitische mentaliteit: reizen is onderdeel geworden van het 'ethische' project om een verantwoordelijke wereldburger te worden (Smith & Duffy, 2003). Daar staat tegenover dat de mate waarin we reizen, een bedreiging vormt voor onze planeet, voor het wereldwijde welzijn, voor gelijkwaardigheid en voor onze gezondheid (Bauman, 1996; Butcher, 2003; Fennell, 2003; Fennell, 2016; Smith & Duffy, 2003). Rond 1950 was toerisme weliswaar al een opkomende industrie, maar vrijwel niemand had het tempo en de omvang van de groei ervan in de tweede helft van de twintigste eeuw kunnen voorspellen: in 1950 was het aantal 'tourist arrivals' 25 miljoen; in 2007 waren dat er bijna 900 miljoen (Fletcher, 2009, p. 167). Dat toerisme vrijwel altijd gepaard gaat met vormen van (onbedoelde) uitbuiting van mensen, dieren en omgevingen, is een inzicht dat niet alleen aanleiding geeft tot internationale afspraken over 'ethisch toerisme',¹ maar ook leidt tot een nieuwe taal om uiting te geven aan (al dan niet oprecht) ongemak, zoals 'vliedschaamte' of 'toeristengêne' (Welten, 2013, p. 153).

Reizen stelt ons, kortom, voor een ethisch dilemma. In dit artikel richt ik mij op de ethische dilemma's die het contact met de Ander en een andere cultuur opleveren. Om te weten te komen hoe moderne reizigers zijn omgegaan met dit dilemma, vormt reisliteratuur een relevante informatiebron. Reisliteratuur weerspiegelt, representeert en produceert namelijk visies op de wereld, het zelf en anderen, die vervolgens effect hebben op hoe we met elkaar omgaan. Daarin is de reisschrijver zeker geen 'innocent bystander' (Lisle, 2006, p. 261): reisliteratuur is medeverantwoordelijk voor de internationale machtsverhoudingen, waarin kolonialistische motieven en praktijken resoneren, en voor effecten van toerisme op plaatsen en ruimtes, van positieve effecten als betekenisgeving en economische bloei tot drastische infrastructurele consequenties – denk aan de bomenkap in skigebieden – of uitbuiting van dieren. Niet alleen de auteurs en teksten dragen bij aan dergelijke effecten; ook, zo wil ik in deze bijdrage laten zien, het medium: het geheel van tekst, beeld, vormgeving, drager en parateksten.

In de moderne Nederlandse literatuur is er volgens Hugo Brems vanaf de jaren tachtig sprake van een hausse aan reisverhalen, die hij het gevolg acht van de opkomst van het massatoerisme en het consumentisme in de tweede helft van de twintigste eeuw: 'Kranten, weekbladen en magazines speelden daar gretig op in, door naast culturele katernen en rubrieken over mode, lifestyle, tuinen en gastronomie, ook uitvoerig aandacht te besteden aan reizen en toerisme' (Brems, 2006, pp. 558-559). Na een periode waarin de maatschappelijke verzuiling grote invloed had op identiteiten en activiteiten (Versteeg, 2012, p. 61), promootten deze kranten en magazines een luxueuze, kosmopolitische levensstijl, die voor iedereen met geld en 'goede smaak' aantrekkelijk werd, en waar reizen een onmisbaar element van uitmaakte.

Een bij uitstek geschikte casus om het 'verheerlijken' van reizen – dat wil hier zeggen: het omzeilen, verhullen of neutraliseren van de negatieve kanten ervan – nader te verkennen, zijn de vroege reisreportages uit het roemruchte glossy tijdschrift *Avenue*, dat vanaf 1965 verscheen. *Avenue* staat in het tijdschriftonderzoek te boek als een experimentele trendsetter, door de in Nederland op dat moment unieke combinatie van *lifestyle*-onderwerpen, 'hoge' kunst en actuele politiek. Belangrijk ingrediënt van het blad vormden de reisverhalen, die vaak spectaculair vormgegeven waren, onder meer met kwalitatief hoogstaande reisfotografie.² Het blad, met de reisverhalen en foto's, was zo populair dat de hausse die Brems signaleert in Nederland, waarschijnlijk al wat eerder aanving dan in de jaren tachtig, namelijk met de opkomst van *Avenue*. Wel is het zo dat deze verhalen in een later stadium meer zichtbaar werden in het 'literaire' circuit, doordat ze vaak (afzonderlijk) gebundeld werden in boekvorm, vanzelfsprekend zonder de advertenties,

reisaanbiedingen, lezersbrieven en dergelijke, die in de oorspronkelijke tijdschriftcontext te vinden waren.

In deze bijdrage onderzoek ik in de eerste plaats van welke ‘verheerlijkende’ of neutraliserende strategieën de reisschrijvers in *Avenue* zich bedienen in de omgang met de ethische dilemma’s die aan reizen kleven. De moderne reisjournalist of reisschrijver staat uiteraard niet gelijk aan de koloniale reiziger, maar heeft er tegelijkertijd in een aantal opzichten veel van weg. Reizen en verslag uitbrengen over de reis – representeren wie en wat zich ‘in den vreemde’ bevindt – kunnen worden gezien als een vorm van machtsuitoefening; ‘kijken’ en ‘kennen’ zijn discursieve praktijken. In *The Global Politics of Contemporary Travel Writing* (2006) signaleert Debbie Lisle een spanning tussen een koloniale en een kosmopolitische (liberale, rationele, goed geïnformeerde) visie in het moderne reisverhaal. Ze laat zien hoe schrijvers balanceren tussen deze visies. Of zoiets als een kosmopolitische identiteit in werkelijkheid überhaupt bestaat, of slechts een schijnbaar goedaardige houding is, doet dan niet ter zake. Reisauteurs kunnen beschaafde, kosmopolitische eigenschappen aan zichzelf of anderen toeschrijven in een discursieve praktijk waarin identiteiten geconstrueerd worden. In postkoloniale benaderingen van reisliteratuur is veel aandacht besteed aan het feit dat tot ver in de twintigste eeuw reisverslagen voornamelijk werden geschreven door bevoorrechte witte mannen, die de ‘anderen’ uitvonden, zoals de barbaren, de armen, de vrouwen of de mensen van kleur, om een beschaafd (nationaal of Europees) zelfbeeld en een beeld van ‘de rest van de wereld’ te scheppen (Pratt, 2008, p. 213). Dergelijke discursieve strategieën worden *othering*-strategieën genoemd: het anders maken van de ander (Spivak, 1985, p. 254).

Hoewel moderne reisauteurs zich in hun teksten doorgaans zeer bewust tonen van de nationale koloniale erfenis en zich vaak expliciet kritisch verhouden tot het opkomende massatoerisme en de effecten van de globalisering, is het maar de vraag of zij zich intussen niet bedienen van soortgelijke legitimerende strategieën als die welke gehanteerd werden in de koloniale *contact zone*, zij het nu verhuld in een kosmopolitisch jasje. Welten (2013, p. 153) stelt dat toerisme überhaupt een sterke neiging heeft tot *adiaphorization*, het verklaren van een fenomeen of handeling als moreel neutraal. Toerisme onderschat en ontkent volgens hem zelfs vaak de eigen ethische impact ervan: ‘Toeristen beschouwen zichzelf graag als onschuldige toeschouwers’ (ibid.). Nu presenteren reisschrijvers zichzelf doorgaans niet als toeristen, daarover hieronder meer, maar ook dat kan worden gezien als een vorm van *adiaphorization*.

Een tweede, meer methodologische toevoeging die ik van belang acht voor het analyseren van de omgang met ethisch ongemak in reisliteratuur, is de analyse van de mediale context waarin de reisverhalen verschenen. In de eerste plaats is relevant hoe het glossy karakter van *Avenue* bijdraagt aan het verheerlijken van reizen. De reisverhalen in *Avenue* zijn multimodale objecten: combinaties van fotografie, afbeeldingen, lay-out, papiersoorten. Het zijn deze eigenschappen die bestemmingen en ervaringen er aantrekkelijk uit laten zien, zelfs als in de tekst afstand wordt genomen van uitbuiting of armoede. De neutralisering van het onethische is dan eerder een effect van de materiële kwaliteiten van reisliteratuur, ofwel de 'bibliografische code' (Bornstein, 2006, p. 7). Het zijn deze visuele en materiële eigenschappen die in onderzoek vaak over het hoofd worden gezien. Er is nog weinig onderzoek gedaan naar tekstsoorten als krantenbijlagen, postkaarten, televisieprogramma's of aanbiedingsfolders, die door hun circulatie een gefragmenteerde, maar cumulatieve impact hebben op individuele en collectieve constructies van de wereld (Long & Robinson, 2009, p. 106). Het snelle consumentisme, de vergankelijkheid, is 'ingebakken' in een medium als het publiekstijdschrift: de inhoud verouderd relatief snel, advertenties promoten aanbiedingen die maar een bepaalde periode geldig zijn, het papier is niet duurzaam. Tijdschriften als *Avenue* zijn ontworpen voor de kortstondigheid en het consumentisme, waartoe ze inhoudelijk ook stimuleren.

