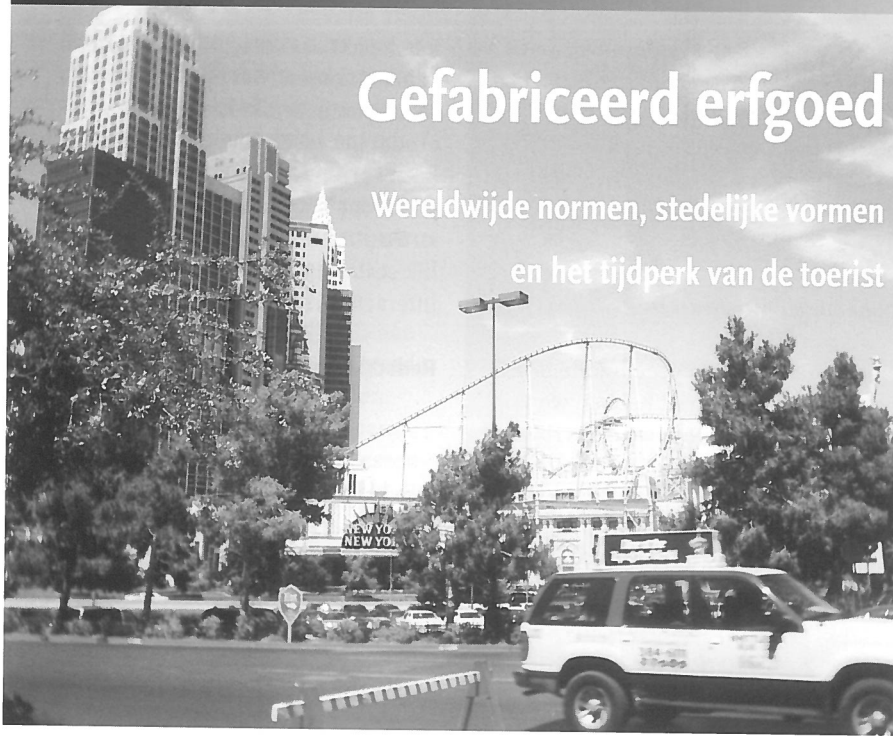


Gefabriceerd erfgoed

Wereldwijde normen, stedelijke vormen
en het tijdperk van de toerist

(Foto: Jochen van Benschot)



De twintigste eeuw was de eeuw van het reizen en het toerisme. In de laatste twee decennia hebben de bewoners van de aarde meer andere mensen ontmoet dan ooit tevoren. Nu er wereldwijd meer gereisd wordt dan ooit, overstijgt in sommige landen en steden het aantal toeristen per jaar de eigen bevolking van deze plekken. Voor veel gebieden, zeker in die delen van de wereld die economisch gemarginaliseerd zijn, lijkt de ontwikkeling van het toerisme de enige hoop op overleven in deze tijd van globalisering.

NEZAR ALSAYYAD

Hoewel cultureel erfgoed kansen biedt voor hogere inkomensgroepen in sommige van de armste (en ook rijkste) delen van de wereld, heeft massatoerisme vaak ook geleid tot oplaaiend lokaal en internationaal ongenoegen over de onherroepelijke teloorgang van traditionele oorden en historische plekken. Toerisme is wel een 'niet te stoppen moloch' genoemd die alles uitvlakt wat lokaal is en bijzonder. Er wordt gesproken over het einde van geschiedenis, geografie en traditie.

Temidden van deze trends en in de context van de toenemende monotonie in de huidige laatkapitalistische samenleving, waar gestandaardiseerde producten en diensten wereldwijd aangeboden worden, is er steeds meer vraag naar een omgeving die unieke culturele ervaringen belooft. Tegelijkertijd wordt in veel landen hard gewerkt aan erfgoedbehoud, het uitvinden van tradities en het herschrijven van de geschiedenis als vormen van zelfdefinitie. Hierdoor is een dramatisch veranderde culturele wereldorde ontstaan die vraagt om een nieuw begrip van de rol van traditie en erfgoed in de samenleving en in de stedelijke ruimte.

