



Maaria Niskala & Jarkko Saarinen

Matkailu ja alkuperäiskulttuurien esittäminen

Esimerkkinä ovahimbat Namibian matkailumainonnassa

Tourism and the representations of indigenous people: Ovahimbas in Namibian tourism advertising

Since 1990s alternative modes of tourism have become important and visible in Western tourism markets, and nowadays there is a growing interest in ethnic and indigenous tourism. The utilization of indigenous people and other cultural minorities raises questions of how they are used in tourism products, practices and how they are depicted in place promotion. This article focuses on the latter issue by analysing the representations of indigenous people in tourism promotion in Namibia. Article reviews the problematic connections between place promotion, representations and indigenous tourism and discusses historical representations of Africa and its people in tourism promotion. The case study analyses the representations of Ovahimbas, indigenous group living in northwestern Namibia. The article argues that the current touristic images of Ovahimbas and their living environment are historically linked to colonial depictions and the colonial era of discovering Africa. Further the article aims to manifest that the current representations of Ovahimbas produce and reproduce the colonial discourses by creating fantasies of modern explorations and discoveries.

Key words: indigenous people, representation, Ovahimba, Namibia

Johdanto

Matkailutalous hyödyntää ja tuottaa mielikuvia meille vieraista paikoista ja ihmisistä. Matkailun kasvaessa ja laajetessa yhä uusille alueille nousee kysymys, miten paikkoja ja niiden asukkaita kuvataan matkailussa. Kuvat perinteisissä matka-esitteissä tai Internetissä vaikuttavat osaltaan käsityksiimme kaukaisista paikoista ja ympäröivästä maailmasta. Martin Mowforth ja Ian Munt (2004: 6) näkevätkin modernin matkailun oheisprosesseineen yhtenä tärkeimpänä tekijänä, jolla maailmankatsomuksiamme nykyisin muokataan. Tämä johtuu vietetyistä lomista mutta myös niistä tavoista, joilla kohteet esitetään esimerkiksi matkaohjelmissä, dokumenteissa, matkaesitteissä ja mainoksissa.

Matkailu ei luo sattumanvaraista vaan tietynlaista historiallisesti ja kulttuurisesti ehdollista ja arvottunutta kuvaa paikoista sekä niiden ihmisistä ja heidän elämäntavoistaan. Nämä mielikuvat ovat usein harmittomia, kuten esimerkiksi mielikuvat Suomesta ”Tuhansien järvien maana” tai Montanasta (USA) ”Big Sky countrynä”. Alkuperäiskulttuurien ja muiden kulttuuristen vähemmistöjen kohdalla matkailun hyödyntämät ja tuottamat mielikuvat saattavat kuitenkin sisältää myös ongelmallisia tekijöitä, jotka viittaavat valtakulttuurien historiallisesti rakentuneisiin tapoihin jäsentää ja

esittää kulttuurisia ja ihmisryhmien välisiä eroja. Esittäminen ei ole neutraalia tai viatonta, vaan kuvien kautta maailmaa ja sen tulkitsemista suunnataan jonkun toimesta jotakin tarkoitusta varten. Samalla kuvaukset sisältävät hierarkioita ”meidän ja muiden” suhteesta. Matkailutalouden yhteydessä kyse on matkailukohteiden yhteiskunnallisesti rakentuneesta esittämisestä, representoimisesta.

Tarkastelemme tässä artikkelissa matkailun luomia representaatioita alkuperäiskansoista. Tutkimus keskittyy Namibian pohjoisosissa eläviin ovahimboihin. Tutkimuksessa tarkastellaan erityisesti sitä, millaista kuvaa matkaesitteet luovat ovahimboista. Aiemmin muun muassa Edward Bruner (2002), Michael Bollig ja Heike Heinemann (2002) ja Jeanne van Eeden (2006) ovat käsitelleet tutkimuksissaan ovahimbojen kuvauksia. Yhteistä ovahimbojen kuvauksille näissä tutkimuksissa on, että ne rakentuvat tiettyjen teemojen kautta. Tässä tutkimuksessa tarkastelemme erityisesti ovahimbojen representaatioita suhteessa eksotisointiin, erotisointiin ja primitivisointiin. Nämä teemat ovat yleisiä monien muidenkin alkuperäiskansojen kuvauksissa (ks. Lehtola 1997, 2005; Saarinen 1999, 2007; Ateljevic & Doorne 2002; Bruner 2002; Akama 2004; McIntosh 2004).

Tutkimuksen empiirinen aineisto koostuu yhteensä 47 matkaesitteestä, jotka on kerätty keväällä 2005 aikana Namibiasta ja Etelä-Afrikasta. Ovahimboja käsittelevien kuvien tutkimisessa on käytetty menetelmän sisällönanalyysiä. Sisällönanalyysi on kuvien ja tekstin järjestelmällistä muuttamista numeroiksi eli aineiston määrälliseksi piirteiksi (Seppänen 2005: 143). Sen vahvuutena on kyky käsitellä laajoja aineistoja (Rose 2001: 57). Tutkimuksen kannalta on tärkeää se, että vaikka sisällönanalyysi kohdistuu aina suurempaan aineistoon, se ei kuitenkaan sulje pois yksittäisten representaatioiden analyysiä. Sisällönanalyysin avulla onkin mahdollista saada tietoa siitä, miten yksittäiset representaatiot sijoittuvat osaksi laajempaa aineistoa.

Matkailun paikkakuvaukset: kulttuuriset representaatiot

Matkailussa paikkojen mainonta ei Nigel Morganin (2004: 173–174) mukaan ole yhteiskunnallisesta ja poliittisesta toiminnasta irrallaan olevaa ”pelkkää mainontaa”, vaan taustalla on monimutkaisia, moniulotteisia sosiaalisia rakennelmia, jotka heijastavat syvään juurtuneita kulttuurisia vaihtumia. Paikalliset asukkaat, vierailijat ja laajempi matkailutalous osallistuvat jatkuvaan matkailun

maisemien ja paikkojen sosiaaliseen konstruktiin. Myös Olivia Jenkinsin (2003: 312) mukaan yksityinen ja julkinen sektori sekä erilaiset järjestöt ovat kaikki mukana tietynlaisen kuvan luomisessa ja markkinoinnissa turistien kulutusta varten. Hän muistuttaa, että matkaesitteiden rooli ei ole vain lisätä potentiaalisten turistien tietoisuutta kohteesta, mutta myös lisätä tietoa ja halua ostaa itse matka. Tärkein tehtävä matkaesitteillä on kääntymään potentiaalinen matkailija oikeaksi ”saapuneeksi matkailijaksi” ostamaan turistipalveluja.

John Akaman (2004: 147) kriittisen analyysin perusteella suurin osa matkanjärjestäjistä keskittyy markkinoimaan sellaisia turistikohteita, jotka mahdollistavat nopeimman ja maksimaalisen voiton. Matkanjärjestäjät ja markkinoijat esittävät Akaman mukaan myös vain osittaisia tietoja ja kuvia esimerkiksi kehittyvien maiden turistikohteista. Myös Harry Welsin (2004) mukaan länsimaalaisten ihmisten kiinnostusta eksotismiin ja seikkailuun lisätään esittämällä kuvia villistä ja pimeästä Afrikasta (ks. Bruner 2002), joita täydentävät leijonat, elefantit ja puolialastomina ja rinnat paljaina kulkevat paikalliset. Länsimaissa matkanjärjestäjien käyttämien markkinoitviestien ja kuvien suunnittelu ja kehittäminen perustuvat yleensä vallalla oleviin länsimaisen kulttuurin arvoihin ja taloudellisiin järjestelmiin. Lisäksi Akama tähdentää, että kehittyvien maiden turistikohteiden markkinointi länsimaissa juontuu historiallisista ja taloudellisista suhteista, jotka vallitsevat kehittyneiden- ja kehittyvien maiden välillä. Tällä hän viittaa riippuvuusteorian mukaiseen suhteeseen, jolla tarkoitetaan yksinkertaistetusti keskuksen ja periferian epätasa-arvoista valta- ja vaihtosuhdetta (Said 1978; Mowforth & Munt 1998).