Een derde strategie die ertoe kan bijdragen dat ethisch ongemak geneutraliseerd wordt, is de heruitgave van de reisverhalen – maar dan 'slechts' van de teksten – in intellectueel en symbolisch meer prestigieuze boekpublicaties, als verzamelde reisverhalen bijvoorbeeld. De vraag die ik op dit derde niveau wil beantwoorden is in hoeverre de aanvankelijke ambivalenties of verheerlijkingsstrategieën die in *Avenue* te bespeuren waren, in die heruitgaven een andere vorm aannemen.

Avenue en reizen als lifestyle

Avenue was een van de eerste Nederlandse glossy's. In het Nederlandse tijdschriftenlandschap van de jaren zestig en zeventig was het blad in meerdere opzichten uitzonderlijk. Hoewel het niet de allereerste glossy was – dat was *Elegance* (1937-heden) – gold *Avenue* als een succesvoller en origineler tijdschrift. De eerste editie, die een oplage kende van 135.000 exemplaren, was in één klap uitverkocht. De opvallende vormgeving van het blad en de combinatie van reizen en mode met fotografie, politiek en literatuur, waren vernieuwend en sloegen direct aan: aanvankelijk vooral bij een vrouwelijk,

later ook bij een mannelijk leespubliek. Let wel: het betrof een antiburgerlijk en niet onbemiddeld leespubliek, dat in diezelfde periode steeds meer te besteden kreeg, zowel in termen van tijd als geld, en steeds vaker en verder op reis ging (Meeuwssen, 2006). Dat *Avenue* zich als een blad voor de *happy few* – de mensen met goede smaak – presenteerde, en dat ook was, wordt gesteld in alle terugblikken op het blad. Heel letterlijk verwoordt Mignon Terrie, de hoofdredactrice van *Nouveau* het: '*Avenue* straalde altijd veel meer highbrow uit. *Avenue*, dat was Amsterdamse binnenstad, afstandelijk, kil, kunstzinnig: op modefoto's zag je op een gegeven moment alleen nog maar de zoom van een rok.³ *Avenue* kwam te boek te staan als een baanbrekende mix van een luxueuze glossy en 'hoge' cultuur. Zo bevatte het blad gedurende het grootste deel van zijn bestaan ook een literair supplement, waarin speciaal voor de publicatie vertaalde internationale poëzie gepubliceerd werd in een daarop afgestemd grafisch ontwerp. Dat was en is voor een commerciële glossy een ongezien wapenfeit (Op de Beek, 2011).

Door de enorme verkoopsuccessen in de eerste jaargangen en het enthousiasme van de adverteerders wist *Avenue* bekende schrijvers, ontwerpers en fotografen aan te trekken voor de reisverhalen, onder wie Ed van der Elsen, Eddy Posthuma de Boer, Peter te Velde, Bertus Aafjes, Renate Rubinstein, Jan Cremer, Harry Mulisch en Cees Nooteboom (Op de Beek, 2011; Op de Beek, 2013; Brands, 2006). In het eerste decennium waarin *Avenue* verscheen, was reizen een relatief exclusieve aangelegenheid. Dat paste goed bij het elitaire, high society-imagó dat *Avenue* wilde uitstralen en promoten. Reizen was iets voor de elite en de lezers wilden daartoe gerekend worden. In de jaren tachtig en negentig explodeerde het toerisme en werd reizen een lifestyleoptie voor de massa (Fletcher, 2009, p. 167).

Het is een intrigerende vraag of, en zo ja hoe, het tijdschrift gedurende deze ontwikkelingen de kosmopolitische identiteit uit de eerste jaargangen bleef creëren of promoten.⁴ Zoals gezegd veranderde ook het tijdschriftenlandschap in deze periode aanzienlijk. In de jaren negentig, toen dat landschap sterker gecommmercialiseerd raakte, werd *Avenue* almaar afhankelijker van advertenties. De concurrentie met gelijksoortige tijdschriften, die soms de identiteit van *Avenue* kopieerden, noopte de makers ertoe zich meer en meer te conformeren aan de wensen van een breder, minder exclusief lezerspubliek. Dat had ook consequenties voor de inhoud van de reisverhalen en voor de manier waarop toerisme werd verbeeld: vaker werd gekozen voor journalisten, minder vaak voor literaire auteurs; vaker voor stockfoto's, vaker voor in de tekst geïntegreerde tips voor restaurants, evenementen en georganiseerde excursies. De reportages gingen meer lijken op de op dat moment ook bestaande magazines van reisorganisaties.

De reisverhalen en -reportages in *Avenue* vormen een uniek onderzoekscorpus: het blad verscheen gedurende bijna dertig jaar maandelijks, met meerdere reisverhalen per editie (Meeuwssen, 2006). Tussen 1973 en 1992 was er ook een jaarlijkse reiseditie. Het enige systematische onderzoek dat er tot dusver naar gedaan is, is dat van Meeuwssen (2006). Zij typeert de reisverhalen zowel kwalitatief als kwantitatief: welke locaties worden beschreven (welke continenten krijgen meer en welke minder aandacht) en is daarin een ontwikkeling te zien, door wie worden de reportages gemaakt, wat voor vormen van foto/tekst-reportages zijn er te onderscheiden, etc. Haar studie leverde een eerste verkenning op van het omvangrijke 'fenomeen' van de reisverhalen in *Avenue*. Zo blijkt uit haar studie dat 89 procent van de edities een of meerdere reisverhalen en/of fotoreportages bevat. Van 1973 tot 1992 wordt er jaarlijks bovendien een reisaflevering gemaakt, in december, net voordat de reizen voor de zomer geboekt worden. *Avenue* bevat dus naar schatting zo'n vijfhonderd reisverhalen, waarvan ongeveer 11 procent van het type fotoreportage is (de tekst is dan beperkt tot bijschriften) (Meeuwssen, 2006, p. 69). Het belang ervan voor de uitstraling van het tijdschrift blijkt uit het feit dat ongeveer twee derde van de reisreportages al op de cover aangekondigd wordt.

Wie een aantal jaargangen van *Avenue* achter elkaar doorbladert, stelt meteen vast dat de reisverhalen omvangrijk zijn; ze beslaan soms wel twintig pagina's. In deze periode is de lengte van een reisreportage in *Avenue* gemiddeld elf pagina's (Meeuwssen, 2006, p. 69). Het formaat van *Avenue* is wat groter dan dat van de bladen van nu (15,5 x 32 cm) en de tekst zelf is afgedrukt in een voor onze tijd bijzonder klein lettertype en met een zeer geringe regelafstand; eerder zoals we dat van de krant kennen. Ook valt op dat de edities een enorme heterogeniteit kennen: bestemmingen over de hele wereld worden door diverse typen schrijvers en journalisten (van Mies Bouwman tot Willem Frederik Hermans) belicht, ieder met zijn of haar eigen stijl, toon, opvattingen en focus, en steeds in wisselende combinaties met vormgeving, fotografie en illustraties, in de context van een themanummer, een actuele politieke kwestie, en zo meer. Wat ik in deze bijdrage uitlicht, kan aan die heterogeniteit uiteraard geen recht doen, maar ik probeer aan de hand van enkele zeer uiteenlopende teksten (zowel qua strategieën als qua toon en vormgeving) wel een beeld te geven van de diversiteit, die ik in een bredere selectie heb waargenomen en die weer een aanzet kan zijn voor verder onderzoek.⁵

Aan de hand van drie reisverhalen zal ik eerst ingaan op sporen van de koloniale (neutraliserings)strategieën. Daarna analyseer ik aan de hand van diezelfde verhalen hoe de interactie tussen tekst, fotografie, vormgeving en advertenties van invloed is. Ten derde zal ik, aan de hand van een vierde reisverhaal, ingaan op de effecten van heruitgave in boekvorm. De eerste

drie teksten zijn die van auteur Ruud Kok en fotograaf Kees Scherer over hun bezoek aan de eilanden in de Stille Zuidzee (*Avenue*, november 1968); van Dick Hillenius, die samen met Ed van der Elken een bezoek brengt aan Suriname (*Avenue*, juni 1970) en van Harry Mulisch, die Japan (en tussendoor India) bezoekt (*Avenue*, april 1967). De vierde is een verslag uit februari 1972 van het bezoek aan Mongolië van Jan Cremer met fotograaf Peter van der Velde, een verhaal dat in 2003 is opgenomen in verzamelde reisverhalen van Jan Cremer: *De wilde horizon. Reizen in het spoor van Dzjengiz Chan*. Deze reportages zijn tot op zekere hoogte een willekeurige selectie, de analyse had met alle reisverhalen uit *Avenue* uitgevoerd kunnen worden. Maar deze drie zijn om drie redenen gekozen. Ten eerste omdat ze verschillen in het soort auteur (journalist (Kok), schrijver/bioloog (Hillenius), literair auteur (Mulisch) en schrijver/kunstenaar (Cremer)) en ten tweede in de opmaak van de verhalen (tekst gescheiden van de foto's of juist niet, al dan niet met een reisaanbieding), en ten derde omdat uit een bredere verkennende analyse van deze en andere reisreportages uit deze vroege periode in *Avenue* niet alleen is gebleken dat deze drie reportages onderling verschillen in de visie op toerisme en in de manieren om daarmee om te gaan, maar ook dat ze elk representatief zijn voor andere verhalen in het blad. Ze zijn dus prototypisch te noemen. Ik bespreek de typen verhalen hier niet in chronologische volgorde, maar start met de tekst waarin het minst blijkt wordt gegeven van ongemak met reizen, en eindig met Mulisch, die niet alleen het reizen, maar ook het schrijven daarover problematiseert.