De termen 'consumptie', 'traditie' en 'erfgoed' zijn uiterst complexe begrippen die op verschillende manieren gebruikt kunnen worden. Zeker nu ze onderdeel zijn geworden van bredere culturele debatten, is het moeilijk om hun betekenis precies vast te stellen. Dit geldt speciaal voor 'erfgoed' en 'traditie'. In de laatste twee eeuwen zijn het gebruik van en de houding tegenover deze begrippen voortdurend veranderd. Hierin zou je drie fasen kunnen onderscheiden.

In de eerste fase, die grofweg overeenkomt met het laatkoloniale tijdperk, werd het contact tussen culturen steeds intensiever, waardoor er culturele samensmeltingen ontstonden. Dit was de periode waarin het moderne industriële kapitalisme opkwam en politieke overheersing georganiseerd werd door kolonialisme. Ongelijke sociaal-economische en culturele verhoudingen waren kenmerkend voor en werden gelegitimeerd door dit wereldsysteem. Hoewel de koloniale overheersers inheemse tradities onderdrukten, leidde hun fascinatie voor de traditionele gebruiken van die 'anderen' ook tot de eerste impulsen tot bescherming en behoud daarvan.

De skyline van New York, nagebouwd in het New York New York hotel in Las Vegas.

Kitsch en pseudomodernisering

Echter, hoewel de interesse in lokaal erfgoed in deze koloniale periode vaak voor het eerst ontstond, kwam deze interesse pas echt op gang in de tweede periode, die van het postkoloniale nationalisme, waarin er vraag kwam naar historische monumenten en symbolische gebouwen. In de nieuwe onafhankelijke landen werd erfgoedbehoud gezien als een vorm van nationalistisch verzet tegen de homogeniserende krachten van de twintigste eeuw. Hierdoor ontstond in deze tweede fase een ongemakkelijke verhouding tussen de bevolking en haar culturele erfgoed: tradities en gewoonten die door de bevolking niet meer als zodanig werden herkend, werden plotseling gebruikt als belangrijke uitdrukkingvormen van een nieuwe nationale identiteit.

Bovendien werden tradities en erfgoed in deze rol soms opnieuw uitgevonden. Kitsch en pseudomodernisering werden daardoor kenmerken van het stedelijke landschap van veel zich ontwikkelende natiestaten.

Vandaag de dag, in de derde fase die wel wordt benoemd als die van de globalisering, is de situatie anders. De zoektocht naar en reconstructie van lokale identiteit is echter alleen maar sterker geworden. Een reden daarvoor is te vinden in de problemen die veel nieuw onafhankelijk geworden landen hadden om de 'natie' bijeen te houden in het licht van de grote interne culturele verschillen. Regeringen in derdewereldlanden die zich geconfronteerd zagen met dit probleem hebben hun toevlucht gezocht in de notie van de nationale identiteit om zowel hun imago in de internationale arena te verbeteren, als hetzelfde beeld aan de eigen bevolking te verkopen. Zelfs als er nooit sprake was geweest van een 'nationale' cultuur werden er vaak pogingen gedaan om er een te creëren. Een campagne van stedelijke bouwprojecten was vaak een centraal ingrediënt van een dergelijk beleid, hetgeen uiteraard vragen opriep over het recht van één politieke groepering om de nationale identiteit van bovenaf te 'ontwerpen'. Nu deze onafhankelijke landen bovendien steeds meer moeten concurreren in de globaliserende economie, zien ze zich gedwongen om

hun natuurlijke rijkdommen en inheemse erfgoed te gebruiken om internationale investeerders aan te trekken. De ontwikkeling van het toerisme is mede daardoor versneld, hetgeen leidt tot de productie van gemeenschappen die volledig gericht zijn op, of soms zelfs het hele jaar door bewoond worden door 'anderen'. Het fabriceren van erfgoed in combinatie met de consumptie van tradities lijkt in de gebouwde omgeving de nieuwe norm te zijn.

Overigens moet hier opgemerkt worden dat het onderscheid tussen de hierboven gebruikte perioden niet opgevat moet worden als een unilineaire chronologie. Kenmerken van meerdere perioden zijn vaak op verschillende plekken tegelijkertijd in allerlei combinaties aanwezig.

