



LUNDS UNIVERSITET

POSTKOLONIAL TURISM

En diskursiv kamp om konsumenters (o)medvetande

Lisa Elofsson

Sociologiska institutionen

Kandidatuppsats: SOCK04, 15 hp

Vårterminen 2020

Handledare: Mona Hemmaty

Abstrakt

Marknadsföringen av dagens charterresor och framväxten av postkolonial teori står under en diskursiv diskrepans. Därför syftar denna studie till att utifrån postkoloniala perspektiv analysera diskurser i aktuell svensk marknadsföring och klargöra för om turisternas kulturella resurser kan ha grunden i koloniala privilegier. Med utgångspunkt i att företagen har egenintresse av att marknadsföringen speglar konsumentens verklighet, kan diskurser om variation och valfrihet spås skapa ett extensivt utövande av global kultur där utrymmet, och intresset, för lokala verkligheter ter sig begränsade på hotellen. I motsats till tidigare forskning inom postkolonialism och turism visar det empiriska materialet för denna studie att diskurser om *den andre* utelämnas, vilket bör stärka känslan av turistens existens gentemot denna, samtidigt som vi ej kan tala om direkta maktutövanden. Med stöd i Michel Foucaults teorier om diskursers ordning görs analysen av diskursiva verkligheters relativitet och bakomliggande ekonomiska intressen möjlig, vilket föranleder en mer filosofiskt inriktad läsning.

Nyckelord: charter, diskurs, Foucault, konsumtion, marknadsföring, postkolonialism, turism

INNEHÅLLSFÖRTECKNING

1. Inledning	4
1.1 Bakgrund till studie.....	4
1.2 Syfte och frågeställningar.....	5
1.2.1 <i>Avgränsningar</i>	5
2. Teori	6
2.1 Bakgrund.....	6
2.1.1 <i>Postkolonialism</i>	6
2.1.2 <i>Global kultur</i>	7
2.1.3 <i>Den verklighetskapande diskursen</i>	9
2.2 Teoretisk ram.....	11
2.2.1 <i>Michel Foucault: "The Order of Discourse"</i>	11
3. Metodologi	13
3.1 Introduktion till metod.....	13
3.2 Metod.....	14
3.2.1 <i>Kritisk diskursanalys</i>	14
3.3 Material.....	15
3.3.1 <i>Marknadsföring</i>	15
3.3.2 <i>Urval</i>	16
3.4 Etiska aspekter och begränsningar.....	16
4. Analys	17
4.1 Resultat.....	17
4.1.1 <i>Diskussion</i>	22
5. Sammanfattning	28
5.1 Slutsats.....	28
5.1.2 <i>Förslag på vidare forskning</i>	29
6. Referenser	30
6.1 Bibliografi.....	30
6.2 Internetkällor.....	32

1. Inledning

1.1 Bakgrund till studie

Bakgrunden till denna studie är i grunden högst personlig. Jag har visserligen besökt ett snart 40-tal länder, och emedan fotoalbumen från min barndom bland annat visar minnen av kamel- och elefantridning, och av i blygsel motvilligt deltagande i charterhotellens Bamseklubbar, var det inte förrän jag mötte någon som skilde på turist och *traveler* som jag började ifrågasätta om jag verkligen var så berest. Nästan två årtionden senare finns charterkonceptet kvar, samtidigt som vi ser en ökad medvetenhet i framförallt miljö- och hållbarhetsfrågor som föranlett satsningar på den klimatsmartare järnvägen (Regeringskansliet, 2018). Ändå kan vi se att svenskar gärna åker till fjärran resmål såsom Vietnam, Egypten och Jamaica vilka bör ge mycket skilda kulturella upplevelser med den eftertraktade solen som gemensam nämnare. Huruvida charterturismen ger en representativ bild av lokala kulturer och dess sociala konsekvenser är mindre omdiskuterat.

Istället utmanas turismen idag framförallt av diskurser om negativ miljöpåverkan, och är i stort sett en bransch som på senare år stått under en del förändring. Terrorattentaten i USA i september 2001, tsunamikatastrofen i Sydostasien år 2004 och arabiska våren med start år 2010 är några av de historiska händelser i modern tid som förändrat våra resvanor (Vagabond, 2015). Klimatfrågornas aktualitet har lett till att resebyråer erbjuder möjligheten för resenärer att klimatkompensera sina resor, vilket låter som ett sätt för konsumenterna att kunna äta kakan, men behålla den ändå. I början av denna studie visste ingen att början på framtidens resande kunde komma så snart. Hur vi numera, och snart i semestertider, äger begränsad rörelsefrihet i världen till följd av covid-19 pandemin drabbar turismen enormt, och kan innebära ett nytt paradigms av resande.

Att kontextualisera dagens turism genom att ge ljus åt historiska maktförhållanden, och i synnerhet med stöd av postkolonial teori, ser vi en del forskning som gjort. Forskning som ämnar att ta fram strukturella likheter mellan dåtidens och nutidens exploaterande resande har utgjort en mycket viktig grund för denna studie, samtidigt som jag upplevt en brist på studier som varit diskursivt inriktade. Beverly Ann Simmons (2004) liksom Karin Froms-Anderssons (2008) postkoloniala diskursanalyser i medier som resemagasin respektive *resebroschyrer* talar nästan i sig för hur behovet av uppdaterade diskursstudier är nödvändiga. Till Froms-Anderssons studerade paralleller “/.../ avser inte enbart de platser

som människor har besökt och fortfarande besöker, utan det gäller även relationen mellan resenär och invånare.” (2008, s. 28), där jag vill tillföra fördjupande dimensioner som även inkluderar verklighetsuppfattningar och dess bakomliggande intressen. Hur diskursiva verkligheter i marknadsföring och postkolonial teori syns stå emot varandra med grund i olika intressen har gett mig den motivation och förhoppning om att även turister som konsumenter ska kunna ta till sig denna sociologiska studie för att se sig själv som agent i en socialt konstruerad kontext.