Pritchard ja Morgan (2000: 889–900) katsovat, että matkailun kuva, kuten kaikki mainokset ja valokuvat, luodaan, suodatetaan ja sovitetaan kulttuuristen ja ideologisten rakenteiden läpi. Heidän mukaansa matkailumainonnan kieli ja kuvat oikeuttavat miehisen heteroseksuaalisen katseen ylitse muiden mahdollisten tapojen nähdä ja jäsentää maailmaa. Kuvien ottajat ovat heidän mukaansa yleensä myös miehiä, valkoisia ja länsimaalaisia, ja vaikka näin ei olisikaan, on tämä valta-asema usein vaikuttanut kuvaajaan ja hänen valintoihinsa. Onkin tärkeää huomata välilliset tekijät ja siten valtasuhteiden monimutkaisuus ja -ulotteisuus (ks. Aitchison 1999).

Valta ja representaatiot voivat kohdata monin eri tavoin (ks. Cheong & Miller 2000). Pritchardin ja Morganin (2000) mielestä osa matkailun kuvien representaatiosta asettaa nykyajan matkai-

lumainnonnahan tukevasti samaan traditioon historiallisen kolonialismin ja imperialismin diskurssien kanssa. Jeanne van Eeden (2006: 345) painottaa myös, että imperialistisen retoriikan perintö jatkaa olemassa oloaan visuaalisessa kulttuurissa, kuten mainoksissa ja niiden kautta avautuvissa representaatioissa (ks. Bruner 2002).

Representaatiot voivat koostua sekä sanoista että kuvista (Pickering 2001: xiii). Representaatio on prosessi, missä kulttuurin jäsenet käyttävät kieltä tuottaakseen merkityksiä. Asioilla ei ole itsessään yhtä määrättyä, lopullista tai todellista merkitystä, vaan ihmiset antavat asioille merkityksen. Merkitykset myös muuttuvat eri kulttuureista tai ajanjaksoista toiseen (Hall 1997: 61). Ne voivat edustaa monia yhteiskunnallisia ryhmiä ja kategorioita ja voivat vaikuttaa siihen, miten ryhmien jäsenet näkevät itsensä ja kokevat ympärillään olevaa sosiaalista maailmaa.

Janne Seppäsen (2005: 77) mukaan representaation käsitteen avulla on mahdollista pohtia esimerkiksi sitä, millä tavoin erilaiset mediat esittävät ja tuottavat todellisuutta. Se voi auttaa myös huomaamaan, kenen näkökulmasta kuvauksen kohteille annetaan huomiota. Representaatioiden kautta voidaan valita, järjestellä ja priorisoida tiettyjä tai tietynlaisia oletuksia ja ajatuksia erilaisista ihmisistä. Ne voivat nostaa jotkut etualalle, dramatisoida ja idealisoida, kun taas toiset voidaan jättää yhteiskunnan marginaaliin. Yhteiskunnan marginaaliin jätetyille on tyypillistä, että heille annetaan hyvin vähän julkista esilläoloa tai heille jää vain kapea ja negatiivinen julkinen kuva. Tällaiset toimet ovat keskeisiä representaation politiikassa.

Matkailu ja alkuperäiskulttuurit

Kansainvälisessä matkailussa on 1980-luvun lopulta lähtien korostunut luonnon ohella turistikokemuksen kulttuurinen ulottuvuus (ks. Craik 1997). Trevor Sofieldin ja Alastair Birtlesin (1996: 398) mukaan kulttuurimatkailulle on monia määrittäviä, mutta ne kaikki sisältävät ajatuksen että ihmiset, paikat ja perintö muodostavat kulttuurimatkailun keskeisen perustan. Heidän mukaansa kulttuurimatkailun voi kapeasti määrittää vierailuksi museoihin, vanhoihin rakennuksiin ja gallerioihin. Konsertteihin, taidenäyttelyihin ja festivaaleille osallistuminen tai muuten kulttuurisesti motivoitunut matka on myös tässä merkityksessä kulttuurimatkailua. Sen sijaan laajempi määritelmä sisältää matkailijan toiveen kokea itselle vieraan alueen tai maan kulttuuria ja elämäntapoja. Matkailijoilla katsotaankin nykyisin olevan kasvava halu päästä

tutustumaan ”primitiivisiin” yhteiskuntiin, jotka edustavat ikään kuin vastakohtaa ja mennyttä suhteessa matkailijoiden omaan kulttuuriin (Hinch 2004). Erilaisuuden ja poikkeavuuden kokeminen ja katseleminen onkin usein kulttuurimatkailun, erityisesti alkuperäiskulttuureihin perustuvan matkailun taustalla.

Alkuperäiskansamatkailu on osa kulttuurimatkailua, missä kiinnostuksen herättäjänä toimii etninen erilaisuus valtaväestöstä ja matkailijoiden kulttuurista, erityislaatuisine kulttuurisine tapoineen ja käytäntöineen. Richard Butlerin ja Tom Hinchin (1996: 9) mukaan alkuperäiskansamatkailu viittaa matkailuun, missä alkuperäiskansat ovat mukana joko toimijoina ja kehittämiseen osallistuvina päätöksentekijöinä ja/tai heidän kulttuurinsa on matkailukohteen ja matkailijoiden motivaation keskipisteenä. Alkuperäiskansamatkailun kasvun katsotaan johtuvan siitä, että samalla kun moderneista yhteiskunnista on tullut aina vain kompleksisempia ja hektisempiä on niissä eläville ihmisille syntynyt tarve kokea jotakin ”pysyvää”. Usein tämän pysyvyyden nähdään viittaavaan menneisyyteen ja muuttumattomiin kulttuureihin, jotka ovat edelleen ikään kuin löydettävissä modernin maailman periferioista (Saarinen 1999); matkailijat haluavat hetkellisesti pakoon arjen kompleksisuudesta ”yksinkertaisempiin aikoihin ja paikkoihin” (Hinch 2004: 246–247; ks. MacCannel 1976, 1992).

Merkittävää alkuperäiskansamatkailussa on sen laajentuminen ja kasvunopeus. Matkailu leviää kasvavassa määrin aiemmin huomaamatta jääneille kaukaisille ja perifeerisille alueille. Martin Mowforthin ja Ian Muntin (2004: 155) mukaan esimerkiksi matkailu kehittyviin maihin on lisääntynyt uuden yksilöityneemmän turismin myötä; vuonna 2006 Afrikka oli toisena peräkkäisenä vuotena nopeimmin kasvanut alue kansainvälisissä turistien saapumisissa (UNWTO 2006). Matkailu levittäytyikin nopeasti alkuperäiskansojen kotiseuduille, missä modernisaatiolle tyypillinen kehitys on aiemmin ollut hyvin hidasta tai jopa lähes tuntematonta. Matkailun leviäminen johtuu osaltaan uusien kohteiden aktiivisesta etsimisestä ja kehittämisestä sekä osaltaan kasvaneesta kiinnostuksesta ”luonnollisia ja turmeltumattomia” asioita kohtaan (Butler & Hinch 1996: 3). Monet alkuperäiskansojen edustajat ovat myös ottaneet turismin yhdeksi kulttuurisen säilymisen strategiaksi. Toiset taas vastustavat osallistumista toimintaan, missä ulkopuoliset myyvät ja esittävät heidän yhteisöään turistiattrakiona. Alkuperäiskansamatkailu on aina osa globaalia matkailutaloutta, jota hallitsevat

usein kohdealueen ja -kulttuurin ulkopuoliset toimijat. Onkin tärkeää kysyä, edustaako alkuperäiskansamatkailu esimerkiksi kulttuurin säilymisen suhteen kestävän matkailun mukaista kehitystä vai ei (Hinch 2004: 247).