Om de relatie tussen erfgoedbehoud en toeristische ontwikkeling te kunnen begrijpen moet zowel gekeken worden naar de geschiedenis als naar de politiek en de economie. Studies naar koloniale verstedelijking hebben veel inzicht opgeleverd in de politieke aspecten van erfgoed en in de discoursen rond het behoud daarvan. Tegelijkertijd hebben analyses van de macro-economie van wereldwijde productie en investeringen gezorgd voor een beter begrip van de dynamiek van toerisme. Door zo'n benadering, met aandacht voor zowel geschiedenis als economie, kan men inzien hoe de consument van vandaag 'andersheid' en 'gastvrijheid' als economische goederen is gaan zien. Ook belicht deze benadering de rol van de aanbieders van deze goederen, vaak in de Derde Wereld, die in hun inkomen voorzien door in te spelen op deze vraag.

Postordertradities

Wat is het toch dat toeristen zo geïnteresseerd maakt in de 'ander' en hen beweegt om zich naar verre oorden te begeven en zich allerlei ongemakken op de hals te halen, met vaak als enig doel om zich daar te vergapen aan anderen alledaagse levensrituelen? Het antwoord op deze moeilijke vraag zou kunnen liggen in wat John Urry de 'tourist gaze' noemde, het kijken van de toerist. Urry suggereerde dat in de huidige samenleving deze 'gaze', deze manier van kijken, een cruciaal onderdeel is van een economie waarin de toerist authenticiteit en oprechtheid zoekt in tijden en op plekken ver weg van het

eigen dagelijkse bestaan. Deze manier van kijken werkt echter niet overal op dezelfde manier en haar ruimtelijke gevolgen verschillen van plaats tot plaats. Het proces waarbij toeristen zich in een wederkerige confrontatie met de gebouwde omgeving bevinden, verdient speciale aandacht. Het oog van de toerist verandert de materiële werkelijkheid van de gebouwde omgeving in een culturele denkbeeldigheid.

Om deze materie goed te begrijpen zijn de historische en politiek-economische contexten waarin dit wereldwijde erfgoeddiscours is ontstaan zeer relevant. Er is in de Derde Wereld waarschijnlijk net zoveel belangstelling voor de 'ander' als in het Westen, maar om zeer verschillende redenen, waarbij uiteraard opgemerkt dient te worden dat geen van beide groepen homogene entiteiten zijn. De versimpeling dient slechts om het fundamentele verschil duidelijk te maken tussen de voormalige koloniën en hun overheersers. Na een geschiedenis van kolonialisme, politiek nationalisme en economische onafhankelijkheid willen derdewereldlanden vandaag de dag vaak de 'voortgang' van het rijke Westen overnemen, echter zonder het gevaar te lopen dat de eigen lokale cultuur en gewoonten gedestabiliseerd worden. Zoals Benjamin Barber schreef in 'Jihad vs. Mac World': "zulke landen willen èn de sluier, èn het Internet, èn Coca Cola".

Op haar beurt lijkt het rijke Westen meer geïnteresseerd in het consumeren van cultuur en natuur in de Derde Wereld. Westerse landen zijn vaak de belangrijkste verdedigers van en geldschietters voor het behoud van gebouwde omgevingen in de Derde Wereld als onderdeel van wat zij zien als 'universeel erfgoed', zelfs als de 'natives' daarvan de historische waarde niet onderkennen. Ook wordt, vaak uit schuldgevoel, gepoogd om uitstervende of bedreigde levensstijlen en tradities in onderontwikkelde gebieden te behouden of te ondersteunen. Echter, bij deze pogingen van Westerse organisaties en regeringen worden in de landen waarvan de tradities naar verluidt behouden moeten blijven, tegelijkertijd ook vaak veel sociale en politieke gewoonten veroordeeld of afgewezen, zeker als die afwijken van Westerse ideeën over mensenrechten, de positie van de vrouw en de omgang met het milieu. Door deze dynamiek ontstaan er gebie-

den waar het rijke Westen de lokale tradities in een derdewereldland bewaakt, maar alleen opdat westerse bezoekers die kunnen blijven waarderen. Het gedrag van de lokale bewoners wordt fundamenteel geconditioneerd door de verwachtingen van de toerist, waarbij van de werknemers in de toeristensector verlangd wordt dat ze 'zichzelf blijven' en het spel spelen volgens de regels van hun veronderstelde authentieke cultuur. Een dergelijk stuk theater, lokaal geproduceerd maar onder invloed van globale krachten, kan uiteraard ieder moment in het water vallen aangezien het geheel afhankelijk is van de bereidheid van de 'locals' om voor de camera te acteren.