2020-05-17

1.2 Syfte och frågeställningar

Syftet för denna studie är att kontextualisera nutida svensk charterturism genom att undersöka om det finns aktuella diskursiva paralleller mellan dessa och historisk kolonialism. Detta genom att studera marknadsföring utifrån ett postkolonialt perspektiv, och vad, om paralleller existerar, dessa kan betyda utifrån Foucaults mer djupgående teoretisering om diskurser. Syftet är ej att komma med ett definitivt svar, utan bör snarare ses som ett bidrag till diskussionen och icke-diskussionen om framtidens turism. Frågeställningarna jag utgår ifrån är följande:

- Vilken verklighet skapas genom diskurser i marknadsföringen för charterresor?
- Kan dessa sägas reproducera koloniala diskurser?
- Hur kan man förstå avsaknaden av postkoloniala perspektiv i marknadsföringen?

1.2.1 Avgränsningar

Med anledning av den empiri jag använder avgränsar jag mig från att ge en fullständig spegling av verkliga förhållanden eller effekter på destinationen och dess befolkning samt resenärerna hit. Marknadsföringen, som diskuteras ingående i metodavsnittet, kan endast ge en fingervisning av dessa förhållanden. Jag väljer även att avgränsa mig från samtliga resor som inte är charterresor till tidigare kolonier. Charterresor till icke tidigare koloniserade

länder, där Spanien räknas till ett populärt resmål för svenskar, kan som i detta fall själv ha varit kolonialmakter dit erövrade territorier som Kanarieöarna fortfarande är politiskt tillhörande, vilket orsakar en sådan komplexitet som hör hemma i vidare studier.

2. Teori

2.1 Bakgrund

2.1.1 Postkolonialism

Postkolonialismen kan ses som en kritisk blick mot sådant som imperialism, eurocentrism, och västerländska levnads- och tankesätt som innefattar 'geografiska, kartografiska, kulturella, ekonomiska, genusvetenskapliga, litterära, politiska och socio-lingvistiska' aspekter av den historiska kolonisations påverkan på den koloniserade, samt de pretentioner om universalitet som föreligger en västerländsk kunskapsuppfattning idag (Hall & Tucker, 2004, s. 3; Dirlik, 1994). Syftet är inte att visa på ett nyligen upptäckt maktutövande, utan istället att åskådliggöra en relativ sanning vars grund utgörs av vad som anses vara givet (Bahri, 1995). Som vetenskapsområde kritiserades postkolonialismen i sitt tidiga skede för att politisera akademien, och kom efter terrorhändelserna i New York den 11 september 2001 att få stoppade anslag på amerikanska universitet där ämnet ansågs motarbeta nationella intressen, menar Loomba i ett referat till Stanley Kurtz (Loomba, 2015, s. 2). Ämnet sågs som medel i ett krig om kulturen genom hur det ansågs underminera den europeiska kulturens centralitet och ifrågasätta den västerländska demokratins storhet (ACTA, 1996). Vidare beskrivs postkolonialismen som *början*, snarare än slutet, av diskussioner om i synnerhet ojämlika maktförhållanden – då på grund av dess omfattande forskningsområde som svårligen gör att postkolonialismen utgör ett enhetligt vetenskapligt fält (Hall & Tucker, 2004; Loomba, 2015). Av denna anledning begränsas detta teoriavsnitt till postkolonialismens relation till studier inom turism, då vi också ska undersöka om dessa korrelerar än idag. Loomba (1998) riktar kritik mot begreppet postkolonialism som antyder om en tid efter kolonialism, som hon menar är långt ifrån över. Trots en status av formell självständighet syns tidigare kolonier fortfarande vara under utländsk kontroll och intervention (Hall & Tucker, 2004), vilket snarare utgör ett fall av kolonialism i modern tid.

Historiska relationer visar primärt på hur europeiska kolonialmakter haft inflytande på sina kolonialområden genom expansion av handel och imperialism under 1400-talet och fram till första världskrigets början då hela 80 % av världens yta föll under densamma europeiska sådana (Ibid.). I Hall och Tuckers antologi *Tourism and Postcolonialism* ser vi en fortsatt tendens till ekonomiska relationer genom exempelvis hur det bakom den Kenyanska safariturismen står utländska, även multinationella och tidigare kolonialmäktiga kapitalkrafter med anledning av att kostnaderna är utöver inhemska investerares liksom statskassans förmåga (Hall & Tucker, 2004). Handelsrelationerna kan därmed konstateras leda till en minskad nationell kontroll utav i detta fall turistprojekt; möjligtvis även en beroendeställning, för de till synes fredligare utlandskontakter som enligt Hall och Tucker är *globalisering* genom den privata sektorn och ej den som under kolonialtiden handlade om *staters* intressen. I samma antologi menar Jaakson hur postkolonialismen kännetecknas av den postkoloniala statens minskade inflytande; hur multinationella företag istället får förhanden (Ibid.), vilket vidare återkommer i diskussioner om *globalt kapital* som enligt Loomba (2015) kännetecknas av raffinerad plundring och kolonialism. Turismen, som bör ses i ljuset av att vara en industri, har liknats vid en *plantation economy* som enligt Best (1968) kännetecknas genom att (1) strukturellt vara del av utrikesekonomi, (2) vara understödd av inhemska eliter som utformar lag och ordning, (3) samt en liten till obefintlig chans att räkna ut värdet av transaktionerna. Planteringsekonomin kan därmed liknas vid ett surrogat för utrikes intressen som både tillförser efterfrågan och ett svarande utbud (Hall & Tucker, 2004). Detta, menar Matthews, syns i synnerhet i intresset av att kontrollera den turistmarknad dit 'egna invånare' reser (1978, s. 79). Det globala kapitalet, som både orsak och effekt till globaliseringen, menar Hall (1998) komplicerar vår förståelse av imperialism. Härmed ska vi också begränsa oss från denna, kan sägas nya, imperialisms ekonomiska benägenheter för att istället fokusera på dess sociala aspekter inom området för vårt intresse.