Ethisch ongemak, of niet?

Reisjournalist Ruud H.M. Kok maakte samen met de beroemde fotograaf en medeoprichter van de World Press Photo Kees Scherer (1920-1993) zeven reportages voor *Avenue*, en later een boek: *Een andere kijk op Holland* (Kok & Scherer, 1983). De reportage over de Zuidzee vangt aan met een lofzang op het groeiende toerisme, mogelijk afkomstig van de redactie, zonder dat er van enige keerzijde sprake is:

Wij verplaatsen ons met snelheden van 900 kilometer per uur naar het Nabije Oosten, de Afrikaanse noordkust of op z'n minst naar de Middellandse Zee. Maar daarmee is de grens van het toekomstig toerisme nog niet bereikt. Enorme vliegtuigen met 400 en zelfs met 900 passagiers zullen binnen enkele jaren van het toerisme de belangrijkste industrie ter wereld maken: gebieden die ons nu nog als een onbereikbare fata

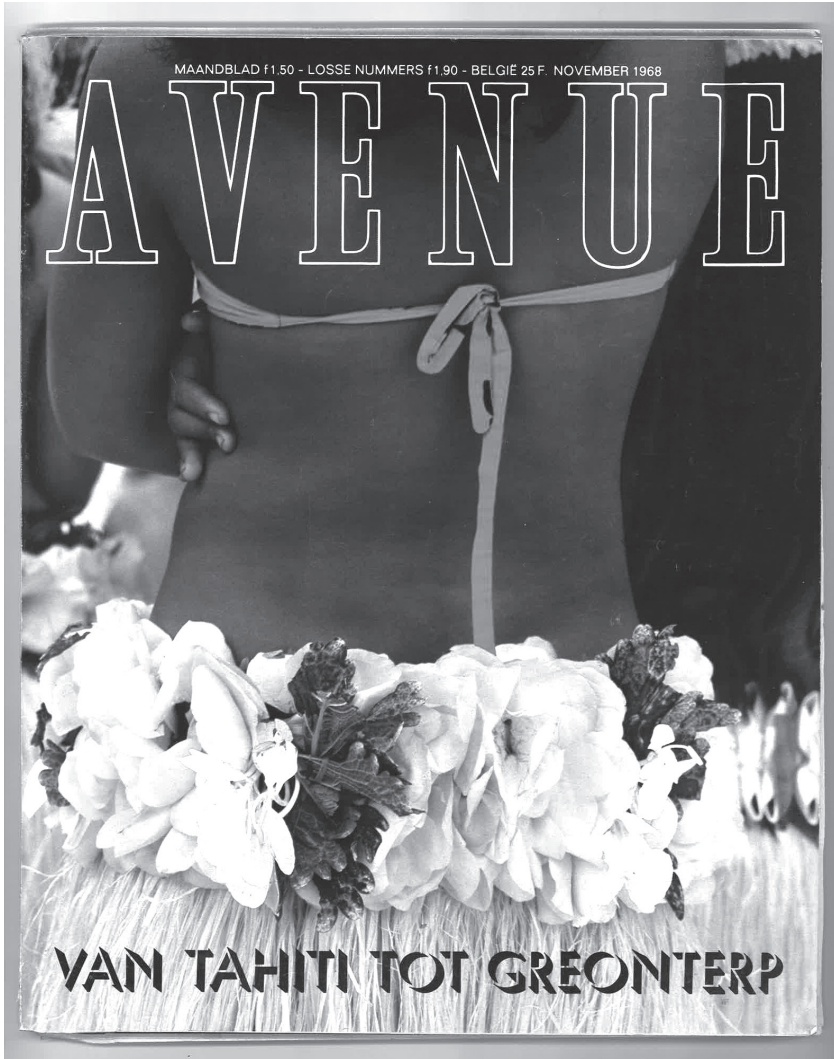
morgana toeschijnen, zullen het vakantiegebied zijn van onze generatie. AVENUE ging daarom voor u kijken in het meest intrigerende ontspanningsterrein van de wereld: de eilanden van de Stille Zuidzee. Wij kozen Tahiti, Moorea, Amerikaans Samoa, Fiji en Honolulu. Want dit gebied is dichterbij dan u denkt (Kok, 1968, p. 135).

In Koks reisbeschrijving zijn vervolgens talloze discursieve *othering*-strategieën aan te wijzen, zonder dat daarbij uiting wordt gegeven aan ongemak ten aanzien van het (eigen) reizen, het effect daarvan of van misstanden, zoals vormen van ongelijkheid die worden waargenomen.

Aanvankelijk benoemt hij vooral wat hem tegenvalt aan de als paradijselijk te boek staande omgeving. Hij verwacht dat hij wordt opgewacht door mooie, schaars geklede vrouwen met bloemenkransen: 'Tahiti 1986 is slechts een laffe afspiegeling van vroeger. Onder aan de vliegtuigtrap staan twee dikke, lelijke vrouwen heel zielig op het beton en druipen van de regen' (Kok, 1968, p. 151). Zijn kleding raakt letterlijk bezoedeld door de bloemenkrans die hij, zoals de traditie voorschrijft, krijgt omgehangen: 'Een juffrouw in een ongeschouderde jurk legt ons onmiddellijk een bloemenslinger om de nek [...] hetgeen wel leuk is, maar later enigszins kleffig gaat aanvoelen en vlekken nalaat op mijn lichtgewicht, kreukvrije blauwe blazer' (ibid.). We zien hier niet alleen vormen van seksisme, die overigens zeer typerend zijn voor veel reisverhalen uit deze periode, maar ook de constructie van een oppositie die herinnert aan koloniale beeldvorming: de beschaafde, goed geklede reiziger versus de ongemanierde en 'vieze' inheemse ander. Jacob (2006, p. 1) definieert kosmopolitisme als: 'the ability to experience people of different nations, creeds and colours with pleasure, curiosity and interest, and not with suspicion, disdain or simply a disinterest that could occasionally turn into loathing'. Kok voldoet niet bepaald aan deze omschrijving.

Onvrede ervaart hij ook met de – in de ogen van de reiziger – onbeleefde service en bediening in hotels en restaurants. Het is op Tahiti verboden fooien te geven en inderdaad vraagt de kruier die zijn koffers draagt, ook nergens om. Kok merkt op: 'Tijdens de tien dagen dat we op Tahiti waren, hebben we niet één keer een fooi gegeven, maar de bediening gaf daar dan ook geen enkele reden voor' (Kok, 1968, p. 151). Dat de bediening wellicht uitgebuit wordt, komt in de tekst niet ter sprake.

Op Tahiti bezoeken Kok en Scherer het Gauguin Memorial en ze stellen vast: 'Het grappige is, dat hier geen enkel schilderij van Gauguin te vinden is: de man die tijdens zijn leven nog voor geen tien frank iets kon verkopen, is nu te duur voor het eiland waar hij de mooiste schilderijen maakte' (Kok, 1968, p. 152). Na een bezoek aan een bekende, die 'Tahitiaan onder de Tahitianen



Afbeelding 1: Cover *Avenue*, november 1986. Particuliere collectie.

geworden' is en die hem iets meer van de cultuur laat begrijpen en ze naar de échte bezienswaardigheden stuurt, wordt de onvrede minder:

Terwijl Kees fotografeert, ben ik te gast bij Aad van den Heuvel, die hier al elf jaar woont als een tweede Gaugain en zijn schilderijen verkoopt aan Amerikaanse toeristen. Het wordt een geweldige dag. Augustine, de Tahitiaanse schone die Aads leven deelt, bereidt een vorstelijke maaltijd, die wij besproeien met wijn en rekken met lange gesprekken. (Kok, 1968, p. 153).

Deze uitspraak, in combinatie met de eerdere informatie over Gauguin, maakt ietwat pijnlijk zichtbaar hoe Van den Heuvel weliswaar geniet, maar ook profiteert van het lokale toerisme zonder (met zijn schilderijen) bij te dragen aan de lokale cultuur. Uit de radio van Van den Heuvel klinkt op dat moment *Mien waar is mijn feestneus*, waarna Kok vraagt of Toon Hermans daar wel rechten voor krijgt. De suggestie dat Hermans uitgebuit wordt, hoewel ongetwijfeld grappig bedoeld, is in combinatie met de opmerking over de fooien, wederom enigszins pijnlijk.

Een andere bekende strategie die superioriteit legitimeert, is dat Kok allerlei 'anderen' en objecten aanduidt met verkleinwoorden: 'het stadje, dat eigenlijk geen stadje is, maar nog het meeste lijkt op zo'n saai dorpje op het Amerikaanse platteland', 'een jong stewardessje', 'het Amerikaantje naast mij' en zijn 'korte beentjes' (Kok, 1968, pp. 151-153). Wat daaraan opvalt, is dat het telkens niet om de eilandbewoners gaat, maar om de Amerikanen. Zij worden beschreven als de ongecivileerden en krijgen precies die eigenschappen die volgens de definitie níét kosmopolitisch zijn: ze zijn slecht geïnformeerd en ongeïnteresseerd, slechts belust op (seksuele) uitbuiting, luidruchtig en met velen tegelijk. De Amerikanen, dát zijn de toeristen. Daarmee positioneert Kok zich niet zozeer (expliciet) tegenover de lokale inwoners, maar in de tussenpositie van de antitoerist, een positie die een lange traditie kent (Buzard, 1993). Zowel toeristen als antitoeristen willen *authentieke* ervaringen opdoen, geen toeristische. Enerzijds is er in de moderne reisliteratuur een veel groter bewustzijn van de onechtheid die ontstaat door toerisme. Dat wordt bijvoorbeeld duidelijk als Kok beschrijft dat kannibalisme in dit gebied (pas) vijftig jaar niet meer bestaat, maar er 's avonds nog wel opvoeringen zijn die eraan herinneren, waarbij uiteraard vooral de Amerikanen foto's maken en meedoen. Anderzijds blijft de behoefte aan de ontdekking van het authentieke gelijk – of het als zodanig presenteren van een reis om die te legitimeren. Om alvast wat vooruit te lopen: *Avenue* beeldt ook afbeeldingen af van de ceremonie met de kop: 'Overdag kantoorklerk, 's avonds kannibaal' (Kok, 1968, p. 137).