'Lokale culturen' zijn dus een uitstekend te 'marketen' product, waarbij vaak echter verkeerde beelden ontstaan. Zo zijn ambachtsproducten uit Guatemala in de Verenigde Staten te koop via een postordercatalogus. Hoewel die vaak in de grotere steden van het land gefabriceerd worden, staan ze aangeprezen als afkomstig uit preïndustriële 'Maya-dorpjes' om het idee van traditie en uniciteit bij de consument niet te schaden.

Gokken in Venetiaanse stijl

Naast een historische en economische benadering, kan een ruimtelijke typologie hier eveneens zeer bruikbaar zijn. De relatie tussen cultuur en de gebouwde omgeving is zeer relevant in processen als het construeren van nationale identiteit en het fabriceren van erfgoed voor commerciële consumptie. Je zou drie verschillende typen fysieke omgevingen kunnen onderscheiden die in deze tijd doelbewust geproduceerd worden om culturele tradities te representeren. Alle drie worden die, zij het op verschillende manieren, 'gemaakt' in die zin dat ze nadrukkelijk bedoeld zijn om sociaal en gebouwd erfgoed te gebruiken, te reconstrueren, te fabriceren of zelfs te verzinnen.

Het eerste type is gebaseerd op het gebruiken van historische elementen om een droomlandschap te creëren, een sprookje waarin alle tegenstellingen in een bepaalde samenleving zijn overbrugd en alle cultuuruitingen zijn gereduceerd tot hun meest basale vormen. Deze uitingen, zoals bouwstijlen en typische stedenbouwkundige patronen, worden de cultuur waar ze aanvankelijk slechts een afbeelding van waren.

Authenticiteit is een vereiste en wordt bereikt door de manipulatie van beelden en ervaringen. Hoewel een dergelijke strategie vaak werd gebruikt in de bouwprogramma's van reactionaire nationalistische regimes die een officieel etnisch erfgoed wilden vastleggen, is het ultieme voorbeeld uiteraard Disneyland. Overigens was Disney niet de eerste met het idee om plekken van elders na te maken opdat mensen ze konden ervaren: de wereldtentoonstellingen in de negentiende eeuw hadden hetzelfde doel. Disney was echter wel de eerste om daar het permanente commerciële potentieel van in te zien. In lijn met de eerder besproken trends is dit ook een typisch voorbeeld van de productie van een wereldwijd cultureel product. Inmiddels is er overal op de wereld vraag naar plekken zoals Disneyland. Geschiedenis verkoopt, zelfs als geproduceerde hype. Het tweede type culturele consumptieomgeving is er een met een terechte historische claim, zoals op een plek waar zich ooit een belangrijk historisch moment afspeelde, maar die door de tijd heen vergeten is geraakt. Pogingen om dergelijke plaatsen (soms gehele stadjes) te doen herleven door het oude beeld geheel te herbouwen kan met name twee doelen hebben: om toeristen te trekken en daarmee geld te verdienen, of om te dienen als 'bewaarplaatsen' van het nationale verleden en de nationale trots, waarbij voorbijgegaan wordt aan de problematische effecten van daaropvolgende historische verandering.

Tenslotte is er het derde type, waar cultureel erfgoed geëxploiteerd wordt om vooral veel winst te genereren en waarbij claims op historische echtheid duidelijk van secundair belang zijn. Op zulke plekken wordt de relatie tussen het voorbeeld en de imitatie duidelijk steeds vager. Simpel gesteld: om het zo makkelijk mogelijk te maken voor de producenten om cultureel erfgoed na te maken en voor de consument om dat beeld te consumeren (voor beide op zo plezierig mogelijke wijze) is het tegenwoordig gebruikelijk dat beide groepen ermee instemmen om iedere aanspraak op 'echtheid' gewoon overboord te gooien. Las Vegas is hiervan het beste voorbeeld. In tegenstelling tot de eerste twee