2.1.2 Global kultur

Loomba (2015, s. 9) menar att globalisering tidigare talades om som något 'radikalt nytt och annorlunda'; en pacifistisk process mot bland annat upplösningen av ekonomiska och kulturella gränser, och som man till skillnad från på postkolonialistiskt fackspråk ej kunde tala om center och marginal. Med globaliseringen spreds välstånd till nya delar av världen, och med turismen uppstod fler möjligheter till jobb förutom byggnationen av moderna

byggnader och nya tjänster (Ibid.). Matthews var dock kritisk, och beskriver vad som kan verka vara en västerländskinspirerad standard som 'trapping' (1978, s. 80). Nash skriver på samma sätt att samhällen under utrikes intressen plötsligt blev utsatta för dess 'ebb och flod av makt' (1989, s. 38), eller ett system av standardisering som är omöjligt att undvika (Jameson, 1998). Motsägelsen mellan universalism och rasism blev först synlig när man misslyckats att 'tvätta den svarta mannen vit' (Loomba, 2015, s. 120), och sägs också uttydas i hur en rasmässig hierarki verkar nödvändig för kapitalistisk expansion med billigare arbetskraft (Wallerstein, 1988). Idealet för utvecklingen av 'den outvecklade världen' var västländerna (Peet, 1999) som liksom under kolonialtiden framskred med liknande syn om att européerna skulle 'underminera och omforma förhållandena för produktion, sociala institutioner, kulturella mönster och värdesystem' (Abernethy, 2000, s. 10) som för kolonisatören verkade primitiva.

Ett problem som uppstått är dock att den dikotomi mellan västerlänningar och icke-västerlänningar som sedan kolonialtiden med desamma motsatta karaktäriseringar kommit i ljuset för att inte bara vara ett västerländskt missförstånd (Ashcroft et al., 1995; Bahri, 1995), utan också ett retoriskt förenklande av *den andre* som mycket olika turisterna. Den andre har med andra ord karaktäriserats av en falsk uppfattning om att vara rasmässigt och kulturellt ren, trots sin historia av kolonialism, globalisering och turism (Hall & Tucker, 2004), vilket är en anledning till att begreppet *hybridity* tagits fram för att, som Papastergiadis skriver, göra klart för att identitet skapas genom en 'negotiation of difference' (1997, s. 258). *Den andre* kan alltså inte sägas vara immun för socialkonstruktivistisk dynamik, även om denna exotifiering verkar ligga i turistbyråernas intresse vid marknadsföring. Samma differentiering har, kanske paradoxalt, även varit en utgångspunkt för postkolonial teoretisering även i de fall man med intention om objektivitet sökt att se kolonisatören som givare respektive den koloniserade som tagare (Finnström, 1997). Att tala om en autentisk kultur är därför problematiskt, om inte omöjligt, och visar på samma gång vad som kan tyckas vara en av postkolonialismens största teoretiska problem. Jameson (1998) kallar det för en intern motsägelse i hur den kapitalistiska exploateringen av olikheter så småningom uttraderar den skillnad som genererar profit. Samtidigt är det mycket svårt att särskilja skapandet av tradition för turismens skull, eller av andra politiska eller kulturella skäl (Hall & Tucker, 2004; Otto & Verloop, 1996). Härmed begränsar jag mig därmed ifrån att söka efter vad som är äkta eller ej, och söker att skildra en kontext till den kunskap den västerländska turisterna får tillgång till innan sin resa.

2.1.3 Den verklighetsskapande diskursen

Marknadsföringen av turistresor måste dels kunna påstås spegla mötespunkten mellan konsumentens och kapitalistens intressen, dels den eventuella postkoloniala hierarki som resan bygger på. Marknadsföringen, som en förlängning av kapitalets vilja till expansion genom nya marknader, sätter inte bara destinationen utan även dess invånare i en roll som varor. Papsen (1981, s. 225) skriver att turismen är beroende av förutfattade definitioner av 'place and people', och att destinationens statliga och privata aktörer senare är beroende av att reproducera dessa. Personliga och autentiska, i den bemärkelsen att de ej kapitaliserats på, 'kulturella displayer' av levda traditioner blir enligt Cohen (1977) varor som möter en kommersiell turism och vinst så länge de uppfyller ett kommersiellt behov. För majoriteten av turister är det just hur destinationen är differentierad som gör den värd att konsumera (Hall & Tucker, 2004) medan intresset för destinationen bestäms av vad som genom media gjorts anmärkningsvärt och därefter internaliserats (Larsen, 2014; Urry, 1990). Samma differentiering beskrivs inom destinationsmarknadsföring som 'point of added value' (Morgan & Pritchard, 2000, s. 20).