Kok geeft in het verhaal veel informatie over de bezochte culturen op grond van andere bronnen. Zo legt hij het principe van de *vahine* uit: een jonge vrouw die niet hoeft te werken, alleen maar mooi hoeft te zijn, 'te flirten en ontelbare affaires te beleven, zonder belemmerd te worden door wet of moraal' (Kok, 1968, p. 151). Deze jonge vrouwen benaderen alleen mannen met dezelfde afkomst als zijzelf. De Amerikanen, die dat volgens Kok uiteraard niet weten, druipen teleurgesteld af. Eenmaal zijn de reizigers er getuige van dat een *vahine* de *tamuré*, een erotische dans, uitvoert met een Tahitiaan. Kok vindt deze dans 'zo geestdriftig, dat hij mij bijna schaamteloos aandeed: het is eigenlijk geen dans' (ibid.). We zien hier dat Kok vanuit zijn



Afbeelding 2: Cover *Avenue*, juni 1970. Particuliere collectie.

'beschaafde' opvattingen moreel oordeelt over lokale gewoonten en zeden, terwijl hij doet voorkomen alsof juist anderen die niet begrijpen.

De vroege reisverhalen in *Avenue* wekken allemaal de indruk van goed gedocumenteerde reizen: de auteurs geven veel feiten en data, waarbij vaak ook de bronnen genoemd worden. Dat heeft uiteraard een autoriteitseffect en levert de reiziger ook overzicht op in contrast met de minder 'geciviliseerde' omgeving die wordt beschreven. Mary Louise Pratt beschrijft in *Imperial Eyes* (2008) hoe de 'ontdekkingen' van landen en culturen in de koloniale

tijd pas telden als ze beschreven waren in Europese (Britse) reisverslagen (Pratt, 2008, p. 200). De (mannelijke, witte) reiziger eigende zich de macht toe over wat daarbij van belang was en wat niet. Deze reisschrijver was iemand die zijn naam verbond aan het landschap als de meester, een *monarch-of-all-I-survey* (Pratt, 2008, p. 197). Deze houding is volgens Pratt ook in recentere reisteksten te vinden: 'In contemporary travel accounts, the monarch-of-all-I-survey scene gets repeated, only now from the balconies of hotels in big third-world cities' (Pratt, 2008, p. 212).

De gewetenswroeging van de ontdekkingsreiziger

De reisreportage van bioloog en schrijver Dick Hillenius (1927-1987) en fotograaf Ed van der Elsen (1925-1990) gaat over een pas ontdekte indianenstam in Suriname. In het redactionele voorwoord van *Avenue* wordt de bijdrage omschreven als een grootse ontdekking:

Op de omslag het portret van Aparita. Hij is een van de Akoerio's, van wie in deze *Avenue* afbeeldingen verschijnen. Daarmee heeft *Avenue* een wereldprimeur. De Akoerio's zijn Indianen die in het zuiden van Suriname in groepjes van tien tot twintig man door het regenwoud zwerven. Andere stammen in dit gebied leiden een minder mobiel bestaan en daarop heeft de buitenwereld dan ook al meer vat. D. Hillenius en Ed van der Elsen namen deel aan een inspectietocht, die tot diep in het Surinaamse binnenland voerde, waar bij Trio-Indianen de eerste verkiezingen werden gehouden. De Akoerio's leven nog in het stenen tijdperk. Gewapend met een stenen bijl wagen ze zich hoog in bomen om zich van honing te voorzien (Hillenius, 1970, p. 112).

Net als in het redactionele voorwoord presenteert de introductie bij de reportage zelf, vermoedelijk deels geschreven door de redactie en deels door Hillenius, de reis van Hillenius en Van der Elsen als een journalistiek hoogtepunt; zij worden 'als eerste verslaggevers geconfronteerd met de Akoerio's' (ibid.). Impliciet krijgt 'ontdekken' een viriele betekenis: doordringen in mysterieus gebied; het maken van de eerste foto's moet voor een fotograaf 'een *maagdelijke* uitdaging zijn' (ibid., mijn cursivering).

De tekst zelf is wat kritischer en zelfreflexiever, omdat de (negatieve) implicaties van de aanwezigheid van anderen in het 'ongerepte' gebied wel worden bevestigd, al manoeuvreert ook Hillenius zichzelf in een tussenpositie.

Uit het verhaal blijkt dat Hillenius en Van der Elsken niet daadwerkelijk de eersten waren om de ‘ontdekking’ te verslaan. De zendeling Leavitt was hun voor geweest: ‘Hij had er rapporten over geschreven en hij had prachtige foto’s gemaakt, waar Ed helemaal stil bij werd: tenslotte waren dat de Akoerio’s die hij had moeten zien’ (Hillenius, 1970, p. 137). Deze zendeling wordt echter beschreven als iemand die te zeer handelt en kijkt vanuit zijn eigen christelijke overtuiging. Hillenius beschrijft hoe Leavitt de Akoerio’s, die alleen een lapje dragen dat hun geslachtsorganen niet geheel bedekt, steeds wil kleden. Daar stellen de auteur en de fotograaf hun liberale moraal tegenover. Veel aandacht is er ook in dit verhaal voor de seksuele mores ter plaatse, en de vraag of monogamie gebruikelijk is of niet. De reizigers staan hier, met hun Westerse opvattingen, eerder aan de kant van de ‘primitieve’ bevolking dan aan die van de zendingen. Ook vraagt Hillenius zich af of de wreedheid van dieren en van mensen vergelijkbaar is. De mens is slechter, stelt hij; de menselijke geest maakt het mogelijk concurrenten sneller te herkennen en te moorden. Hij somt de wreedheden op die religies, zoals het christendom, begaan hebben. Als er vervolgens apenvlees gegeten wordt, weigert hij dat omdat hij het immoreel vindt. Zo wordt opnieuw een ‘ander’ gecreëerd die het zelf van de reiziger kosmopolitischer, begripvoller, beschaafder en ruimdenkender maakt. De tussenpositie neutraliseert het gevoelde ongemak met de eigen aanwezigheid. Dat de ‘ontdekking’ hier gedaan is door de zendeling, zal namelijk consequenties hebben voor de Akoerio’s, realiseert Hillenius zich maar al te goed:

Straks zullen ook de Akoerio’s, als overgang tot de geldeconomie, een zendingswinkeltje hebben, met zeep, sardientjes, lucifers. Dat is evenzeer te betreuren of toe te juichen als bij een individu de opvolging van de ene levensfase door de andere. Het betekent verandering, verandering is een kenmerk van leven en meer valt er niet over te zeggen (Hillenius, 1970, p. 137).

De eigen rol blijft hier nog wat buiten beeld, maar de toon is duidelijk anders dan die in het voorwoord van het blad. Als geheel is de tekst daarmee ambivalenter ten opzichte van toerisme dan de vorige. Opgemerkt moet worden dat dat mogelijk ook met het doel van de reis en de bestemming te maken heeft. Bij het ontmoeten van een nieuwe indianenstam speelt bijvoorbeeld de vrees om een tot nu toe meer geïsoleerde cultuur te beïnvloeden. Bovendien is Suriname tot 1975 nog een kolonie van Nederland, waardoor Nederlandse auteurs er mogelijk een ander soort kennis van of gevoel bij hebben, dan bij bijvoorbeeld Japan. De verhalen zijn in dit opzicht niet helemaal vergelijkbaar; mijn doel hier is om een indruk te geven van



Afbeelding 3: Cover *Avenue*, april 1967. Particuliere collectie.

de technieken waarmee auteurs ervaren ethisch ongemak – welk soort ongemak dat ook is – te thematiseren, verhullen of omzeilen.

De 'barbaar' Mulisch

De reisreportage van Harry Mulisch over Japan dateert uit 1967. Mulisch is door het blad gevraagd de reportage over Japan te maken, zoals hij zelf

HARRY MULISCH

HET KRUIS EN DE BLOEM

Van het zwarte, goudbeschilderde Japanse lak doosje op het tafeltje bij het raam — beschenen door de warme, doodstille zon van mijn kindertijd — naar het opdoemen boven de wolken van de besneeuwde top van de Fuji-yama, in de patrijspoort van een vliegtuig aan de andere kant van de wereld, dat is een lange weg: heel wat langer nog en gecompliceerder dan deze zin. Die weg is mijn leven. (De zin er van is onleesbaar.) Op eens was het zo ver, dat ik van de Filippijnen kwam; boven de Stille Oceaan verrees een rode zon, en het eerste dat ik van Japan zag was de oranje sneeuw op de vulkaan. De Fuji-yama bestond werkelijk, de afbeelding op de koektrommel had niet gelogen, en zelfs dat van de Rijzende Zon klopte dus. Maar van dat moment af klopte er zo ongeveer niets meer.