Matkailun kehittäminen alkuperäiskansojen yhteydessä vaatii Butlerin ja Hinchin (1996: 278) mukaan paikallisia arvoja ja tarpeita ymmärtävää suunnittelua ja käytäntöjä. Matkailukehitys ei ainoastaan johda arvoiltaan, uskomuksiltaan ja käyttäytymiseltään usein radikaalisti erilaisten yhteiskuntien ja kulttuurien kontakteihin, mutta lähes yhtä varmasti myös vallan ja kontrollin epätasapainoon. Heidän mukaansa erityistä tarkkaavaisuutta täytyy osoittaa esimerkiksi kohteiden kulttuureista ja yhteisöistä välitettyyn kuvaan sekä alkuperäiskansojen oikeiden tarpeiden ja halujen tunnistamiseen. Suurimmassa osassa alkuperäiskansojen matkailun kehitystä aloitus tapahtuu yhteisöjen ulkopuolelta ja kontrolli pysyy usein ulkopuolisten tahojen käsissä. Paikallisten panos päätöksentekoon jää usein minimaaliseksi, jos sitä on lainkaan.

Alkuperäiskansoista esitetyt räikeät representatiot ovat saaneet aikaan laajaa kritiikkiä (ks. Brown 1996; Saarinen 1999, 2007). Matkailutaloudessa alkuperäiskansat muutetaan mitä erilaisimmiksi matkamuuistoiksi, esityksiksi ja kokemuksiin turisteille. Huolenaiheena onkin ollut alkuperäiskansojen omien kulttuuristen tapojen ja toimintojen asteittainen eroosio. Traditionaalisen alkuperäiskansamatkailun kysyntä kuitenkin rohkaisee staattisen kulttuurin esittämiseen, joka vastaa kolonisaation historiasta tuttuja ”jalo villi”-stereotyyppiä (ks. Dann 1996; Selwyn 1996; Wels 2004). Tällaiset stereotyypit ovat usein romantisoitu pisteseen, missä on hyvin vähän paikallisesti arvioiden nykypäivän todenmukaisuutta jäljellä. Ne jättävät täysin huomioimatta sen, että kulttuurit ovat dynaamisia ja muuttuvia (Hinch 2004: 250–251).

Alkuperäiskansojen kontaktit periferia-alueilla kasvaviin matkailijamääriin ja matkailuyrityksiin ja niiden toimijoihin ovat merkittävä muutosvoima jo itsessään. Kontakteissa on aina mukana myös laaja joukko erilaisia globalisaation muotoja, jotka kiihdyttävät muutosta perinteisistä tavoista nykypäivän tapoihin. Matkailutaloudessa on nähty paljon vaivaa suojella perinteisiä kulttuureja. Tämä voi kätkeä sisälleen romanttista elitismiä, missä oikeammin yritetään jäädyttää ja pysäyttää kulttuurin näkyvä kehittyminen. Tämä hyödyttää turismiteollisuutta ja turisteja mutta ei välttämättä itse alkuperäiskansoja ja heidän elinmahdollisuuttaan (Hinch 2004: 251).

Afrikan ja afrikkalaisten kuvaamisen historia

Löytöretkeilijät ja varhaiset (tutkimus)matkailijat rakensivat 1800-luvulla eurooppalaisille kuvaa Afrikasta. He ottivat huomioon aikaisemmat Afrikasta tehdyt representatiot, mutta samalla he myös muokkasivat Afrikkaa sopivaksi imperialistisille tarpeille ja eurooppalaiselle lukijakunnalle, joka halusi lukea tarinoita eksoottisista maista, joita hallitsivat sankarilliset eurooppalaiset miehet (Pratt 1992; Duncan 1993: 50; ks. Löytty 2005a). Siirtomaiden asukkaista tehdyt kuvaukset palvelivatkin pitkälti siirtomaahallitusten omia tarkoituksia. Harry Welsin (2004: 82) mukaan afrikkalainen todellisuus tehtiin eurooppalaiseen Afrikadiskurssiin sopivaksi valokuvien ja voimakkaan rajaamisen avulla. Afrikasta Eurooppaan lähetettyjen kuvausten teemat olivat hämmästyttävän yhtenäisiä. Väkivalta, seksuaalisuus, syömistävät ja pukeutumiskoodi vallitsivat kuvausten aiheina (ks. Holden 2008). Tällä tavoin Afrika ja afrikkalaiset alennettiin ja muutettiin vastaamaan hallitsevan lännen odotuksia.

Kolonialismin aikaisissa kuvauksissa alkuperäiskansat jätettiin usein huomioimatta tai heidät alennettiin yhdeksi eläinkuntaan kuuluvaksi elementiksi (ks. Waitt 1999; Crais & Scully 2009). Kun paikallisia ihmisiä kuvattiin esimerkiksi maisemamaalauksissa, heidät esitettiin elämässä idyllistä elämää ajassa ennen eurooppalaisten saapumista. Kuvauksissa ei näkynyt eurooppalaisen kolonialismin vaikutuksia. Heidät kuvattiin tieteellisesti tutkittavina objekteina, villinä nomadisen laumana, viimeisinä eloonjääneinä katoavasta kansasta ja ikonisina tunnusmerkkeinä maista, jotka olivat selvästi ei-eurooppalaisia (Nash 2004: 111).

Olli Löytyn (2005b: 92) mukaan siirtomaajan taiteen ja kirjallisuuden esityksissä Afrika ja afrikkalaiset toiseutettiin niin, että heidät kuvattiin yksinkertaisiksi luonnonlapsiksi. Erityisesti niin sanotut soturikansat, kuten zulut ja masait, kuvattiin värikkäiksi ja ylväiksi. ”Alkuasukkaiden” esitettiin elävän ikään kuin menneellä aikakaudella. Usein kuvissa korostui pidäkkeetön seksuaalisuus ja siihen liittyvä eläimellisyys. Kuvauksen kohteeksi valikoitui usein se, mikä näytti uudelta ja oudolta. Kuvauksissa toistuivatkin tietyt konventiot, yleistyksiset ja yksinkertaistukset, ja afrikkalaisia kuvattiin samanlaisina ajasta tai paikasta riippumatta. Lapsellistaminen, luonnollistaminen, estetisoiminen, eksotisoiminen, erotisoiminen ja primitivisointi olivat yleisiä toiseuttamisen tapoja

(ks. Crais & Scully 2009: 2-3). Löytyyn (2005b) mukaan jälkiä tällaisista toiseuttamisen tavoista on löydettävissä helposti vielä nykyisissäkin Afrikka-representaatioissa (ks. Edwards 1996).

Kolonialistiset ja tämän päivän matkailuun perustuvat kuvaukset ja tarinat ovat lisänneet myyntejä matkakohteista. Matkailukohteiden tuottaminen vastaakin ensisijaisesti usein ei-paikallisia länsimaiden intressejä. On tärkeää huomata, ettei kohteita vain kuvailla vaan niitä rakennetaan tietynlaisiksi (Saarinen 2004). Tällä tavoin pystytään kontrolloimaan myös matkailun kehitystä ja esimerkiksi sen omistussuhteita ja toimintamalleja (ks. Britton 1991). Turistit myös muokkaavat maailmaa uudelleen manipuloimalla mielikuvia, sanoja ja tapoja, jotta se olisi ymmärrettävämässä muodossa heidän kulutukselleen. Tämä on samanlainen tapa, jolla kolonisoiijat pystyivät asettamaan omat instituutionsa ja tapansa paremmiksi vallattuihin siirtomaihin nähden (d’Hauteserre 2004: 237–238, 243).