Barbara Kirshenblatt-Gimblett hävdar att destinationer omgärdas av ett *script* som antingen komplicerar eller förenklar, men i varje fall omdefinierar upplevelsen och livet på destinationen och resulterar i en kedja av performativa effekter (1998). Vidare skriver hon att turistindustrins kraft till omdefiniering är mycket underskattad och kallar den, med tanke på att turismen handlar om en 'performance epistemology', för en *estetisk imperialism* (Kirshenblatt-Gimblett, 1998, s. 194, 217), som måste bli verklig från både turistens och icke-turistens håll. Kraften av kedjeeffekten, och dess resulterande ömsesidighet visas återigen genom Rothmans 'faux chain' där turismens scriptande av en destination både 'affirms 'the nation' but affirms 'the visiting self' (Rothman, 1998, s. 22). En slogan som 'The American Paradise in the Caribbean' (Morgan & Pritchard, 2002, s. 20) marknadsför på så sätt en karibisk destination som amerikanen känner igen.

För äldre resenärer, eller de resenärer som av olika anledningar känner oro för sin säkerhet, menar Jaakson (2004) att en så kallad *contrast avoiding* typ av turism föredras. Denna turist kan, även i ett utvecklingsland, vänta sig en liknande standard som i västvärlden:

"Hotels with air conditioning, clean sheets, potable water, CNN on the television and with 'food like at home', including fast-food, can be found in all large cities and in

most other places as well; this is familiarity of home, everywhere away from home.”
(Ibid., s. 176)

Turister höjs inte bara över lokalinvånarna, utan också ovanför sin egen socio-ekonomiska status under semestern (Simmons, 2004). En sådan relativ verklighetsuppfattning kan vidare läsas i den studie som Simmons gjort om diskurser i populära resemagasin där hon utifrån sitt resultat framförallt vill göra en distinktion mellan verklighet och fantasi. Turistens distans till destinationen uppstår redan i hur Simmons beskriver att reseskribenterna skriver ifrån ett ställe av västerländsk fantasi snarare än kunskap om *den andre* och att berättelser menar att destinationen är 'already familiar and readily available' för besökaren (Ibid., s. 45). För läsare målas destinationen upp som, även i fall av massturism, med eurocentriska idéer om '(kulturell) elitism, frihet, eskapism, och erövring' som vidare beskrivs vara 'förförande, romantisk, till för turistens tillfredsställelse där moderniteten är begränsad' (Ibid., s. 46). Turisten står i centrum, emedan vad som står som centralt för turismen, och inte bara dess visuella kultur, är en fråga Foucault inspirerad systematiserad *gaze* som inbegriper alla sinnen (Larsen, 2014). *Sightseeing* skapar en skiljelinje mellan turisten som åskådare och protagonist och destinationens antagonist som stereotypiserade 'part of the scene and the spectacular; they are friendly, welcoming'; där för att 'serve tourists, myths and fantasies' (Simmons, 2004, s. 46).

I fall då destinationen istället uppfattas vara farlig finns *mediators*, eller *expert gazes* (Larsen, 2014), som auktoritativt förmedlar 'hur man bör resa' genom att replikera tidigare versioner av resande och därmed etablera en familjär typ av turism (Simmons, 2014, s. 46), som bör förstås stärka skillnaderna mellan lokalbefolkning och turist. Ett överliggande och potentiellt hot för terroristangrepp menar Jaakson (2004) visar hur turisten kommit att representera bland annat en ekonomisk ojämlikhet och som genom massmedier blivit en politisk språngbräda. Simmons har funnit att ointresset för att delta i det lokala livet ej är unikt för turisten på ett resort eller en farlig turistort:

“The contemporary travel discourse negates a desire among tourists to participate in the ordinary everyday lives of local people. Because this discourse constructs tourists to be out of touch with everyday realities in destinations, this means that the power of tourists is both expanded and diminished due to fantasy. Whereas tourists are socially superior surface- grazing tourists-as-travellers, seemingly, they do not impact on existing social or international relations when they are distanced from local

inhabitants at destinations. This is quite contrary to imperial influences from colonial expansion and exploration.” (Ibid., s. 52)

Förutom en viss olikhet till koloniserare, beskrivs den moderna turisten även skilja sig från hur dess motsats *traveler* traditionellt sett resande som en väg till självkänedom och inre transformering genom sociala möten (Ibid.). Diskurser visar dock hur resenärerna ändå refereras till som *travelers* varpå Simmons menar att detta lämnar ett verkligt förhållande om turistens makt över lokalbor och beroende av sin upplevelseförmedlare dold (Ibid.).

Diskurserna skapar i slutändan verklighet av det som tidigare tillhört fantasin, samtidigt som de på grund av hur diskursens författare är beroende av tidigare 'litterära traditioner'; tidigare verkligheter (Ibid., s. 44, 54), som kan antas, och enligt principen för destination branding bör, ändras långsamt (Morgan & Pritchard, 2002).

2.2 Teoretisk ram

2.2.1 Michel Foucault och “*The Order of Discourse*”

Foucault, som för diskursanalysen kanske är mest känd för att tillföra en maktaspekt, gav i sin installationsföreläsning vid Collège de France i Paris en längre redogörelse för sin teori om diskursers ordning.