Wanneer ik nu in Amsterdam de foto's bekijk, die ik daarginds heb genomen, is het allemaal weer: JAPAN. Er staan Japanners op, mensen met scheve ogen; donkerbruine tempels met daken waarvan de hoeken omhoog buigen, omgeven door naaldbomen die in de breedte groeien. Het is allemaal zeer JAPAN: dat land, dat mij altijd vreemd was gebleven. Maar nu ik er geweest ben, kan ik mij nauwelijks mensen met scheve ogen herinneren, alleen veel mensen; en wat de tempels betreft, die hadden uiteraard daken, net als de kerken hier, en allicht stonden er wat bomen. Het JAPAN van de foto's bestaat alleen in Europa. Het kan iemand aantrekken of het kan iemand afstoten, maar in elk geval bestaat het niet. Wie beweert, dat hij werkelijk in dat JAPAN is geweest, die is in werkelijkheid nooit uit Europa weg geweest als je het mij vraagt. En aangezien het mij nu gevraagd wordt, zal ik proberen uit te leggen hoezo dat opwindende land, waar ik geweest ben, niet JAPAN was, maar **Nippon** — en op welke vraag ik daar het antwoord ging zoeken.

doorlezen op pagina 127

Fotografer: Harry Mulisch



Afbeelding 4: De 'beroemde foto' Harry Mulisch. Uit: *Avenue*, april 1967, p. 122. Particuliere collectie.

ook aangeeft, maar meer context wordt daarbij niet gegeven. Er is geen journalistieke nieuwswaarde die de aanleiding vormt, zoals in de andere teksten. Mulisch begint met het beeld van een Japans lakdoosje in een Nederlandse huiskamer. Het is in die omgeving betekenisloos. De auteur kan er betekenissen aan toeschrijven op grond van zijn Westerse kennis (Freud, Jugendstil), maar weet ook dat hij er uiteindelijk niks van begrijpt. Tijdens zijn bezoek in Japan ziet hij geen enkel doosje. Niet omdat ze er niet zijn, ze staan overal, maar dáár zijn ze zinvol opgenomen in de

context. In het verdere verhaal zien we wat Mary Louise Pratt een *reverse dynamic* in de hiërarchische verhouding noemt (Pratt, 2008, p. 3). Mulisch maakt zichzelf tot degene die de vreemde is, de bezienswaardigheid: 'Ik – in Europa een sierlijk elegante verschijning – In Nippon heb ik mij ontpopt als een grote, blonde, blauwogige lomperd [...] een barbaar die in theaters zijn benen niet kwijt kan.'⁶ Ondanks de 'omkering' blijft hij nog altijd wel een lomperd in het theater, een beschaafde, culturele omgeving (Mulisch, 1967, p. 127).

De typeringen van de Japanners zijn stereotiep, ze hebben 'scheve ogen', maar die stereotypering heeft bij Mulisch wél een functie: 'In Nippon zijn niet *zij* Japanners, maar jij bent een Europeaan; zij kijken in de eerste plaats naar jou, bij honderdduizenden, dan pas jij naar hen; niet zij hebben scheve ogen, maar jij hebt ronde. In Nippon word *jij* zoiets als een vereenzaamd lakdoosje' (ibid.). In die laatste zin objectivert Mulisch zichzelf tot een ding – wat in de koloniale topoi omgekeerd ook vaak gebeurde, net als in de volgende formulering: 'Het is voorgekomen dat ik, vergetend *wat* ik was, in de stampvolle straten van Tokio met afkeer keek naar net zo'n wilde als ikzelf.' (ibid., mijn cursivering).

Mulisch laat zich bewonderend uit over de Japanse beschaving. Hij vraagt zich af of een crucifix in een Japanse kamer net zo betekenisloos zou zijn als het lakdoosje, maar concludeert dat juist het tegendeel waar is. Het doosje is kunst, een blijk van beschaving, maar een crucifix verandert daarginds in 'een toonbeeld van moord, doodslag, geweld, afzichtelijk lijden, barbaarsheid' (ibid.). Net als Hillenius distantieert ook Mulisch zich dus van de 'Westerse' christelijke religie.

In Japan is hij getuige van de impact van de technologie op de authentieke culturele gebruiken en hij betreurt die ontwikkeling: een theeceremonie wordt verstoord doordat iedereen afgeleid is door televisiebeelden. Techniek is een godsbewijs, stelt hij. Het 'bewijst niet dat God is, maar dat God was' (ibid.), nu is er techniek. De Japanners perfectioneren de technologie echter op de hun kenmerkende wijze, terwijl de westerlingen er oorlog mee voeren. Mulisch toont zich bewust van de schuldige erfenis die hij belichaamt, bijvoorbeeld ten aanzien van de atoombom op Hiroshima. Als hij in het Vredespark – bij Mulisch uiteraard dáár – in opstand komt tegen hondenmeppers, denkt hij dat ze hem wel hypocriet zullen vinden: wel een bom gooien, maar je druk maken om een paar honden.

Toch bevat ook Mulisch' tekst representaties die vanuit eenentwintigste-eeuws postkoloniaal perspectief problematisch te noemen zijn. Hierboven vielen uiteraard de 'scheve ogen' al op: het signaleren van 'afwijkende'

lichamelijke kenmerken. Tijdens zijn reis naar Japan verblijft Mulisch een aantal dagen in India:

Op weg naar Nippon was ik voor een week uitgestapt in Calcutta – en bij het opengaan van de vliegtuigdeur was al te zien hoe laat het was. Geen technologie; geen handig autootje dat de KLM-trap over Dum Dum Airport trok, maar door de bulkende zon werd hij langzaam naderbij geduwd door tien, vijftien kleine, bruinzwarte, zwetend naar ons omhoogkijkende mannen in lompen, op blote voeten. Zo wachtten wij het af in de ingang van ons blinkende, jetgemotoriseerde crucifix, *Isaac Newton* geheten, – in Franse pakken, op Italiaanse schoenen, met Amerikaanse overhemden, Engelse dassen, Zwitserse horloges, Zweeds ondergoed, in blanke huid (Mulisch, 1967, p. 129).

Mulisch staat hier hoog, de omhoogkijkende mannen laag; hij is gekleed (en hoe!), zij slechts in lompen; hij staat in een toonbeeld van westerse vooruitgang en technologisch vernuft, zij zijn blootvoets, hardwerkend, zwetend; het is blank tegenover bruinzwart. Zo opgesomd is het beeld volkomen ironisch, over de top. Dat is ook de beschrijving van zijn besluit om een ritje in een *rickshaw* te maken. Hij vraagt zich af of hij dit wel kan doen:

Mijn eerste gedachte was, dat ik mij toch niet door een *mens* kon laten trekken, maar de tweede, dat zij dan door toedoen van mijn hoge opvattingen van de menselijke waardigheid wederom niets zouden verdienen. Dus keek ik even later naar de van zweet gutschende naakte rug van een op blote voeten hollende man tussen twee slagbomen; zijn haar was gemillimeterd, behoudens een klein staartje op zijn achterhoofd, ten teken dat hij een vrome hindoe was, wie het de volgende keer beter zou gaan. Bij voorbeeld als een Nederlandse schrijver (*ibid.*).

Dit citaat toont het besef van de eigen geprivilegieerde positie – het ongemak daarover wordt gecompenseerd met zelfspot – maar stelt de verhoudingen ook voor als een gegeven. Mulisch realiseert zich dat hij dat doet en maakt het daarom nog wat scherper: hij is niet zomaar een toerist, hij is niet de minste! Tegelijk vermeldt hij – en opnieuw is daarin een vorm van distinctie op grond van een religie te herkennen die op gespannen voet staat met het kosmopolitische (lees: westers-rationele) – het zijns inziens naïeve geloof in reïncarnatie. Bovendien krijgt de ontmoeting opnieuw vorm in de eerder genoemde tegenstellingen: hoog (zittend)-laag (trekkend), het naakte, bezwete lichaam, de blote voeten.

Mulisch maskeert, net als enkele anderen in deze vroege reisverslagen, zijn verlegenheid met (zelf)ironie. Hij laat dus zien dat hij zich zeer bewust is van zijn bevoorrechte positie. Ook in de teksten van bijvoorbeeld Cees Nooteboom en H.C. Ten Berge is dat zichtbaar (De Vooght, 2016). Deze auteurs reflecteren expliciet op hun buitenstaanderspositie, tussenpositie en eigen anders-zijn in de onbekende omgeving en tonen, in tegenstelling tot de auteurs van de reportages die hierboven werden besproken, wél expliciet hun onbehagen met de rol van welgestelde westerse cultuurdrager.

Toerisme en ethisch ongemak in tekst en beeld

De drie tot dusver beschreven reportages vertegenwoordigen ieder een (in *Avenue* veel voorkomende) manier waarop tekst en beeld zijn samengebracht. Het reisverhaal van Kok over de Zuidzee is op mat, dun bouffantpapier gedrukt. De paginagrote, glimmende kleurenfoto's van Van der Velde gaan daaraan vooraf, met slechts enkele bijschriften. De foto's van Van der Elsen daarentegen zijn even prominent *in* het verhaal van Hillenius geplaatst, waarbij ook de tekst op glimmend papier staat. De foto's in het verhaal van Mulisch zijn minder opvallend en professioneel, ze zijn door hem zelf gemaakt, op een zelfportret na.