typen omgevingen pretenderen de thematische casinocomplexen in Las Vegas geenszins authentiek te zijn. Waar echte steden dus vaak om politieke redenen hun erfgoed (re)construeren en sommige landen uit economische noodzaak hun tradities ter consumptie aanbieden, is Las Vegas de ultieme plek waar andermans erfgoed geconsumeerd kan worden. Hoewel het makkelijk is om zo'n project als kitsch af te doen, moet men wel bedenken dat er in Las Vegas geen verborgen agenda is. De stad presenteert een openlijk nageemaakt erfgoed, waarin traditionele vormen van over de hele wereld gekopieerd worden ter vermaak van iedereen. Waar bijvoorbeeld in het echte Venetië het paleis van de Doge niet direct aan het San Marcoplein staat is een dergelijke aanpassing gemakkelijk te maken in haar zusterstad in de woestijn, waar de replica van deze historische bestuurszetel een gigantisch gokpaleis is. Ook loop je via de Rialtobrug niet over het Grote Kanaal maar slechts van speelhal naar speelhal, en waar de echte Brug der Zuchten zijn naam kreeg omdat ze gevangenen op weg naar hun executie bracht, zijn de zuchten in de Las Vegas-versie waarschijnlijk alleen die van hopeloze gokverslaafden.

Historische fantasiewereld

Een dergelijke categorisering van geconstrueerde erfgoedomgevingen kan gebruikt worden om een aantal sociale

trends te herkennen. Verschillende soorten effecten van de relatie tussen enerzijds traditie en toeristische consumptie en anderzijds cultureel erfgoed en economische productie kunnen ermee bekeken worden. Tegelijkertijd is ook kritiek mogelijk, omdat er vele plekken tussen of zelfs buiten deze categorieën vallen.

Een uniek geval is bijvoorbeeld Celebration. Dit stadje in Florida combineert het fabriceren van erfgoed en de consumptie van tradities en is vanaf de bouw in 1995 razend populair. Het gaat hier om een onroerendgoedproject van 2,5 miljard dollar, ontwikkeld en gefinancierd door Disney. De 20.000 toekomstige inwoners worden gelokt met een volledige historische fantasiewereld. Het centrum van deze illusie bestaat uit een vriendelijk 'grid' van straten met dure winkels en restaurants, compleet met minibuscoop en een speelgoedachtig klein postkantoor. Het idee voor deze Amerikaanse 'utopie-community' is niet nieuw. Walt Disney zelf speelde reeds in de jaren zestig met de gedachte aan een stad naast het culturele themapark dat hij had opgebouwd, genaamd Epcot (Experimental prototype community of tomorrow). Hoewel men toen werd afgeschrikt door de gedachte dat een stad met echte mensen misschien moeilijker te 'managen' was dan een pretpark, spreekt de directie van Disney nu over de voltooiing van een welhaast bijbelse droom.



De Rialtobrug uit Venetië, voor hotel The Venetian in Las Vegas. Links Treasure Island.

Niet vermeld wordt natuurlijk dat het bij deze Amerikaanse utopie vooral ook gaat om de winst die gemaakt wordt door in de jaren zestig spotgoedkoop aangekochte moerasgrond te ontwikkelen en te verkopen voor minstens 250.000 dollar per kavel.

'Celebration' is verder het pijnlijk zorgvuldig ontworpen, in detail georkestreerde en streng bewaakte hoogtepunt van hoe de stedenbouwkundige stroming 'New Urbanism' alles bereikt door gebruik te maken van de zaligmakende term 'community'. Wat er precies bedoeld wordt met deze 'gemeenschap' is nooit duidelijk geweest, maar vast staat inmiddels wel dat het een hoop reacties oproept en bovenal veel winst genereert. Deze hoofdzakelijk Amerikaanse beweging in de stedenbouw en architectuur stond oorspronkelijk bekend als 'neotraditional urbanism': ze zet zich principieel af tegen het modernisme en functionalisme en grijpt bewust terug naar het verleden als voorbeeld voor een betere stedelijke toekomst. Een cynische interpretatie van New Urbanism zou zijn dat zulke plaatsen gewoon nieuwe suburbane projecten zijn, maar met gebruikmaking van een nieuwe marketingtruc: architectonisch erfgoed.