“/.../ [I]n every society the production of discourse is at once controlled, selected, organised and redistributed by a certain number of procedures whose role is to ward off its powers and dangers, to gain mastery of its chance events, to evade its ponderous, formidable materiality.” (Foucault, 1981, s. 52)

Diskurser har, alltså, genom alla tider 'kontrollerats, valts ut, organiserats och omdistributerats' genom former av processer som ville hindra dessa från att 'materialiseras' (Ibid.). *Förbudet* mot en viss diskurs, skriver Foucault, är den mest erkända formen av exkludering, varefter *uppdelning och refusering (division and rejection)* skilde på rationalitet och galenskap där en så kallad *Madman's* diskurs inte hade samma värde som en vedertaget rationell diskurs. Genom sin existens personifierade denna skiljelinjen, samt möjliggjorde klassificering, för kunskap och okunskap som genom institutioner förstärktes till diskurser

respektive icke-diskurser (Ibid.). En historisk diskurs om homosexualitet som psykisk sjukdom är ett typiskt exempel på hur det refuserade kan bytas mot rationalitet (Socialstyrelsen, 2019).

Viljan till sanning (the will to truth) är en tredje form av exkludering genom hur den ger upphov till en *sanning* understödd av institutioner som systematiskt tvingas på subjektet och ständigt förnyas utifrån diskursen; ibland under begränsande och våldsamma förhållanden (Ibid.). Historiskt sett, skriver Foucault, var diskurser något man inställde sig efter på grund av respekt eller terror, och som därmed genom att förutspå framtiden också kunde säkerställa att visionen slog in (Ibid.). Diskursen var därmed inte bara ett instrument som kunde skapa makt, utan också ett objekt för de mäktigas intresse eller begär (Ibid.). Senare skulle makten inte längre ligga i vad själva diskursen var, utan vad den sade; “/.../ towards the utterance itself, its meaning, its form, its object, its relation to its reference” (Ibid., s. 54). Viljan till sanning sedan 1500-talets England handlade exempelvis om vad som var observerbart, mätbart och klassificerat; ‘a certain gaze’ som används i betydelserna observation, etablerad fakta och naturfilosofi, och som vidare stöds och reproduceras av institutioner inom pedagogik, publicering, lärda sällskap fram till dagens laboratorier (Ibid., s. 55). “It is as if, for us, the will to truth and its vicissitudes were masked by truth itself in its necessary unfolding” (Ibid., s. 56).

Reproduktion av diskurser, som särskilt ligger i vårt intresse, görs bland annat utifrån *kommentaren*; en recitering av en uppsättning ritualiserade diskurser bakom var en ‘hemlighet och skatt’ väntas finnas och som däremot saknas i de lägre graderade diskurser som istället kanske bara blir yttrade en gång - eller å andra sidan förflyttas till en primär position och vice versa (Ibid., s. 56-57). Kommentarens natur, som möjliggör ett ‘ändlöst konstruerande av nya diskurser’, men alltid utifrån sin egen gaze, skriver Foucault, “/.../ allows us to say something other than the text itself, but on condition that it is this text itself which is said, and in a sense completed /.../” på samma sätt som hur *författaren* skriver beroende på vad som karaktäriserar dennes epok (Ibid., s. 57-59, 66). *Disciplinen*, å andra sidan, skiljer sig från kommentaren genom hur betydelser ej behöver återupptäckas eller repeteras, utan hur denna står som erforderlig för konstruktionen av ny diskurs och därmed själv i egenskap som identitet tydligt dömer skillnaden mellan sanning och osanning (Ibid.). Vad som kan verka vara ett ytterligare avancerat steg i reproduktionen av diskurser är *doktrinen* som främst kan påstås utmärka sig i hur diskurser numer förknippas med individer; i hur gemenskap vilar på en gemensam diskursiv sanning, och hur det talande subjektet uppfyller en tillhörande rituell recitering för diskursen i fråga (Ibid.). Denna allt högre

diskursiva komplexitet är särskilt intressant mot hur Foucault hävdar att det i västvärlden, genom att begränsa diskursens utrymme, konstruerats en minimal åtskillnad mellan tanke och tal (Ibid.).

Utbildning, och bildning överlag, kan ur ett sociologiskt perspektiv ge den sociala individen de diskurser som denna genom livet kommer att använda. Om utbildning skriver Foucault:

“What, after all, is an educational system, other than a ritualisation of speech, a qualification and a fixing of the roles for speaking subjects, the constitution of a doctrinal group, however diffuse, a distribution and an appropriation of discourse with its powers and knowledges?” (Ibid., s. 64)

3. Metodologi

3.1 Introduktion till metod

Med bakgrund av en bred frågeställning som söker efter likheter mellan dagens turism och historisk kolonialism, och som syftar till att belysa dessas strukturella likheter utifrån postkoloniala perspektiv, tar forskningsdesignen avstamp från ett komparativt synsätt mellan *den moderna charterturisten* och *den historiska exploatören*. Denna avspeglar ett visst deduktivt antagande om att det kan förväntas likheter, på samma gång som tidigare forskning visar resultat som bekräftar strukturella samband. Jag ämnar dock inte låta frågeställningen på förväg vara besvarad, utan istället att med frågans bredd angöra för en kreativt *utforskande* inställning. Genom att exempelvis se turisten i ljuset av konsument, och på samma gång som användare av diskursiv kunskap, ser jag att de kvalitativa metodvalen jag nedan redogör för tillsammans kan leda till *'kännedom'* i motsats till *'kunskap'*; att bjuda in till *'förståelse'* istället för att simpelt *'fråga ut'*. (Fangen, 2001, s. 27–37; Rennstam & Wästerfors, 2015, s. 34).