Deze variëteit is kenmerkend voor *Avenue*. Gemiddeld bestaat 60 procent van de reispagina's uit afbeeldingen, circa 60 procent daarvan is in kleur. Vrijwel elk reisverhaal bevat een of meerdere spreads (een foto over beide pagina's). Ongeveer de helft van de afbeeldingen heeft volgens Meeuwssen een (reis)journalistieke functie – afbeeldingen van belangrijke lokale evenementen, plaatsen of monumenten bijvoorbeeld; de andere helft is eerder esthetisch georiënteerd, waarbij te denken valt aan een uitvergroot detail van voedsel of kleding, of een spread van het landschap. Het onderscheid dat Meeuwssen maakt, is hier m.i. wat discutabel, ze merkt dat zelf ook wel op: de verbeelding van landschap of lokale gebruiken is ook journalistiek relevant. Relevant is hier vooral dat fotografie als kunstvorm, en daarmee de esthetisering van het exotische, alle ruimte kreeg in de reisbijdragen – wat niet vreemd is voor een blad dat bedacht werd door een van de oprichters van de World Press Photo, Joop Swart.

Gemiddeld bevat slechts 21 procent van de reisreportages een bijbehorende reisaanbieding, al neemt dat eind jaren zeventig en tachtig wat toe.

We zien dat in de reportage van Kok, over de Zuidzee. De kop daarvan luidt ‘Nu de Zuidzee nog stil is’:

Omdat een bezoek aan de eilanden van de Stille Zuidzee nu nog een tocht naar een andere wereld betekent, terwijl over enkele jaren – als het toerisme er op gang is gekomen – veel autochtoons zal zijn verdwenen, heeft AVENUE een reisbureau verzocht een reisprogramma samen te stellen waarin alle eilanden waarover in de voorgaande reportage wordt gesproken, zijn opgenomen. [...] U moet deze trip beslist niet als een ‘geheel verzorgde reis’ zien, omdat wij meenden dat geïnteresseerden alleszins zelf in staat zijn te bepalen wat zij wensen te zien. Desondanks zal er bij de groep een reisleider worden gevoegd die al uw wensen met betrekking tot excursies graag zal uitvoeren (Kok, 1968, p. 165).

De lezer wordt hier betrokken bij het antitoeristische discours. Er is geen enkel spoor van gewetenswroeging over het veroorzaken van de vernietiging van de cultuur door het toerisme, waarover wel gerept wordt. Dat geldt ook voor de bijschriften bij de spreads van de natuur in Fiji en Moorea. Het zijn paradijselijke, esthetiserende foto’s van de natuur, waarbij dan vermeld wordt hoe gelukkig de mensen er leven:

De eilanders hebben maar één klacht: ze vinden het jammer dat ze eens werden ontdekt, omdat de blanke cultuur [sic] veel in hun zorgeloze leven heeft veranderd. Niet dat de Mooreanen hard werken. [...] Onbekommerd beminnen zij elkander, waarbij de wettige echtelijke banden uiterst losjes blijken te zijn (Kok, 1968, p. 142)

Net als in het verhaal van Hillenius is de toon in het onderschrift en in de advertentie – die vermoedelijk van de redactie komen – ‘smeuïger’ dan in de tekst zelf, waarin de losse(re) seksuele normen juist abusievelijk door de Amerikanen zo werden voorgesteld. Naast esthetische natuurfoto’s (bijvoorbeeld van een palmboom met een regenboog) heeft Van der Velde ook foto’s opgenomen van de ceremonie met de ‘kannibalen’. Alle afgebeelde eilandbewoners staan lachend op de foto. Alleen een jong meisje, vermoedelijk de *vahine*, kijkt weg, wat het onbereikbare onderstreept.

De tekst van Kok wordt onderbroken door advertenties, die allemaal op vrouwen gericht zijn en ook alleen vrouwen (en kinderen) afbeelden: voor damesmode, haarspray, lippenstift of damesverband. Het impliciete koperspubliek van *Avenue* is, als we daarop afgaan, vrouwelijk. Dat vormt een contrast met het feit dat alle reportages van mannelijke auteurs zijn

– uiteraard een selectie, maar de vrouwelijke journalisten en auteurs zijn zeker in de minderheid in *Avenue* – en met de vaak (vanuit het heden gezien) seksistische opmerkingen in de reportages. De manier waarop een slank schoonheidsideaal wordt gepromoot, valt ook op: frisdrank die goed is voor de lijn. En zelfs Nederlandse kaas is dat ('kaas is lief voor de lijn' (Kok, 1968, p. 155)). Ook in de andere twee edities zijn vooral dit soort advertenties gangbaar.

In de reportage over de Akourio's zien we het uitvergrooten, ook letterlijk op de covers, van het 'exotische' of vreemde van de ander. De schrijver en de fotograaf worden in hun kano's getoond (een van hen met een geweer). Op alle andere foto's van de boten zien we mensen hard werken om de boten stroomopwaarts te krijgen. Die beelden dragen bij aan de constructie van een vermeend vanzelfsprekend onderscheid tussen de reizigers en degenen die de expeditie faciliteren, terwijl die hiërarchische verhoudingen niet vanzelfsprekend zijn; ze worden mede door beelden wel in stand gehouden. Verder worden de Akoerio's bijna allemaal lachend getoond. Onder een van de foto's wordt dat toegelicht:

Opvallend was vroeger de argwanende, sombere blik waarmee natuurvolken zich fotografisch lieten vastleggen door de blanke ontdekkingsreizigers. Misschien kwam dat door de lange tijd die elke opname kostte, het zal ook wel te maken hebben gehad met de verhevenheid van de blanke fotograaf boven zijn onderwerp. Van der Elsen heeft iets van het vogeltje dat ouderwetse fotografen aan kinderen beloofden om ze te laten lachen. Dat zie je op bijna elke foto van hem (Hillenius, 1970, p. 160).

Het fotograferen wordt op deze manier gelegitimeerd: de geportretteerden vonden het zelf niet erg en Van der Elsen stelde zich niet boven hen, zoals eerdere 'blanke' fotografen dat deden. Tegelijk worden de Akoerio's wel degelijk vergeleken met kinderen, die aan eigenschappen als eenvoudig en minder ontwikkeld doen denken, iets wat in de koloniale *contact zone* ook vaak gebeurde.

Het is vrij uitzonderlijk (in de context van de geschiedenis van *Avenue*) dat de foto's in de reportage van Mulisch niet door een beroemde fotograaf zijn gemaakt, maar door de auteur zelf. Tussen alle spectaculaire beelden van de topfotografen doen die van hem, soms genomen vanuit kikvorsperspectief, bijvoorbeeld onder de 'Atoom-Dom', op een grappige manier knullig aan. Zoals gezegd zijn tekst en beeld in deze reportage meer een geheel. De eerder beschreven ironie kenmerkt ook de foto's en onderschriften. Naast een afbeelding van een bordje 'This way' in twee *tegengestelde* richtingen



Afbeelding 5: Ed van der Elskens foto's van lachende Akoerio's, inclusief de toelichting daarop. Uit: *Avenue*, 1970, p. 160. Particuliere collectie.

met dezelfde Japanse karakters, schrijft Mulisch: 'Omdat Japan een groot land is, waarin je gemakkelijk kunt verdwalen, zijn hier en daar handige borden geplaatst' (Mulisch, 1967, p. 133).

Uiteraard is die ironie uit te leggen als een strategie om om te gaan met wat Boehmer de 'distressing opacity' of 'unreadability of the other' noemt, maar Mulisch houdt zichzelf ook niet buiten schot (Boehmer, 2005, p. 89). Het onderschrift bij een foto van hemzelf luidt: 'De bekende fotograaf Harry Mulisch, in zijn vrije tijd ook schrijver' (Mulisch, 1967, p. 121). Bovendien

wordt het afbeelden op foto's en het interpreteren daarvan, ook door de lezers van *Avenue*, die zich nu een beeld zullen vormen van Japan, in de tekst gethematiseerd. Mulisch stelt dat hij, als hijzelf de foto's achteraf bekijkt, Japan weer alleen maar als een andere wereld kan zien – de wereld die hij vooraf al kende en die helemaal niet bleek overeen te komen met de realiteit: 'Het JAPAN van de foto's bestaat alleen in Europa' (ibid.). 'Het kan iemand aantrekken of afstoten; in ieder geval: het bestaat niet.' [...] 'en aangezien mij dat wordt gevraagd, zal ik proberen uit te leggen waarom dat opwindende land waar ik ben geweest niet JAPAN was, maar Nippon' (de woorden zijn ook steeds in hoofdletters dan wel vetgedrukt in de tekst). Mulisch zoekt ook typografisch naar manieren om het probleem van representatie inzichtelijk te maken. Hij reflecteert ook op termen als 'verre Oosten' en 'Westen': 'Wanneer men in het "oosten" is, is het niet ver, dan is het zelfs niet "het oosten", want dan is men ter plekke [...] In het verre Oosten ligt dan Amerika'. Mulisch verwoordt zo een aantal uitgangspunten die we elf jaar later ook in *Orientalism* van Edward Said terugzien. Het gevoelde ongemak bij representatie in woord en beeld is tamelijk uniek in de vroege reisverhalen in *Avenue*.