Edward Bruner (2002: 388) katsoo, että kolonialistisista paikoista on tullut turistikohteita. Esimerkiksi Itä- ja eteläisessä Afrikassa safarimatkailu on hyvin suosittua. Brunerin mukaan safareilla turistit jäljittelevät ja uudelleen jäljittävät mielikuvissaan varhaisten tutkimusmatkailijoiden, uudisasukkaiden ja valloittajien reittejä. Hänen mielestä matkailu ja media eivät ainoastaan tarjoa kuvia heimoista, luonnosta ja maisemista mutta myös luovat uudelleen siirtomaa-ajan mielikuvia. Vastaavasti Harry Welsin (2004: 76) mukaan kolonialistiset myytit ja mielikuvat ovat muokanneet eurooppalaisia konstruktioita afrikkalaisista maisemista ja ihmisistä historian saatossa. Näillä koloniaalisilla mielikuvilla on edelleen vahva rooli eurooppalaisessa postkoloniaalisessa turismissa.

Namibian matkailu ja ovahimbat

Luoteis-Namibiassa, Kunenen maakunnan pohjoisosissa, lähellä Angolan rajaa, asuu noin 15 000–20 000 ihmistä, jotka kutsuvat itseään ovahimboiksi. Lisäksi Angolan puolella heitä asuu noin 10 000. Ovahimboja (tai himboja) on koko Namibian väkiluvusta noin prosentin verran. Suurin osa heistä elää paimentolaiselämää, ja he saavat elantonsa paimentamiensa laumojen tuotteista, kuten maidosta ja lihasta. 1990-luvun aikana, joka oli Namibian ensimmäinen itsenäinen ja demokraattinen vuosikymmen, Namibian luoteisosasta ja vielä erityisemmin ovahimboista on tullut kasvava turistikohte, mutta jo 1930-luvulla Kune-

nen maakunnan pohjoisosista ja sen asukkaista oli muodostunut matkailullisten vierailujen kohde ja kuvausten aihe.

Nykyisin ovahimbat muodostavat yhden Namibian näkyvimmistä alkuperäiskansoista ja kulttuurisista ryhmistä (Saarinen & Niskala 2009). Paitsi matkailijat myös toimittajat ja elokuvien tekijät ovat keskittyneet ovahimboihin Tästä on seurannut ovahimbojen kuvien suhteellisen voimakas käyttö ja tuotteistaminen mediassa (Bollig & Heinemann 2002: 269–302).

Seuraava empiirinen analyysi perustuu Namibiaa matkailukohteena kuvaavien matkailuesitteiden kuvien tarkasteluun. Kaiken kaikkiaan tässä artikkelissa analysoiduissa esitteissä on kuvia yhteensä 2 337, joista ovahimbojen kuvia on yhteensä 83. Ovahimbojen kuvat muodostavat neljä prosenttia kaikista kuvista. Yleensä ottaen esitteiden kuvissa on hyvin vähän kuvia paikallisesta väestöstä ja ovahimbojen osuus paikallisen väestön kuvista on 40 prosenttia. Monissa esitteissä muut paikalliset asukkaat on jätetty kokonaan pois ja niissä on keskitytty ainoastaan ovahimbojen kuvauksiin.

Empiirisessä analyysissä ovahimbojen kuvista on tutkittu eksoottisuutta, eroottisuutta ja primitiivisyyttä, jotka ovat tyypillisiä tekijöitä alkupe- räiskansojen kuvausten historiassa ja nykypäivässä (Waitt 1999; Wels 2004). Kuvista on tarkasteltu sukupuolijakaumaa, toiminnallisuutta ja ovahimbojen perinteisestä kulttuurista poikkeavia asioita. Lisäksi on tarkasteltu alastomuutta, jossa länsimaiseen kulttuuriin verrattuna yhdistyvät eksoottisuus, eroottisuus ja primitiivisyys (ks. Waitt 1999; Crais & Scully 2009). Ovahimbojen kuvat on sisällönanalyysin mukaisesti koodattu tarkasteltaviin luokkiin, jotka ovat tarkemmin esitelty ja taulukoitu aiemmassa tutkimuksessa (Saarinen & Niskala 2009). Tässä tutkimuksessa kategorisoinnit toimivat taustalla ja taulukointeja ei toisteta, vaan niiden kautta avautuneita luokitteluja pyritään artikkelissa syventämään suhteessa aihepiiriin aiempaan tutkimukseen. Sukupuolijakaumassa kuvat on jaettu miesten ja naisten lisäksi lapsiin. Aiemmassa tutkimuskirjallisuudessa alastomuutta on tarkasteltu rintojen näkymisellä, jonka on katsottu olevan leimallinen piirre nimenomaan ovahimbojen esittämisessä (ks. Bruner 2002; van Eeden 2006). Toiminnallisuutta on tarkasteltu katsomalla sitä, kuvataanko heidät aktiivisiksi vai passiivisiksi, toisin sanoen tekevätkö he kuvissa jotakin vai ovatko he ensisijaisesti vain kuvauksen kohteina.

Ovahimbat matkailuesitteissä

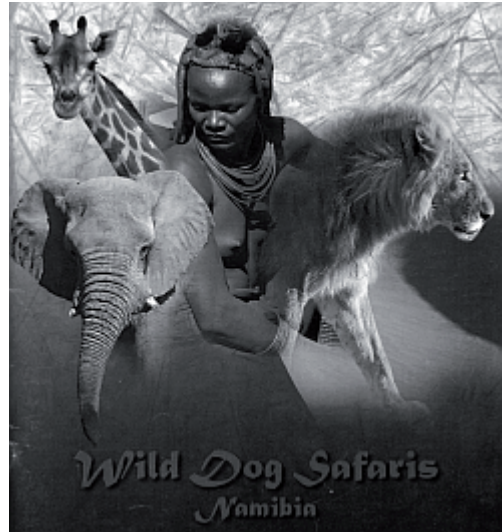
Eksotisointi

Eksotismi kuvailee tiettyä esteettistä käsitystä, joka esittää ihmiset, esineet ja paikat vieraiksi. Tässä merkityksessä se on tehokas toiseuden tuottaja. Toiseuden eksoottinen tuotanto voi palvella myös eri ideologisia intressejä, jotka voivat olla ristiriidassa keskenään. Eksotismi kuvailee yhtä paljon siis poliittisia kuin esteettisiäkin käytäntöjä. Poliittisuus on kuitenkin usein peitetty. Tämän vuoksi eksotismi ja eksotisointi ovat osoittautuneet esimerkiksi tehokkaiksi imperialistisen vallan välineiksi (Huggan 2001: 13–14).

Richard Butler ja Tom Hinch (1996: 14) ovat sitä mieltä, että matkailijat, jotka etsivät lomakokemuksia erityisesti kaukaisista ja eksoottisista kohteista, hakevat aitoa matkakokemusta, joka voi auttaa heitä määrittämään omaa identiteettiään. Identiteetti määräytyy tällöin vastaan eksoottisia toisia, joiden luona he vierailevat. Eksoottisuus voi viitata myös eksoottisen toisen kuulumiseen osaksi luonnonmaisemaa, kuten saamelaisia usein kuvataan (ks. Saarinen 1999). Euroopan kulttuurisesta perspektiivistä nähtynä afrikkalaisia maisemia ja ihmisiä ei usein erotellakaan toisistaan. Elizabeth Edwardsin (1996: 208) mukaan tämä ei kuitenkaan tarkoita, että kuvattavalla henkilöllä tai kulttuurilla olisi välttämättä valtaa suhteessa ympäristönsä ja sen sisältämiin resursseihin. Maisema on myös ensisijainen ihmisiin nähden, jolloin ihmiset kuuluvat maisemaan. Samalla maisema muodostaa ja määrää ihmisen ja sen, millaiseen rooliin hänet asetetaan esimerkiksi matkailun kehittämisessä ja päätöksenteossa.