3.2 Metod

För en inblick i hur diskurser skapar dagens turism och dess verklighet kommer diskursanalysen användas metodiskt från insamling till empiri, och till analysen av resultatet. Med bakgrund av vad som skrivits i teoriavsnittet kommer fokus för det empiriska materialet ligga på teman kring diskurser om (1) verklighet med fokus på lokal respektive global kultur och identitet, som för att skapa transparens och empirisk bärighet kommer att återges genom citat i fullständig eller delvis fullständig form, samt (2) diskursiv reproduktion utifrån ett postkolonialistiskt och Foucauldianskt perspektiv. Orsaken till nämnda teman är att de i empirin förväntas spegla uppfattningar som direkt kan jämföras med vad som utifrån teorin kännetecknar koloniala uppfattningar. Avsaknaden av postkoloniala diskurser kommer även att diskuteras med hjälp av Foucaults teorier för att syna diskursers högst relativa verklighet, samtidigt som jag med dessa även skapar förståelse för diskursers utveckling genom ekonomiska intressen. Av den anledningen kompletterar empirin med dagsaktuellt och svenskt material tidigare forskning som har några år på nacken. Vidare anser jag att de postkoloniala perspektivens förtjänst är hur de, som i detta fall del av få kontradiskurser, gör kritiken av det som verkar verkligt enligt marknadsföringen av charterresor möjlig.

3.2.1 Kritisk diskursanalys

Kritisk diskursanalys (KDA) är en utgrening ifrån den diskursanalytiska tradition som studerar språkvariationer i den kontext som utgörs av sociala praktiker (Potter & Wetherell, 1987). Definitionen av diskurs utgår från franskans *samtal* och inkluderar också betydelser som *verklighet*, *logik*, *normalitet*, och *konsensus*. Utgångspunkten är således socialkonstruktivistisk där diskurserna anses skapa vår verklighetsuppfattning och tillhörande, såsom Rennstam och Wästerfors exemplifierar: makt, identitet, organisation och så vidare (2015, s. 50). Med det sagt, är KDA ett verktyg i studier som söker finna underliggande strukturer bakom det som går att utläsa ur fältet. I detta fall vill vi ta reda på hur diskurserna för det empiriska fältarbetet visar strukturer som är omedvetna och ofta tas för givna, snarare än åsikter på mer individuell nivå. Här är det postkolonialistiska synsättet nästan oersättligt för att utifrån en *västerländsk* uppfattning syna de strukturer som i materialet ter sig normativa, och enligt Fairclough (1993) reproducerar makt och hegemoni. I detta fall utvecklar Foucault diskursanalysen genom sina teorier om i synnerhet *kommentaren* och dess

betydelse för en större diskurs, eller som kulturell resurs, vilket är det ljus som materialet ses i.

Medan KDA må verka vara ett idealt sätt att kausalt syna sociala strukturer, går det inte att komma ifrån dess svaga punkt som är forskaren själv och dennes varierande förmåga av kritisk överblick och tro på en universell utgångspunkt, vilket är varför jag förutom en självkritisk inställning håller resultatet så transparent som möjligt för läsarens möjlighet att dra egna slutsatser.

3.3 Material

3.3.1 Marknadsföring

Valet av marknadsföring från svenska charterbyråer kan framförallt motiveras genom hur dessa kan tänkas kommunicera en tydlig kontrast till postkolonial teori och på så sätt illustrera olika diskursiva verkligheter, medvetande eller intressen. Med marknadsföringen uppstår även anknytning till konsumtion, samt turisten som 'köpare av diskurs' vilket återkommer i diskussionen. Med tanke på att vi gör en diskursiv studie är fokus på diskurser och ej på vad som är sant och falskt, eller en överdrift, vilket gör att risken för vilseledande marknadsföring utgör mindre risk för att drabba studien negativt. Samtidigt ser jag att marknadsföringen, som kräver verklig förankring för att inte riskera negativa konsekvenser för företaget, som en indikator på att materialet bör vara reliabelt. Marknadsföring tillhör vad som brukar kallas för naturligt förekommande data (Rennstam & Wästerfors, 2015) vilket innebär att jag inte har del i vad som vid en tidpunkt yttrats. Detta är fördelaktigt framförallt för att minska utrymmet för subjektivitet, men även av tidsskäl. Materialet som dessutom hämtas på öppna källor gör den lättillgänglig, kostnadsfri, och kräver inte språkkunskaper utöver det ordinära (Agrell, 1998). En nackdel måste dock sägas vara att informationen kontinuerligt byts ut och försvinner. Detta gör anledning av att använda mig av citat i så stor grad som möjligt. Troligtvis hade input från visuell marknadsföring kompletterat diskursanalysen. Dock anser jag att en avgränsning är nödvändig för att studien inte ska vara för omfattande mot den tidsram jag har förfogad.

