

In deze rubriek bespreekt de redactie afstudeerscripties met onderwerpen die aansluiten op de in AGORA aangesneden thema's. De redactie kiest scripties die opvielen in kwalitatief en/of inhoudelijk opzicht.

**Daiki Tanaka (2003). *Tourism practice standardized: Japanese tourists in the city of Amsterdam*. International School for the Humanities and Social Sciences, Universiteit van Amsterdam.**

**Amy Harnisch (2003). *Exotic Cravings; A Case Study of Amsterdam's Ethno-cultural Food Consumers on the Zeedijk*. International School for the Humanities and Social Sciences, Universiteit van Amsterdam.**

We zijn geneigd ze te vergeten: studenten die het behalen van hun M.A. titel combineren met een langdurig verblijf in het buitenland. De International School for the Humanities and Social Sciences (ISHSS) van de Universiteit van Amsterdam biedt jaarlijks plaats aan 500 studenten uit 60 verschillende landen en presenteert zichzelf als een van de meest vooraanstaande internationale onderwijsinstellingen op ons continent. Reden genoeg om aandacht te besteden aan de scripties die binnen het ISHSS Masterprogramma worden geschreven.

De ISHSS ziet Amsterdam als een stad waar uiteenlopende culturen samenkomen en dit uitgangspunt wordt gereflecteerd in de twee scripties die hier besproken worden. Toerisme, waarin ontmoeting tussen verschillende culturen op letterlijke wijze vorm krijgt, vormt de centrale thematiek.

Daiki Tanaka schrijft over Japanse toeristen in Amsterdam. De scriptie nuanceert op een overtuigende manier het stereotype beeld van de Japanse toerist en impliceert een toekomst waarin het alledaagse karakter van een stad belangrijker wordt voor (Japanse) bezoekers dan de toeristische attracties die zij te bieden heeft.

Tanaka maakt duidelijk dat het cliché van groepen Japanners, die omhangen met fotocamera's het Van Gogh Museum, de Zaanse Schans en de Keukenhof bezoeken, weliswaar op waarheid berust, maar slechts één vorm

van Japans toerisme in Nederland is. Deze georganiseerde vakanties worden vooral ondernomen door oudere, relatief onervaren reizigers. Het gestandaardiseerde programma, gethematiseerd rond 'de Gouden Eeuw' en 'bloemen', heeft tot doel om het beeld van Nederland dat de deelnemers al hadden te bevestigen. Naar Ritzers mondialiseringstheorie, 'the McDonaldization of society' noemt Takana deze groep 'McTourists'.

Jongere, alleen reizende Japanners moeten niets van deze reizen hebben. Een trip naar Amsterdam is meestal niet hun eerste internationale reis. Door schoolreizen en buitenlandse stages hebben zij al reiservaring en weten ze hoe ze zich in het buitenland moeten redden. Zij komen niet voor Van Goghs zonnebloemen of Volendamse klederdracht, maar hopen kennis te maken met de lokale cultuur en het liberale klimaat. In plaats van 'zien' willen zij 'ervaren'. Sommigen vinden een reisgids al afbreuk doen aan de authenticiteit van het verblijf. Dit soort toeristen, voor wie sfeer de attractie is, noemt Tanaka 'post-tourists'. De ironie is dat de voortschrijdende McDonaldization van de toerisme-industrie het juist voor de post-tourist mogelijk maakt om relatief onvoorbereid toch eenvoudig de weg te vinden in een onbekende stad. Door de gestandaardiseerde toeristische infrastructuur kunnen post-tourists overal ter wereld een hotel boeken, gebruik maken van het openbaar vervoer, eten en drinken in cafés en restaurants en zich rustig oriënteren op de vakantiebestemming.

Over de zoektocht naar bijzondere ervaringen in de stedelijke omgeving gaat ook de scriptie van Amy Harnisch, die gedurende haar verblijf in Amsterdam gefascineerd raakte door het Chinatown op en rond de Zeedijk. Hoewel dit qua omvang onvergelijkbaar is met de Chinese enclaves in New York City, Vancouver en Sydney, gaat er toch ontegenzeggelijk een Aziatische sfeer van uit. Chinese winkels, een Chinese school, een dokter en een boeddhistische tempel dragen bij aan het oosterse karakter, maar het was vooral het grote aantal Aziatische restaurants dat Harnisch' nieuwsgierigheid prikkelde. Zij vraagt zich af waarom mensen juist in deze restaurants uiteten gaan. Dit onderzoek leert ons dat bezoekers

van etnische restaurants beschouwd kunnen worden als 'ethno-cultural consumers': eten op de Zeedijk is een exotische ervaring, waarbij men via het eten kennis maakt met andere culturen en tradities. Men kan spreken van culinair toerisme. Bovendien blijkt dat dineren in etnische restaurants een manier is om je, in termen van Bourdieu, cultureel te onderscheiden. Deze resultaten zijn belangwekkend, maar Harnisch heeft een kans gemist. Chinatown Amsterdam wil een toeristische attractie zijn en tegemoet komen aan het verlangen naar unieke ervaringen. Etnische thematisering is een marketingstrategie. Dit onderzoek had misschien kunnen aantonen in hoeverre die strategie vruchten afwerpt. Door de keus voor een specifiek restaurant als analyse-eenheid te nemen, ontnemt Harnisch zichzelf de mogelijkheid om stil te staan bij de aantrekkingskracht van de Zeedijkbuurt als geheel.

De kwaliteit van de ISHSS theses kan onmogelijk op basis van twee voorbeelden bepaald worden. Niettemin rijst, vooral bij de scriptie van Harnisch, het vermoeden dat bij de beoordeling soms oneigenlijke argumenten, zoals de beëindiging van een studiebeurs of het aflopen van een verblijfsvergunning, een rol spelen. In het reguliere Masterprogramma wordt een scriptie vaak met commentaar ter verbetering aan de student teruggegeven, maar die procedure heeft voor een internationale student onmiddellijk praktische complicaties tot gevolg waar beoordelaars wellicht voor terugdeinzen. Het is een bekend verschijnsel binnen internationale onderwijsinstellingen en zeker niet uniek voor de ISHSS. Maar als deze school zich echt wil waarmaken als de beste van Europa kan men zich zulke compromissen niet al te vaak veroorloven. Tegelijkertijd is het natuurlijk ook duidelijk dat de scripties niet allemaal van het niveau van Daiki Tanaka kunnen zijn.

MARLOES WEVERS