Matkailutalouden kuvauksissa on yleistä, että ihmiset ja ”muut objektit” esitetään ikään kuin vaihdeltavina keskenään. Namibiaa myyvien matkaesitteiden kuvajärjestys esittää usein eläintä, maisemaa, hotellia ja paikallista ihmistä. Tämä vetoaa länsimaiseen käsitykseen ideaalisesta eksoottisesta paikasta (Smith & Duffy 2003: 120). Tutkimusaineiston esitteissä ovahimbojen kuvat on usein laitettu vierekkäin, päällekkäin tai allekkain eläinten ja maisemakuvien kanssa. Kuvien asetelma vahvistaa ovahimbojen kuulumista osaksi luontoa, he ovat osa flooraa ja faunaa. Ovahimbat siis esitetään ikään kuin pelkinä luonnon jatkeina, ja he ovat yksi kuvauskohde maisemien ja eläinten joukossa (kuva 1).

Tällainen esitystapa viittaa *zooifikaatioon*, missä alkuperäiskansat muutetaan yhdeksi matkan nähtävyyksistä. Heitä katsellaan kuin eläimiä eläintar-



Kuva 1. Matkailumainoksen kansikuvakollaasi, jossa ovahimbanainen esitetään yhtenä alueen faunasta (Wild Dog Safaris 2003).

Figure 1. A cover page collage of tourism brochure representing the Ovahimba woman as a member of local fauna (Wild Dog Safaris 2003).

hassa (Mowforth & Munt 2004: 274). Tämä on nähtävissä myös safareilla, joissa ovahimbat ovat yksi osa safarien ohjelmanumeroa. Safariyritykset myyvät matkoja, joissa ennen tai jälkeen kansallispuistovierailun vieraillaan paikallisyhteisössä katsomassa ovahimboja. Onkin vaikeaa erottaa kuuluvatko ovahimbat safareilla kulttuuri- vai luontomatkailun piiriin. Aivan kuin ovahimbat olisivat yksi luonnonympäristön tarjoamista vetonauloista leijonien, puhvelien ja kirahvien ohella.

Erotisointi

Afrikkalaisten naisten kuvaamisessa on historiallisia pitkiä perinteet. Harry Welsin (2004: 80–81) mukaan afrikkalaisia naisia on pidetty yleisesti seksuaalisesti halukkaina ja esimerkiksi viktoriaanisen häveliäisyyden ajalla vallitsi stereotyyppinen kuva afrikkalaisten alastomuudesta. Naisten julkinen näyttäytyminen rinnat paljaina oli todiste heidän primitiivisyydestään ja vahvisti kuvaa heidän voimakkaasti seksuaalisesta vietistään ja halukkuudesta. Afrikkalaisen toisen esteettisyys tulikin eurooppalaisten kuvauksissa esille nimenomaan afrikkalaisessa naisessa (ks. Edwards 1996; Crais & Sully 2009).

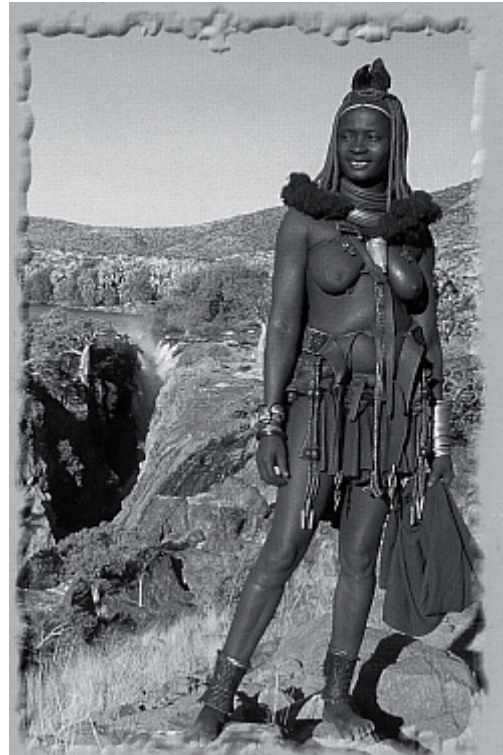
Siirtomaavallan ajalta löytyvät juuret Mike Crangin (1998: 71) mukaan naisten seksuali-

soiduille kuvauksille (Pratt 1992). Miespuoliset havainnoijat olivat tärkeässä asemassa erotisoitujen kuvien luomisessa. Mitä suurempi kontrasti oli eurooppalaisen ja afrikkalaisen naisen välillä, sitä enemmän se näytti todistavan eurooppalaista herruutta ja ylivoimaisuutta (ks. Crais & Scully 2009). Afrikkalaisesta toisesta tulikin ääripää, vastakohta eurooppalaisille standardeille (Wels 2004: 82). Crangin (1998: 71) mukaan kolonialistisessa mentaliteetissa oli vahva taipumus nähdä musta seksuaalisuus kuitenkin myös uhkana, jota täytyi kontrolloida. Tämä kertoi Crangin mukaan Afrikan toiseuttamisen ja kontrolloimisen tarpeesta, mikä heijasteli lähinnä Euroopan omia sisäisiä pelkoja.

Tämän päivän matkaesitteiden kuvissa on nähtävissä piirteitä afrikkalaisten kuvaamisesta, joka oli länsimaissa vallalla vuosisatoja sitten. Matkaesitteissä ovahimbakuvat painottuvat selvästi naisten kuvaamiseen. Miehet puuttuvat kuvista lähes kokonaan. Ainoastaan kolmessa kuvassa esiintyy mies. Vaikka paikallisesta näkökulmasta ovahimbanaisten voidaan tulkita olevan täysissä pukeissa niin länsimaisessa kulttuurissamme vaatteettomuus ja alastomuus liitetään voimakkaasti seksuaalisuuteen (ja primitiivisyyteen). Etenkin rinnat ovat erotisoitu ruumiin osa, ja ovahimbanaiset ovat kuvissa pukeutuneet lähinnä vain perinteisiin nahkapaloista valmistettuihin lannevaatteisiin ja metallisiin kaula- ja rannekoruihin.

Aktiivisuutta ja passiivisuutta tarkasteltaessa aktiivisuus on ovahimbojen kuvissa suhteellisen vähäistä. Vain 20 kuvassa ovahimbat itse asiassa tekevät jotakin (muuta kuin poseeraavat kameralle!). Aktiivisuus näkyy kuvissa erilaisina arjen askareina, esimerkiksi ruoan laittona, korin punontana, karjan kaitsemisena ja lehmien lypsämisenä. Lähes 80 prosentissa kuvista ovahimbat kuvataan kuitenkin passiivisiksi turististen katseen ja kuvaamisen kohteiksi. Puolialastomat ovahimbanaiset ikään kuin odottavat vierailijaa. Passiivisuus vahvistaa kuvien erotisointia. Kuvissa ovahimbanaiset näyttävät odottavan länsimaista miestä ”seikkailulle” ja katsomaan heitä (ks. Pritchard & Morgan 2000). Länsimaisen miesturistin voidaankin tulkita edustavan aktiivista modernia löytöretkeilijää, ja kuvien tuottama paikallisyväestön passiivisuus luo asetelman matkailijoiden hegemonisesta asemasta ovahimboihin nähden. Samalla se saa aikaan mielikuvan, että ovahimbat ovat olemassa vain turisteja varten (kuva 2).