3.3.2 Urval

För insamlingen av diskurser från marknadsföring begränsar jag mig till de som brukar anses vara de tre största charterbyråerna i Sverige: Apollo, Ving och Tui (Brischetto, 2020). Därmed begränsas studien till en svensk marknadsföringsdiskurs, då marknaden med diskurser förväntas vara olika i andra länder, samt enbart till att gälla de *charterresor* bolagen marknadsför på sina enskilda webbsidor. Nämnade bolag säljer även träningsresor, yogaresor och så kallade flygstolar för att nämna några exempel. Charter, som här definieras vara en 'färdigpaketerad resa' (Apollo, 2020a), där flyg, boende, mat och underhållning ingår under en fast reslängd, och som på webbsidorna ryms i separata kategorier, är för studien intressant då vi får en överblick över turism som ej är alltför individualiserad och som är ger oss det strukturella perspektiv vi söker. Vidare begränsas studien ytterligare till destinationer som tidigare varit koloniserade, där i detta fall den tidigare franska kolonin Vietnam och de tidigare brittiska kolonierna Jamaica och Egypten valts ut. Urvalet, från tre olika världsdelar, grundar sig i att söka sträva efter kulturell variation samt för att resebyråerna erbjuder en större mängd olika hotell på dessa destinationer. Underlaget för studien är sex vietnamesiska, fem jamaicanska samt sex egyptiska hotell som valts ut för att generera olika information utifrån studiens frågeställningar och teman tills att denna upplevts saturerad. Liknande utformning av verklighet och standard förväntas även på destinationer som ej varit koloniserade, men som dock saknar svar på den teoretiska förankring som används i studien. Därför är studien begränsad till de fall då svenskar reser till tidigare kolonier.

3.4 Etiska aspekter och begränsningar

Användningen av postkolonial teori måste i första hand sägas vara begränsad till perspektiv och ej en enhetlig teori. På grund av den politiska tonen i begrepp som postkolonialism anser jag att intervjustudier inte varit ett alternativ då det säkerligen gjort det svårt att hindra subjektens självrensning och att data därmed inte representerat verkliga handlingar. Särskilt med tanke på att det vid ett etiskt tillvägagångssätt är viktigt med öppenhet om studiens syfte, som i så fall kunnat tolkas vara en kritik av resenären själv. Intresset hos dessa att med nya ögon se sina resvanor bör dock ej underskattas, liksom studiet om dessas reaktioner vore intressant om det inte vore för att det varit en annan uppsats. Det bör heller ej underskattas att

marknadsföringen kritiserar av resenärer, som antingen avstår från resan eller köper den ändå.

Den indirekta kritiken av bolag, och närmare bestämt dess diskurser, gör studien mer etiskt försvarbar genom frånvaron av specifika individer vars integritet annars bör tas hänsyn till. Det är å andra sidan inte fel att anta att studien strider mot företagets ekonomiska intressen, vilket säkerligen är anledningen till att jag än idag ej fått svar på min mailförfrågan om genomförandet av en observationsstudie i projektets tidigare skede.

Slutligen kan det även vara av etiskt vikt att i studien frånhålla all typ av politiska bias, samt att tänka på att västerländsk bias även påverkar den postkoloniala teorin, som enligt Chabal (1996, s. 37) talar om 'oss själv' snarare än för de som lever i postkoloniala samhällen. Postkolonial analys kan nästan sägas förutsätta en lika dikotomi som alltså upplevts som ett bland traditionens största problem. Representativitet kommer därför att diskuteras i sammanfattningen.

4. Analys

4.1 Resultat

"As viewed from shore, the cruise ship is gleaming white and larger than any built structure on the island. All the passengers are white. To an unemployed black West Indian man or woman on shore, gazing at the white cruise ship of white tourists, the imagery and associations generated by the vision of the cruise ship may not be very different from what it would have been like some 150 years ago when gazing at a large sailing ship recently arrived at the colony from the mother country, with flags flying, cannons gleaming in the tropical sunshine, and officers on board pompously costumed in imperial finery." (Jaakson, 2004, s. 178)

Fartygen, här en symbol för en parallell värld som anlägger i hamnen till en annan där livet ser annorlunda ut, ger oavsett om ett historiskt kolonialskepp eller ett modernt kryssningsfartyg en mänsklig skillnad och hierarki som verkar gynna besökaren. Emedan sommardestinationerna är inom Europas gränser, går passagerarna om vinterhalvåret i land på mer fjärran platser som med 'soliga erbjudanden' kan utlova eftertraktad solsäkerhet

(Apollo, 2020a; Ving, 2020a). Återkommande diskurser är förutom om solen, de om finkorniga sandstränder och kristallklara hav. Vill man, trots att man enkelt på någon av de 'eleganta hotellanläggningarna på rad' kan köpa både en plats i solen och precis intill havet, samt *utforska* något av destinationens 'måsten'; som på Jamaica innefattar bland annat Bob Marley Museum, en kaffefabrik och ett romdestilleri, 'väntar [ändå] en vecka med sol och bad på resmålen Negril, Montego Bay eller Lucea', vilket verkar vara ett ännu mer ofrånkomligt måste (Apollo, 2020b; Ving, 2020b). Diskurser som åtminstone för den resande parten skapar förväntningar och en verklighet grundad på dessa ska nedan undersökas närmare för att bestämma om, och till vilken grad, de svenska charterresenärerna åtminstone kan kallas för säsongsexploaterer.