Waar de historische illusie van Celebration zeer goed verkoopt, was New Gurna in Egypte veel minder succesvol. Dit dorp werd door de architect Hassan Fathy gepland in de jaren vijftig als herhuisvesting voor bewoners die moesten wijken voor de opgraving van het antieke Thebe. Fathy ontwierp het dorp met gebruik van ingewikkelde lemen constructies waarvan hij dacht dat ze de plaatselijke tradities weerspiegelden. In zijn zoektocht naar de mooiste lokale voorbeelden kwam hij uit bij Islamitische bouwstijlen die echter eeuwen geleden voor het laatst gebruikt waren. Dit leidde onder meer tot het gebruik van ongebruikelijke vormen in het project die werden geassocieerd met de graftombes van de doden. Toen om die reden de dorpeelingen voor wie het dorp bedoeld was weigerden erheen te verhuizen, bleek dat New Gurna een erg dure poging was om een nieuwe gemeenschap op te bouwen die bovendien nergens op was gebaseerd. Het werd duidelijk dat Fathy vooral geïnteresseerd was in zijn reputatie bij Westerse vakgenoten, bij wie hij inderdaad lange tijd als een derdewereldheld

werd geëerd vanwege zijn pogingen om lokaal erfgoed te incorporeren in zijn werk. Vandaag de dag is er dan ook allerlei van dit soort architectuur in het Egyptische landschap aan te treffen, gebaseerd op een voorbeeld dat geen enkele rekening hield met de leefwereld van de gewone Egyptenaar.

De erfgoedindustrie

Traditie is door de Amerikaanse geograaf Yi-Fu Tuan wel eens gedefinieerd als de onmogelijkheid om keuzes te maken. Misschien kan het gebruik van erfgoed dan gezien worden als het doelbewust kiezen voor slechts één definitie van het verleden in relatie tot de toekomst. Eric Hobsbawm en Terence Ranger hadden al eerder aangetoond dat alle traditie in principe verzonnen is en Benedict Anderson liet zien dat de meeste naties bestaan uit 'imagined communities'. Wanneer men deze ideeën combineert wordt het duidelijk dat ieder erfgoed een sociale constructie is en dat alle traditie in potentie een object van consumptie wordt.

Hoewel de fabrikanten van erfgoed en de consumenten van traditie verschillende groepen vertegenwoordigen, kan men hun activiteiten niet scheiden: de erfgoedproductie speelt duidelijk in op een culturele vraag naar 'traditie om te consumeren'. Veel landen zijn dan dus ook actief bezig met het verzinnen of heruitvinden van hun erfgoed, met een dubbele agenda: een politiek zelflegitimatieproject en een economisch overlevingsdoel.

Vandaag de dag zijn er vele gevallen in de wereld waar op deze manier een groot deel van de stedenbouwkundige praktijk in het teken staat van dergelijk gefabriceerd erfgoed. Planners die zich met deze sector bezighouden zijn vaak enorm enthousiast om erfgoed en traditie te gelde te maken, soms zonder zich de vraag te stellen, wiens erfgoed er bewaard zou moeten worden en met welk doel precies. De erfgoedindustrie wordt daardoor in opspraak gebracht, maar uiteindelijk is de toeristenindustrie ook geen liefdadigheid en zowel haar ethiek als esthetiek reageren met name op signalen van de markt. Terug naar Disneyland en 'Main Street USA', de straat die door bezoekers van het themapark wordt gezien als 'de meest Amerikaanse' van alle plekken. Recentelijk blijkt het verhaal een interessant staartje te hebben gekregen. Het stadje Marceline in de staat Missouri, de geboorteplaats van Walt Disney, stond mede model voor Main Street. Toen het stadje in economische problemen kwam greep het zijn band met Disney aan om te overleven. De burgers van Marceline herdoopten hun centrale Kansas Avenue tot Main Street USA, hetgeen duizenden bezoekers per jaar oplevert. Ze overwogen zelfs een museum aan Walt Disney te wijden.