Miksi ovahimbamiehet puuttuvat esitteiden kuvista? Ovahimbanaisten on katsottu ehkä vastaavan paremmin länsimaalaisen käsitykseen ek-



Kuva 2. Poseeraava ovahimba matkailumainoksessa taustallaan Epupan putoukset (Omarunga Camp, ei vuotta).
Figure 2. A posing Ovahimba woman in a tourism brochure in the front of the Epupa Falls (Omarunga Camp, no year).

soottisuudesta. Yhtenä syynä voi vaikuttaa myös se, että enemmistö Namibiaan saapuvista turisteista on miehiä (MET 2004). Tällöin erityisesti naisten kuvien on voitu nähdä vetoavan keskeiseen matkailijavirtaan, mutta ehkä länsimaisella valkoisella miehisytyllä on toisenlainenkin rooli asiassa. Mustien miesten puuttuminen kuvista ikään kuin poistaa esteet kuvitteellisille ovahimbanaisten valloituksille. Länsimaisen miehen ei tarvitse tuntea oloaan uhatuksi. Kuvien luomassa fantasiassa hän on ainoa mies ja ovahimbanaisten odottaa ainoastaan vain häntä. Esitteet luovat ovahimbanaisesta täydellisen matkailullisen attraktion ja objektin. Kuvat luovat illuusion halukkaasta länsimaista miestä odottavasta afrikkalaisesta naisesta, ja ne ikään kuin oikeuttavat ajatuksen tasolla naisten kuvitteellisen hyväksikäytön. Kuvat myös vahvistavat naisten (ja paikallisten miesten) poissulkemista tasavertaisina matkailun tekijöinä, suunnittelijoina ja aktiivisina toimijoina (Saarinen & Niskala 2009). Kuvissa nainen on vain passiivinen katseltava erotisoitu objekti.

Primitiivisyys

Afrikan ja afrikkalaisten primitiivisyyden rakentaminen sai merkittävän aseman 1800-luvun loppupuolella, jolloin se oli paljolti progressiivisen evolutionismin tuote. Sosiaalidarvinismin kautta rakentui staattinen hierarkkinen malli, jossa yhteiskunnallinen kehitys rinnastettiin evoluutio-naariseen järjestelmään. Läntisen Euroopan valtioiden esitettiin saavuttaneen kehityksen huipun, kun taas niin kutsutut primitiiviset yhteiskunnat Afrikassa ja aboriginaalit Australiassa asettuivat kehityksen toiseen päähän. Eurooppalaisten silmissä primitiiviset kansat olivat tuskin kehittyneet ollenkaan. Primitiiviset yhteiskunnat edustivat jälkeen jäänyttä, muuttumatonta ja yksinkertaista ihmisenä olemisen muotoa, minkä länsi oli jo aikaa siten jätrännyt taakseen. Niistä, joiden katsottiin olevan rodullisesti jälkeenjääneitä ja ala-arvoisempia, tuli osa lännen kansallisen identiteetin muodostamista. Sivistymättömästä toisesta tuli modernin lännen vastakohta (Pickering 2001: 51–54).

Primitiiviset kansat kaukaisissa paikoissa nähtiin tuon ajan versioina eurooppalaisten omista esi-isistä. Kansoja pidettiin mittana siitä, kuinka pitkälle eurooppalainen sivistys oli kehittynyt teknologisen taitavuutensa ja hienoutensa sekä itse arvioidun ja arvotetun rationaalisen ajattelun ja käyttäytymisen johdosta. Mikä oli vallitsevan ajattelun mukaan tullut ajallisesti kaukaiseksi ja aikaa sitten sivuutetuksi Euroopassa, pystyttiin näkemään periferiassa elävissä primitiivisissä asukkaissa (Pickering 2001: 51–54; ks. Bridge 2000). Martin Mowforth ja Ian Munt (2004: 274) katsovat, että matkailussa nykypäivänä yhteisöjen olosuhteet kuvataan primitiivisiksi, viitaten tällä tavoin kokemukseen erilaisuudesta. Samalla tämä nostaa turistin statusta suhteessa alkuperäiskansaansa. Mowforthin ja Muntin mukaan matkanjärjestäjien kuvauksia primitiivisistä alkuperäiskansoista käytetään vahvistamaan toiseuden kokemusta.

Se, mitä kutsutaan primitiivisyydeksi, määrittää edelleen sitä, mitä pidetään normaalina ja kehittyneenä (ks. Crais & Scully 2009). Kulttuurin primitiivisyys on kuitenkin aina joidenkin muiden kuin itse kulttuurin edustajien antama määritelmä (ks. Löytty 2005a). Esimerkiksi Stuart Hallin (1994: 398) mielestä länsimaat yhä edelleen jähmettävät Afrikan primitiiviseksi, menneen ajan muuttumattomaksi ajattomaksi vyöhykkeeksi. Primitiivisyyden voidaankin katsoa olevan olemassa ainoastaan länsimaiden omissa rakennetuissa rotusuhteissa (d’Hauteserre 2000: 242). Ovahimbojen kuvissa primitiivisyys ilmenee traditionaalisen

elämäntyylin painotuksissa. Kuvissa länsimainen teknologia ja kehityksen tuotteet eivät ole näyttäneet vielä saavuttaneen ovahimboja. Heidät kuvataan pysähtyneeksi, kivikautiseksi heimoksi, joka on kuin jääne ihmiskehityksen historiasta. Kuvista on rajattu pois lähes kaikki, mikä poikkeaisi ovahimbojen traditionaalaisesta elämänmuodosta. Vain muutamassa kuvassa lapsilla on esimerkiksi vaateusta päällä.

Primitiivisyyttä voidaan tuoda esille myös muunlaisin keinoin. Osassa kuvista on nähtävissä selkeä vastakkainasettelu kehittyneen ja ei-kehittyneen välillä. Käytännössä kuvan keskiöön tuodaan ovahimbojen lisäksi länsimaalaisille kehittyneisyyttä kuvaava asia, esimerkiksi maastoauto, jonka vieressä tai konepellillä istuen puolialaston ovahimbanainen poseeraa (kuva 3). Maastoauto edustaa länsimaista kehittyneisyyttä ja miehisyyttä, kun taas ovahimbanainen edustaa primitiivisyyttä,



Kuva 3. Moderni kohtaa primitiivisen, länsimainen miehisuus afrikkalaisen naisen; ovahimbanainen istutettuna matkailumainoksessa maastoauton konepellille (Kidogo Safaris, ei vuotta).

Figure 3. The modern meets primitive, the western masculinity an African woman: an Ovahimba placed on the hood of a 4x4 car in a tourism brochure (Kidogo Safaris, no year).

joka on kehittyneen länsimaalaisuuden täydellinen vastakohta. Ovahimbanaisessa kiteytyykin länsimaalainen käsitys alempiarvoisesta primitiivisestä toisesta.

Ovahimbat edustavat esitteissä aitoja primitiivisiä afrikkalaisia, joita voi kohdata Namibian pohjoisosiin suuntautuville safareilla. Ovahimbat ja savanneilla kiikaroitavat leijonat ja sarvikuonot edustavat turisteille juuri sitä oikeata ja alkuperäistä Afrikkaa, jota turistit haluavat lomallaan nähdä. Namibian asutuskeskukset, pääkaupunki Windhoek mukaan lukien, ovat lähinnä läpikulupaikkoja ja tuliaisten ostopaikkoja. Saadakse kosketuksen aitoon Afrikkaan täytyy matkustaa muualle, kauas eurooppalaistyylisistä kaupungeista. Turistit ikään kuin sulkevat silmänsä ”ei-aidolta” Afrikalta, johon matkaesitteet heitä osaltaan ohjaavat. Esimerkiksi ovahimbojen kohdalla on hyvä muistaa, että he edustavat vain prosenttia Namibian koko väkiluvusta. Näin ollen Namibian asukkaista autoineen, kännyköineen tai esimerkiksi Englannin valioliigan joukkuepaitoineen jää noin 99 prosenttia turistien ”aidon afrikkalaisen” kuvitelman ulkopuolelle.