De reisverhalen van een schilder en schrijver

Tot slot wil ik aandacht besteden aan het verwijderen van de oorspronkelijke context als een strategie waarmee schadelijke kanten van toerisme verhuld worden. Zonder de vaak scherpere redactieteksten, zonder de reisadvertenties, zonder de damesadvertenties en zonder de foto's, zijn de reisreportages compleet andere objecten.

Het reisverhaal van Mulisch is meteen in 1967 gebundeld in *Wenken voor de jongste dag*, maar was in de huidige vorm, zoals we zagen, eigenlijk al een hybride met eigengemaakte foto's en weinig glossy elementen. De verhalen van Kok en Hillenius zijn niet in boekvorm uitgekomen. Redenen om hier voor het verhaal van Cremer te kiezen, zijn allereerst dat het verhaal nog in de eenentwintigste eeuw opnieuw werd uitgegeven (2003) en dat er in de oorspronkelijke versie erg veel nadruk ligt op het beeld en het imago van Cremer. Hij wordt in de betreffende *Avenue* groot op de cover zélf afgebeeld met een polaroidcamera om zijn nek, als toerist dus. Die beeldvorming is in de gebundelde verhalen niet meegenomen.

De reisreportage van Jan Cremer en Peter van de Velde naar Mongolië, uit 1972, lijkt in een aantal opzichten sterk op die over de Akoerio's. De manier waarop het avontuur in het blad wordt geframed, is vergelijkbaar:



de auteurs zijn 'als eerste nederlanders doorgedrongen in de volksrepubliek mongolie [...] tot in het hart van de gobi-woestijn [sic]' (Cremer, 1972, p. 76). Ook inhoudelijk bevat het verhaal strategieën van *othering* en legitimering, die hiervoor al zijn besproken. Het verhaal besluit met de formulering: 'Wat ik heb geprobeerd, is impressies te geven van een gesloten land. De Mongool, afstammeling van Attila de Hun en Dzjengis Khan, zal voor ons altijd een raadsel blijven' (Cremer, 1972, p. 94). Het gaat mij nu om de heruitgave ervan in de verzamelde reisverhalen. *De wilde horizon* wordt in 2003 als een dikke pil van 544 pagina's uitgegeven bij uitgeverij De Bezige Bij. In de verantwoording is vermeld dat fragmenten van de oorspronkelijke reisverhalen eerder in *Avenue* verschenen in de periode

1971-1973. Het verhaal over Mongolië is opgenomen in het derde van de vier delen van het boek: 'Het land van Dzingiz Chan'.

Het omslag vermeldt hoe Cremer jarenlang als correspondent rondreisde en vele 'kleurrijke reisverhalen' schreef. De fotografen worden niet vermeld, noch zijn er foto's of illustraties in de publicatie opgenomen. De wat tijdgebonden redactietekst uit *Avenue* wordt, dertig jaar later, vrijwel letterlijk herhaald op de achterflap: 'Hij was de eerste Nederlandse journalist die in de toen sinds vijftig jaar gesloten Mongoolse Volksrepubliek doordrong'. Cremers reisverhalen worden omschreven als 'scherpe observaties van de verslaggever als ooggetuige, naast gloedvolle en romantische impressies vanuit het standpunt van de schilder Cremer'. Woorden als 'ooggetuige' en 'impressies' suggereren een positie als buitenstaander, die niet direct betrokken is, en dus ook niet verantwoordelijk is voor zijn aanwezigheid als toerist. Ook het motto, van Cremer zelf, benadrukt dat: 'Ik observeer en ben onzichtbaar'.

Cremer wordt in deze publicatie, naast journalist en schilder, ook meer een *schrijver* dan in *Avenue*. Niet alleen de uitgave bij een gerenommeerde literaire uitgeverij, ook de overige parateksten doen dat: het opnemen van een motto, een opdracht (aan Jan Cremer senior) en een citaat van Willem Frederik Hermans op het omslag, waarin zijn literaire competenties worden benadrukt: 'Cremer is een heel opmerkelijk stylist, hij vergist zich nooit in zijn beeldspraak.' Nu is het ook zo dat nadere vergelijking van de teksten laat zien, dat het inderdaad fragmenten van uitvoerige reisverhalen zijn die eerder in *Avenue* zijn opgenomen. Men zou dus kunnen stellen dat de *Avenue*-teksten de bewerkingen zijn geweest. Niettemin gaat het me hier vooral om de multimodale eigenschappen van het tijdschrift, die verloren gaan in boekpublicaties. Anders dan in deze verzamelde reisverhalen werden de originele teksten geflankeerd door advertenties die het reizen of reizen promootten en verkochten, 'projecting a sense of "anywhere but here" and "any time but now"' (Lisle, 2006, p. 208). Ontdaan van deze materiële kwaliteiten raken de commerciële effecten die de teksten binnen de context van *Avenue* onvermijdelijk gehad hebben uit het zicht.

Besluit

In antwoord op de vraag van welke (zelf)verheerlijkende of neutraliserende strategieën de reisschrijvers in *Avenue* zich bedienen in de omgang met de ethische dilemma's die aan reizen kleven, hebben we een aantal zaken gezien. Enkele topoi en binaire opposities uit het koloniale discours zijn

in de reisverhalen terug te vinden. De journalisten en auteurs creëren 'beschaafde' zelden en 'barbaarse' anderen. Om de eigen aanwezigheid in nog niet helemaal door toeristen overgenomen gebieden te legitimeren, en het ongemak daarmee te verhullen, creëren ze een tussenpositie (de antitoerist of de antizending), waarbij duidelijk een beroep gedaan wordt op een 'kosmopolitisch discours' van liberalisme, rationaliteit en een open geest. De Amerikaanse toerist of de christelijke moraal is erger. Mulisch draait de rollen zelfs om, maakt zichzelf, als representant van het Westen, tot barbaar. Hij doet dat met gebruikmaking van exact hetzelfde kosmopolitische discours, waar hij zich alleen kritischer toe verhoudt. Daarnaast zet hij ironie in, ook om zijn eigen privileges en status op de hak te nemen.

Wat eveneens opvalt, is de vaak onverhuld seksistische, racistische en neokoloniale toon van verschillende reisschrijvers die er in de 'progressieve' jaren zeventig opuit gingen voor *Avenue*. Het toont dat het progressieve karakter van die jaren zeventig op sommige terreinen wel gold (seksuele moraal), maar dat racisme, seksisme en kolonialisme soms zacht gezegd een blinde vlek vormden. Het toont eens te meer het belang aan van onderzoek naar reisschrijven, evenals het belang van postkoloniale theorie bij de analyse ervan.

Naast ongemak over de verhoudingen tussen het zelf en de ander, wordt in alle teksten ongemak geuit over de teloorgang van authentieke culturen en gebieden onder invloed van het toerisme. Dat verhindert niet dat reizen zowel impliciet als expliciet sterk gepromoot wordt in de teksten en in de prominente esthetiserende foto's. Juist vóórdat het echte toerisme, of de echte toerist, de bestemming heeft verpest, moeten de *Avenue*-lezers snel kennismaken met deze paradijselijke of onherbergzame gebieden. Deze antitoeristische houding is vooral te zien in de redactionele teksten, die slechts de voordelen van reizen benadrukken. De probleemloze promotie in die teksten en in de reisadvertenties maakt de reportages als geheel ambivalente objecten, wat van belang is voor de impact die ze hebben gehad op de voorstelling van reizen als lifestyle van de intellectuele, geïnteresseerde, avontuurlijke lezers met de goede smaak.

Ten slotte kan worden gesteld dat die ambivalentie vaak verloren gaat in latere uitgaven van de verhalen in gebundelde verzamelingen. Om te kunnen beoordelen welk effect ze in hun oorspronkelijke context gehad hebben, is het van belang dat die verschillende materiële eigenschappen in de analyse betrokken worden, en dus ook dat de tijdschriften, ondanks hun fragiele, vluchtige materialiteit, zorgvuldig geconserveerd worden. De bestudering van reisliteratuur is een interdisciplinair onderzoeksterrein, gebaseerd op inzichten uit postkoloniale studies, literaire studies en culturele

antropologie. Maar deze interdisciplinariteit breidt zich zelden uit naar de materiële kwaliteiten van reisliteratuur. Dat blijkt wel uit het overzicht dat Pettinger en Youngs geven van nieuwe benaderingen van reisliteratuur in hun *The Routledge Research Companion to Travel Writing* (2019). Een deel van hun overzicht is gericht op de modi en vormen van *travel writing*, zoals de brief, het dagboek, de gids en de toeristische brochure, het verhaal en de lezing, maar zonder systematische aandacht voor materiële kwaliteiten van deze vormen. Ik hoop niet alleen aangetoond te hebben dat reisliteratuur een belangrijke bron is voor het onderzoek naar de manieren waarop we de nadelen van reizen neigen te neutraliseren, manieren die vandaag in allerlei media nog altijd zichtbaar zijn. Ook heb ik willen laten zien dat juist de mediale kwaliteiten, van een glossy tijdschrift in dit geval, in dat onderzoek betrokken zouden moeten worden.