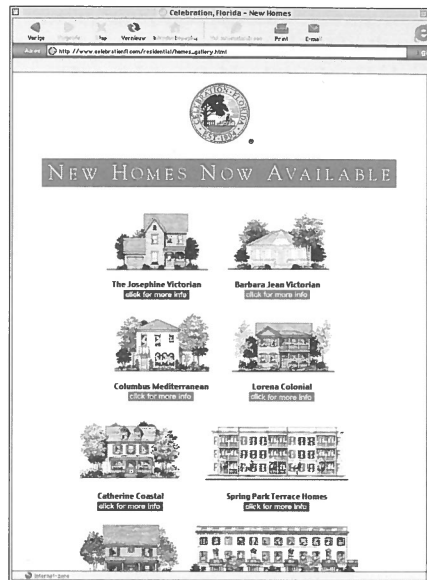
Wereldwijd zagen toerisme en de erfgoedindustrie aan de wortels van wat authentiek is. Afbeeldingen van culturen vervangen soms die cultuur zelf, met ingrijpende gevolgen. Er was al het



Website van Luxor Las Vegas, een casinohotel in Egyptische stijl.

voorbeeld van het straatje in Cairo, waarvan de tekeningen van de kopie honderd jaar later door de Egyptische regering gebruikt werden om de originele structuur in Cairo te herstellen. Als laatste zou ik daar een persoonlijke anekdote aan toe willen voegen. Toen ik in 1998 een conferentie bijwoonde in Cairo, kwam ik bij een van de uitjes een Amerikaanse wetenschapper tegen aan de voet van de piramides van Giza. Hij keek neer op de Sfinx, en zei: "Oh, wat is hij toch klein!". Hij keek zeer teleurgesteld en ik vroeg me af waarom. Ik kwam er pas later achter wat hij had bedoeld. De man bleek te werken bij de Universiteit van Nevada in Las Vegas, de stad met het beroemde Luxor Casinohotel, een glazen piramide met een drie maal uitvergroete Sfinx als ingang. De hoogleraar parkeerde dagelijks zijn auto tegenover deze eigentijdse Sfinx. De andere, in Giza, was een teleurstelling. Niet omdat de werkelijkheid het aflegde tegen de kopie, maar omdat in dit proces, wanneer de afbeelding plotseling het eerste referentiekader wordt, de werkelijkheid niet meer relevant is. Dit doet denken aan een bespiegeling over simulatie van de filosoof Baudrillard: "Simulatie is niet langer verwijzend of substantieel. Het is het tot vormen terugbrengen van een werkelijkheid zonder oorsprong of waarachtigheid."

Nezar AlSayyad is hoogleraar Architectuur aan de University of California, Berkeley en is tevens hoofd van het Center for Middle Eastern Studies aan die universiteit. Dit artikel is een ingekorte versie van een hoofdstuk uit het boek 'Consuming Tradition, Manufacturing Heritage: Global Norms and Urban Forms in the Age of Tourism' (red. N. AlSayyad), Routledge 2001. Met toestemming vertaald en ingekort door Joost Beunderman (redactie AGORA).



Woningaanbod op de website van Celebration, Florida.

Foto: www.celebrationfl.com

Literatuurselectie

AlSayyad, N. (1996) Culture, identity and urbanism in a changing world: a historical perspective on colonialism, nationalism and globalization. In: M.L. Cohen et al. (eds.) Preparing for the urban future: global pressures and local forces. Washington DC: Woodrow Wilson Center Press.

AlSayyad, N. (1995) From vernacular to globalism: the temporal reality of traditional settlements, in: Traditional dwellings and settlements review, vol. 67, no.1 (fall 1995), pp. 13-24.

AlSayyad, N. (1992) Urbanism and the dominance equation: reflections on colonialism and national identity. In: N. AlSayyad (ed.) Forms of dominance: on the architecture and urbanism of the colonial enterprise. Aldershot: Avebury.

Barber, B. (1995) Jihad vs. McWorld. New York: Ballantine Books.

Baudrillard, J. (1988) Selected writings, ed. M. Porster. Palo Alto, CA: Stanford University Press.

Gupta, A. & J. Ferguson (1992) Beyond culture: space, identity, and the politics of difference, in: Cultural Anthropology, february 1992, pp.6-23.

Howes, D. (1996) Introduction: commodities and cultural borders. In: D. Howes (ed.) Cross-cultural consumption: global markets, local realities. London and New York: Routledge.

King, A. (1991) Culture, globalisation and the world system. London: MacMillan.

Tuan, Yi-Fu (1989) Traditional: what does it mean?. In: N. AlSayyad & J-P. Bourdier (eds.) Dwelling settlements and tradition: cross-cultural perspectives. Lanham, MD: University Press of America.

Urry, J. (1990) The tourist gaze. London: Sage.