Pohdinta

Matkailun kuvamaailma on täynnä esityksiä eksoottisista paikoista ja niiden ihmisistä. Matkailumainonnassakin kuvat tarjoavat tiettyjä näkemyksiä yhteiskunnallisista kategorioista, kuten luokasta, sukupuolesta, rodusta ja seksuaalisuudesta (Rose 2001). Ovahimbojen kuvat kertovat elämästä, joka vastaa kuvitelmiimme kaukaisesta ja villistä Afrikasta – menneisyydestä joka on edelleen löydettävissä kaukaa modernin maailman periferiasta. Esitteiden luomat ovahimbojen representaatiot vahvistavat stereotyyppistä kuvaa Afrikasta ja afrikkalaisista. Harry Welsin (2004: 90) mukaan eurooppalaiset haluavat nähdä afrikkalaiset ja Afrikan maisemat samalla tavalla kuin heidät on opetettu näkemään ne jo siirtomaa-ajan kuvista lähtien. Esimerkiksi nykypäivän kuvaukset ovahimboista noudattelevatkin hyvin pitkälle samoja kuvaustapoja kuin historiassa tehdyt kuvaukset afrikkalaisista. Welsin mukaan eurooppalaiset kaipaavat tahrattomia, modernista vapaita afrikkalaisia maisemia olkikattoineen. He odottavat kuulevansa rummutusta sillä minuutilla, kun saapuvat Afrikkaan. Näin rakentunut ”aito” Afrika on myös toiseuden tuottamisväline.

Anne-Marie d’Hauteserre (2004: 237–238) katsoo, että turistien representaatiot kohteesta liittyvät usein muistikuviin, jotka on tuotettu muual-

la kuin itse kohteessa. Nämä muistikuvat voidaan jäljittää useiden vuosisatojen taakse. Ovahimbojen representaatiot muistuttavat Afrikasta, joka oli olemassa silloin, kun ensimmäiset eurooppalaiset tulivat ja ”löysivät” Afrikan. Ovahimbat ovat kuin jääne aidoista villeistä afrikkalaisista alkusukkaista. Ensimmäisten eurooppalaisten löytöretkeilijöiden ja kolonisoidijien tavoin länsimaalaiset turistit voivat tulla ja löytää heimon, katsella, kuvata ja tutkia heidän tapojaan. Tiettyssä mielessä ovahimbojen representaatiot voivat vahvistaa matkailijan käsitystä itsestään modernina tutkimusmatkailijana. Tällaisen matkailun juuret juontavat kolonisaatioprosessiin ja sen tuottamiin paikkakuvauksiin. Nykypäivän matkaesitteiden representaatiot ovahimboista luovat ikään kuin haaveunen sellaisesta Afrikasta, joka vallitsi vuosisatoja sitten ja joka oli vielä ”koskematon ja aito”. Tällaiset ajatukset viittaavat imperialistiseen nostalgiaan. Renato Rosaldo (1989: 108) selittää imperialistisen nostalgian tarkoittavan sitä, että ihmiset kaipaavat mennyttä ja elämäntapaa, jonka itse ovat muuttaneet. Imperialistisen nostalgian paradoksi on se, että ihmiset ja yhteisöt ovat tarkoituksella muuttaneet elämäntapansa toiseksi, jonka jälkeen he haikailevat muutoksessa menettämäänsä tilaa. Imperialistinen nostalgia käyttää ”viatonta kaihoa” saadakseen ihmisten kuvitelmat tietynlaisiksi ja myös ikään kuin salatakseen osallisuutensa usein raakaan historiaan ja hallintoihin suhteessa kuvauksen kohteena oleviin ryhmiin.

Jeanne van Eedenin (2006: 345) mukaan ovahimbojen kuvauksissa on nähtävissä selvää nostalgista kaipuuta kolonialismityyliseen seikkailuun. Hänen mielestä koko Afrika esitetään matkailussa siirtomaatyylinen seikkailukohteena, tai kuten hän itse sanoo, niin kutsuttuna vapaa-ajan kolonialismin kohteena. Kolonialismin voi nähdä edelleen toimivan myös ovahimbojen kuvissa ja kuvauksissa. Se näkyy toisaalta kolonialismin ajan ihannoitina. Kolonisaation avulla löydettiin ja tutkittiin jännittäviä eksoottisia alkukantaisia heimoja, joita ovahimbat nyt edustavat. Toisaalta kolonialismi toimii tavoissa, joilla ovahimboja ja heidän kuviaan hyväksikäytetään länsimaisilla matkailumarkkinoilla.

Ovahimbojen representaatiot esitteissä noudattavat hämmästyttävän yhtenäistä linjaa aiemmissä tutkimuksissa esitettyjen alkuperäiskansojen kuvauksen kanssa (ks. Lehtola 1997, 2005; Saarinen 1999, 2007; Ateljevic ja Doorne 2002; Bruner 2002; Akama 2004; McIntosh 2004). Niitä yhdistävät kuvaukset eksoottisesta primitiivisestä toisesta, jotka ovat kuin jäänneitä menneisyydestä.

Alkuperäiskansojen representaatiot ovat siis ainakin tässä suhteessa hyvin samanlaisia eri puolilla maailmaa. Matkailun kuvissa heidät on ikään kuin lukittu tilaan, jossa he eivät voi muuttua, kehittyä tai ilmaista itseään vapaasti. Tässä mielessä heidät on vangittu visuaalisiin keinoihin elämään länsimaisten odotusten ja mielikuvien mukaisesti.