Een terugblik op *Avenue* legt bloot hoe Nederlandse lezers zijn gestimuleerd te gaan reizen, hoe ze daarbij een kosmopolitische houding voorgespiegeld hebben gekregen. Die terugblik geeft inzicht in soortgelijke strategieën die we er vandaag de dag op na houden, in reisliteratuur maar ook daarbuiten. Dat inzicht is hard nodig om ons kritisch te kunnen verhouden tot de manier waarop we met elkaar en de planeet omgaan.

Bibliografie

- Bauman, Z. (1996). *Tourists and Vagabonds. Heroes and Victims of Postmodernity*. Wenen, Institute for Advanced Studies..
- Boehmer, E. (2005). *Colonial and Postcolonial Literature. Migrant Metaphors*. Oxford, Oxford University Press. 2de druk.
- Boletsi, M. (2013). *Barbarism and Its Discontents*. Stanford, Stanford University Press.
- Bornstein, G. (2006). *Material Modernism. The Politics of the Page*. Cambridge, Cambridge University Press.
- Brands, M. (red.). (2006). *Avenue van A tot Zero*. Rotterdam, A. Mevis & L. van Deursen.
- Brems, H. (2006). *Altijd weer vogels die nesten beginnen. Geschiedenis van de Nederlandse literatuur 1945-2005*. Amsterdam, Prometheus. 2de druk.
- Butcher, J. (2003). *The Moralization of Tourism. Sun, Sand... and Saving the World?* Londen/New York, Routledge.
- Buzard, J. (1993). *The Beaten Track. European Tourism, Literature, and the Ways to 'Culture', 1800-1918*. Oxford, Clarendon Press.
- Cremer, J. (1972). Mongolië. Het land van Dzjengis Khan. *Avenue*, 1972 (februari), 77-95.

- Cremer, J. (2003). *De wilde horizon. Reizen in het spoor van Dzingiz Chan*. Amsterdam, De Bezige Bij.
- Dis, A. van. (2016). *Een barbaar in China*. Amsterdam, Augustus.
- Edwards, J.D. & Graulund, R. (2011). *Postcolonial Travel Writing. Critical Explorations*. Londen/New York, Palgrave Macmillan.
- Fennell, D. (2003). *Ecotourism. An Introduction*. Londen/New York, Routledge.
- Fennell, D. (2016). *Tourism Ethics*. Londen/New York, Routledge.
- Fletcher, J. (2009). Economics of International Tourism. In Jamal, T. & Robinson M. (red.). *The Sage Handbook of Tourism Studies* (pp. 166-187). Londen, Sage.
- Hemels, J. & Vegt, R. (1997). *Het geïllustreerde tijdschrift in Nederland. Bron van kennis en vermaak, lust voor het oog. Deel II: 1945-1995*. Band A + B. Amsterdam, Otto Cramwinckel.
- Hillenius, D. (1970). Onze rijksgenoten de Akoerio's. *Avenue*, 1970 (juni), 112-137.
- Holland, P. & Huggan, G. (2000). *Tourists With Typewriters. Critical Reflections on Contemporary Travel Writing*. Ann Arbor, University of Michigan Press.
- Jacob, M. (2006). *Strangers Nowhere in the World. The Rise of Cosmopolitanism in Early Modern Europe*. Philadelphia, University of Pennsylvania Press.
- Kok, R.H.M. (1968). De eilanden van de stille Zuidzee. Ontmoeting met de mythe. *Avenue*, 1968 (november), 151-165.
- Kok, H.M. & Scherer, K. (1983). *Een andere kijk op Holland*. Brussel, Elsevier.
- Lisle, D. (2006). *The Global Politics of Contemporary Travel Writing*. Cambridge, Cambridge University Press.
- Lisle, D. (2010). Joyless Cosmopolitans. The Moral Economy of Ethical Tourism. In Paterson, M. & Best, S. (red.). *Cultural Political Economy* (pp.139-157). Londen/ New York, Routledge.
- Long, P. & Robinson, M. (2009). Tourism, popular culture and the media. In *The Sage Handbook of Tourism Studies* (pp. 98-114). Londen, Sage.
- Meeuwssen, M. (2006). *De betekenis van reisreportages in Avenue. Een onderzoek naar de betekenis van Avenue's reisreportages voor het blad zelf, op het gebied van fotografie en binnen het aanbod van Nederlandse tijdschriften*. Masterscriptie Media en Journalistiek. Rotterdam, Erasmus University Rotterdam.
- Mul, S. de. (2011). *Colonial Memory. Contemporary Women's Travel Writing in Britain and the Netherlands*. Amsterdam, Amsterdam University Press.
- Mulisch, H. (1967). Het kruis en de bloem. *Avenue*, 1967 (april), 121-134.
- Nünning, V., Nünning, A. & Neumann, B. (red.). (2010). *Cultural Ways of Worldmaking. Media and Narratives*. Berlijn, De Gruyter.
- Op de Beek, E. (2011). Avenue Literair. Literatuur in de 'glossy-aller-glossy's', 1967-1990. *Tijdschrift voor Tijdschriftstudies*, 2011 (29), 36-50.
- Op de Beek, E. (2013). *Avenue. Cees Nooteboom. 15 jaar wereldliteratuur*. Amsterdam, De Bezige Bij.

- Pettinger, A. & Youngs, T. (red.). (2019). *The Routledge Research Companion to Travel Writing*. Londen/New York, Routledge.
- Pratt, M.L. (2008). *Imperial Eyes. Travel Writing and Transculturation*. Londen/New York, Routledge. 2de druk.
- Smith, M. & Duffy, R. (2003). *The Ethics of Tourism Development*. Londen/New York, Routledge.
- Smith, M. (2009). Ethical Perspectives. Exploring the Ethical Landscape of Tourism. In Jamal, T. & Robinson, M. (red.). *The Sage Handbook of Tourism Studies* (pp. 613-630). Londen, Sage.
- Spivak, G. C. (1985). The Rani of Sirmur. An Essay in Reading the Archives. *History and Theory*, 1985 (3), 247-272.
- Urry, J. (1990). *The Tourist Gaze. Leisure and Travel in Contemporary Societies*. Londen, Sage.
- Urry, J. & Larsen, J. (2011). *The Tourist Gaze 3.0*. Londen, Sage.
- Uysal, M. & Sirgy, J. (2016). Quality of Life and Wellbeing Research in Tourism. *Tourism Management*, 2016 (53), 244-261.
- Vooght, M. de (2016). Contaminating Cultural Identities. Post-Colonial Travel Writing by H.C. ten Berge en Cees Nooteboom. *Dutch Crossing. Journal of Low Countries Studies*, 2016 (1), 102-118.
- Wagenaar, E. (2019). *Reisverhalen in het tijdschrift Avenue. Een analyse van postkoloniale discoursen in reisverhalen in de jaargangen 1967-1968 en 1993-1994 van het tijdschrift Avenue*. Masterscriptie. Leiden, Universiteit Leiden.
- Welten, R. (2013). *Het ware leven is elders. Filosofie van het toerisme*. Zoetermeer, Klement.
- Weststeijn, Th. & Jonker, M. (red.). (2017). *Barbaren en wijsgeren*. Nijmegen, Vantilt.
- Wijfjes, H. & Bardoel, J. (red.). (2015). *Journalistieke cultuur in Nederland*. Amsterdam, Amsterdam University Press.
- Youngs, T. (2013). *The Cambridge Introduction to Travel Writing*. Cambridge, Cambridge University Press.

Noten

1. Op 11 september 2019 nam de Wereldtoerismeorganisatie van de Verenigde Naties, de UNWTO, het Internationale Verdrag voor Ethisch Toerisme aan. Het Verdrag is een bindend instrument voor die staten die het ondertekenen. In tegenstelling tot bijvoorbeeld België en Duitsland, heeft Nederland het verdrag niet ondertekend.
2. De kwaliteit van het blad, met name van de (mode)fotografie, werd ook erkend door de toekenning van de Zilveren Medaille van de Art Directors

- Club New York en de Erich Salomonprijs van het Deutsche Gesellschaft für Photographie. Zie Hemels & Vegt, 1997, p. 352.
3. Mignon Terrie in *de Volkskrant*, 16 februari 2001.
 4. In dit artikel ga ik niet op die historische ontwikkeling in. Mijn doel hier is om de houding ten opzichte van reizen en toerisme in de reisverhalen uit de beginperiode te typeren.
 5. Op grond van een uitvoerige verkenning van het materiaal uit 1970 met studenten uit de Mastercursus Nederlandse reisliteratuur aan de universiteit Leiden. Ik bedank in het bijzonder Pien 't Hart, Feico Sobel en Elsemarie Wagenaar voor hun scherpe analyses.
 6. Dit is een traditioneel stereotype over de Nederlanders in Japan en China, waarmee Mulisch mogelijk speelt. Het werd recentelijk ook door Adriaan an Dis herhaald in *Een barbaar in China* (2016). Zie ook Weststeijn & Jonker, 2017.

Over de auteur

Esther Op de Beek is universitair docent Moderne Nederlandse Letterkunde aan de Universiteit Leiden. Haar onderzoeksthema's zijn moderne Nederlandse reisliteratuur, tijdschriftonderzoek, kunstkritiek en geluk in hedendaagse literatuur. Ze is redactielid van *Nederlandse Letterkunde* en schreef eerder over *Avenue* in onder meer *Cees Nooteboom. Avenue – 15 jaar wereldliteratuur* (De Bezige Bij, 2013).