Lähteet

- Aitchison, Cara (1999). Heritage and nationalism: gender and the performance of power. Teoksessa Crouch, David (toim.) *Leisure/tourism geographies: practices and geographical knowledge*. Routledge, London, 59–73.
- Akama, John S. (2004). Neocolonialism, dependency and external control of Africa's tourism industry. A case study of wildlife safari tourism in Kenya. Teoksessa Hall, Colin Michael & Tucker, Hazel (toim.) *Tourism and postcolonialism. Contested discourses, identities and representations*. Routledge, London, 140–152.
- Ateljovic, Irena & Doorne, Stephen (2002). Representing New Zealand. Tourism imagery and ideology. *Annals of Tourism Research* 29:3, 648–667.
- Bollig, Michael & Heinemann, Heike (2002). Nomadic savages, ochre people and heroic herders: visual presentation of the Himba of Namibia's Kaokoland. *Visual Anthropology* 15:3, 267–312.
- Bridge, Gary (2000). Rationality, ethics, and space: on situated universality and the self-interested acknowledgement of 'difference'. *Environment and Planning D: Society and Space* 18:4, 519–535.
- Britton, Stephen (1991). Tourism, capital, and place: towards a critical geography of tourism. *Environment and Planning D: Society and Space* 9:4, 451–478.
- Brown, David (1996). Genuine fakes. Teoksessa Selwyn, Tom (toim.) *The tourist image: myths and myth making in tourism*. John Wiley & Sons, Chichester, 33–47.
- Bruner, Edward M. (2002). The representation of African pastoralists: a commentary. *Visual Anthropology* 15:3, 387–392.
- Butler, Richard & Hinch, Tom (1996, toim.). *Tourism and indigenous peoples*. International Thomson Business Press, London.
- Cheong, So-Min & Miller, Marc L. (2000). Power and tourism: a Foucaultian observation. *Annals of Tourism Research* 27:2, 371–390.
- Craik, Jennifer (1997). The culture of tourism. Teoksessa Rojek, Chris & Urry, John (toim.) *Touring cultures. Transformations of travel and theory*. Routledge, London, 113–136.
- Crais, Clifton & Scully, Pamela (2009) *Sara Baartman and the Hottentot Venus*. Wits University Press, Johannesburg.
- Crang, Mike (1998). *Cultural geography*. Routledge, London.
- Dann, Graham (1996). The people of the tourist brochures. Teoksessa Selwyn, Tom (toim.) *The tourist image: myths and myth making in tourism*. John Wiley & Sons, Chichester, 61–82.
- Duncan, James (1993). Sites of representation: place, time and the discourse of the other. Teoksessa Duncan, James & Ley, David (toim.) *Place/culture/representation*. Routledge, London, 39–56.
- Edwards, Elizabeth (1996). Postcards: greetings from another world. Teoksessa Selwyn, Tom (toim.) *The tourist image. Myths and myth making in tourism*. Wiley, Chichester, 197–222.
- Hall, Stuart (1994). Cultural identity and diaspora. Teoksessa Williams, Patric & Chrisman, Laura (toim.) *Colonial discourse and post-colonial theory. A reader*. Columbia University Press, New York, 392–403.
- Hall, Stuart (1997, toim.). *Representation. Cultural representations and signifying practices*. SAGE, London.
- d'Hauteserre, Anne-Marie (2004). Postcolonialism, colonialism and tourism. Teoksessa Lew, Alan A., Hall, C. Michael & Williams, Allan M. (toim.) *A companion to tourism*. Blackwell Publishing, Malden, 235–245.
- Hinch, Tom D. (2004). Indigenous people and tourism. Teoksessa Lew, Alan A., Hall C. Michael & Williams, Allan. M. (toim.) *A companion to tourism*. Blackwell Publishing, Malden, 246–258.
- Holden, Andrew (2008). *Environment and tourism*. Routledge, London.
- Huggan, Graham (2001). *The postcolonial exotic: marketing the margins*. Routledge, London.
- Jenkins, Olivia H. (2003). Photography and travel brochures: the circle of representation. *Tourism Geographies* 5:3, 305–328.
- Kidogo Safaris (ei vuotta). *Die andere Art AFRIKA zu bereisen*. Kidogo Safaris, Windhoek, Namibia.
- Lehtola, Veli-Pekka (1997). *Rajamaan identiteetti: lappilaisuuden rakentuminen 1920- ja 1930-luvun kirjallisuudessa*. Suomalaisen kirjallisuuden seura, Helsinki.
- Lehtola, Veli-Pekka (2005). Mielikuvien rajasota. Kiistoja koltanmaan ja kolonialismin maastossa. Teoksessa Löytty, Olli (toim.) *Rajanylityksiä. Tutkimusreittejä toiseuden tuolle puolen*. Gaudeamus, Helsinki, 46–63.
- Löytty, Olli (2005a, toim.). *Rajanylityksiä. Tutkimusreittejä toiseuden tuolle puolen*. Gaudeamus, Helsinki.
- Löytty, Olli (2005b). Kuka pelkää mustavalkoista miestä? Toiseuttavan katseen rajat. Teoksessa Löytty, Olli (toim.) *Rajanylityksiä. Tutkimusreittejä toiseuden tuolle puolen*. Gaudeamus, Helsinki, 87–102.
- MacCannell, Dean (1976). *The tourist. A new theory of the leisure class*. Schocken Books, New York.
- MacCannell, Dean (1992). *Empty meeting ground: the tourist papers*. Routledge, London.
- McIntosh, Alison I. (2004). Tourists' appreciation of Maori culture in New Zealand. *Tourism Management* 25, 1–15.
- MET (2004). Ministry of Environment and Tourism. *Tourism Arrival Statistics 2003*. Namibia.
- Morgan, Nigel (2004). Problematizing place promotion. Teoksessa Lew, Alan A., Hall, C. Michael & Williams, Allan M. (toim.) *A companion to tourism*. Blackwell Publishing, Malden, 173–183.
- Mowforth, Martin & Munt, Ian (1998). *Tourism and sustainability. New tourism in the third world*. Taylor & Francis Group, London.
- Nash, Catherine (2004). Postcolonial geographies: spatial narratives of inequality and interconnection. Teoksessa Cloke, Paul J., Crang Phil & Goodwin Mark (toim.) *Envisioning Human Geographies*. Arnold, London, 104–127.
- Omarunga Camp (ei vuotta). Omarunga Camp, Epupa,

- Namibia.
- Pickering, Michael (2001). *Stereotyping: the politics of representation*. Palgrave Publishers, Houndmills.
- Pratt, Mary-Louis (1992). *Imperial eyes: travel writing and transculturation*. Routledge, London and New York.
- Pritchard, Annette & Morgan, Nigel J. (2000). Privileging the male gaze. Gendered tourism landscapes. *Annals of Tourism Research* 27:4, 884–905.
- Rosaldo, Renato (1989). Imperialist nostalgia. *Representations* 26, 107–122.
- Rose, Gillian (2001). *Visual methodologies: an introduction to the interpretation of visual materials*. SAGE, London.
- Saarinén, Jarkko (1999). Matkailu, paikallisuus ja alueen identiteetti. Näkökulmia Lapin matkailun etnisiin maisemiin. Teoksessa Tuominen, Marja, Tuulentie, Seija, Lehtola Veli-Pekka & Autti, Mervi (toim.) *Pohjoiset identiteetit ja mentaliteetit. Outamaalta tunturiin*. Kustannus-Puntsi, Inari, 81–92.
- Saarinén, Jarkko (2004). Tourism and touristic representations of nature. Teoksessa Lew, Allan, Hall, C. Michael & Allan Williams (toim.) *Geography: a companion to tourism*. Blackwell, Oxford, 438–449.
- Saarinén, Jarkko (2007). Cultural tourism, local communities and representations of authenticity: the case of Lesedi and Swazi cultural villages in Southern Africa. Teoksessa Wisheitemi, Bob, Spenceley, Anna and Wels, Harry (toim.) *Culture and community: tourism studies in Eastern and Southern Africa*. Rozenberg, Amsterdam, 140–154.
- Saarinén, Jarkko & Niskala, Maaria (2009). Selling places, constructing local cultures in tourism – the role of Ovahimbas in Namibian tourism promotion. Teoksessa Hottola Petri (toim.) *Tourism strategies and local responses in southern Africa*. CABI Publishing, Wallingford, 61–72.
- Said, Edward (1978). *Orientalism*. Pantheon Books, New York.
- Selwyn, Tom (1996). Introduction. Teoksessa Selwyn, Tom (toim.) *The tourist image: myths and myth making in tourism*. John Wiley & Sons, Chichester, 1–32.
- Seppänen, Janne (2005). *Visuaalinen kulttuuri. Teoriaa ja metodeja mediakuvan tulkitsijalle*. Vastapaino, Tampere.
- Smith, Mick & Duffy, Rosaleen (2003). *The ethics of tourism development*. Routledge, New York.
- Sofield, Trevor H. B. & Birtles, R. Alastair (1996). Indigenous peoples' cultural opportunity spectrum for tourism (IP-COST). Teoksessa Butler, Richard & Tom, Hinch (toim.) *Tourism and indigenous people*. International Thomson Business Press, London, 396–434.
- UNWTO (2006) World Tourism Organization. *Africa – the fastest growing region*. Newsroom. 28.11.2006, <http://www.worldtourism.org/newsroom/Releases/2006/november/africa.htm>
- van Eeden, Jeanne (2006). Land Rover and colonial-style adventure. *International Feminist Journal of Politics* 8:3, 343–369.
- Waite, Gordon (1999). Naturalising the 'primitive': a critique of marketing Australia's indigenous peoples as 'hunter-gatherers'. *Tourism Geographies* 1:2, 142–163.
- Wels, Harry (2004). About romance and reality: popular European imagery in postcolonial tourism in Southern Africa. Teoksessa Hall, C. Michael & Tucker, Hazel (toim.) *Tourism and postcolonialism. Contested discourses, identities and representations*. Routledge, London, 76–94.
- Wild Dog Safaris (2003). Wild Dog Safaris, Namibia, 2004/5.