"Vietnams största ö Phu Quoc är ett tropiskt paradiset med regnskog, fiskebyar och långa vita stränder. Efter att ha landat möts du av samma tropiska grönska, sköna klimat och långa ljusa sandstränder som vi lärt oss älska i Thailand. Ändå är Phu Quoc något annat. Ett resmål för nyfikna. För dig som vill ha en tropisk sol- och badresa men samtidigt möta något nytt." (TUI, 2020a)

Inledningen till presentationen av de 32 TUI-hotell belägna på Vietnams största ö är en blandning av det bekanta och lovord om någonting nytt. Här används Thailand som referensram och vittnar förutom om det som verkar vara av vikt för en turist också om att Thailand kanske är för känt, för gjort – kanske till och med för exploaterat. Vietnam, och Phu Quoc i synnerhet, är i stället en hur textens undertitel lyder: 'oslipad diamant', och vidare för att ".../ servicen och infrastrukturen inte är lika utvecklad [som i Thailand] men för varje år finns det nya hotell att välja mellan" (Ibid.). Den vietnamesiska ön, kan utifrån denna diskurs därmed hävdas bli allt mer slipad, och förbättrad, allt eftersom standarden utvecklas och varav framstegen syns på en större valfrihet av hotell. Valfriheten, som i detta fall endast kan uppnås med turismens expansion, framstår paradoxalt i lika positivt ljus som man vill tala om hur öns stränder. Undertiteln *Milslånga stränder* introducerar stranden Dai Beach där stora delar fortfarande är orörda, och Long Beach där 'mycket hotell och strandbarer utmed stranden' varvas med 'oexploaterade sträckor av fin sandstrand' (Ibid.). Här läser vi att man inte behöver trängas, och att en kanske kan ha stranden alldeles för sig själv. Sammanhanget är inte det enda dit en historisk eller samtida exploatering syns i undertexterna. Vi kan exempelvis också välja en vistelse på hotell i 'eleganta kolonialstil' eller hotellkedjan Marriott där arkitekten Bill Bensley skapat en upplevelse som 'hämtar inspiration från universitetet

och specifikt botanik och zoologi' som på så sätt speglar ön (TUI, 2020b; TUI, 2020c). Detta hotellkoncept kanske i större grad är representativt för de vetenskapliga upptäcktsresande som genom historien kommit till ön snarare än lokalbornas egen akademiska utveckling. Detta medan Isabella Resort ligger i 'de lite mindre exploaterade delarna av Phu Quocs västkust' där också 'genuina restauranger och småbutiker' finns situerade utanför hotellet, och turisten omges av 'den tropiska regnskogens praktfulla grönska' (TUI, 2020d). På det sätt som turisten beskrivs som omgiven verkar hon likaså i centrum för upplevelsen på destinationen. Någon vidare beskrivning av lokal kultur saknas på samtliga sidor om de vietnamesiska hotellen förutom då lokalbor i information om Phu Quoc beskrivs som "[f]iskare med traditionella toppiga hattar [som] drar upp sina nät i båtar som liknar ärtskidor" i en kortare informationstext om hur den kända fisksåsen från ön framställs (TUI, 2020a).

Valfriheten är något som också kan tyckas dölja hur den lokala kulturen kompromissas bort av en global, men västerländsk, kultur. Vietnamesiska La Veranda Resort skapar och/eller tillfredsställer behovet av ett brett utbud:

"Tre restauranger med både vietnamesiskt och internationellt kök ger stor variation. Förutom huvudrestaurangen The Pepper Tree hittar du Le Jardin med uteservering och italienska pizzor." (TUI, 2020b)

Salinda Resort Phu Quoc Island erbjuder också tre à la carte-restauranger (vietnamesisk, indisk och italiensk), samt en pool- och loungebar där man kan 'beställa in ett par tapas till drinkarna', medan man på JW Marriott Phu Quoc Emerald Bay kan ta en vända till hotellets *French & Co.* när man blir sugen på 'semesterfrestelser' (TUI, 2020e; TUI, 2020c). Sålunda kan man konstatera att diskurserna vänder sig direkt till turisten som förenligt med hur normerna för god service sätter kunden i centrum. De verkligheter som exkluderas ur denna förenklade uppfattning gör anledning att tro att ett tillbakadragande till 'ditt eget egyptiska smultronställe' (Apollo, 2020c) nödvändigtvis inte behöver betyda någon vidare relation till Egypten förutom dess geografiska plats och klimat, på samma sätt som det utifrån beskrivningen av Sea Star Resort bara är hotellets adress som indikerar att hotellet ligger i Vietnam.

Variationer innefattar även det breda valet av aktiviteter som finns tillgängliga och antingen ingår i kostnaden för resan eller kan köpas till. Vill man inte leva 'ett skönt barfotaliv' (uttrycket nämns tre gånger) eller 'varva ner i rofylld tropisk miljö' finns det

alternativ (TUI, 2020a; TUI, 2020f; TUI, 2020d). För den som ’verkligen vill koppla av’ erbjuds massage på Sea Star Resort som är ’som gjort för [ett] skönt barfotaliv’ (TUI, 2020f). Famiana Resort & Spa erbjuder tillgång till gym, tennis, lekrum, spa med massage, manikyr, behandlingar och bastu samt vattensporter som kajak och Stand Up Paddle board (TUI, 2020g). Liknande utbud har man även på Salinda Resort Phu Quoc Island dock där man kan ’utmåna resesällskapet på en volleybollmatch’, ’maxa träningen med en personlig tränare’ och boka ett karaokerum till kvällen (TUI, 2020e). Med en infinity-pool ’bara ett par steg ifrån’ stranden menar man att man på detta hotell får ’ut det bästa av både strandliv och poolhäng’ (Ibid.). Dessa variationer döljer på samma gång de alternativ som inte finns att välja bland. Här hade man exempelvis kunnat önska sig större interaktion med den lokala kulturen utifrån ett postkolonialistiskt perspektiv.

När variationen på den information som går att tillgå om hotellen på Vietnams ö nått sin gräns vänder jag mig istället till destinationerna Jamaica och Egypten som beskrivs med resebyråerna Vings respektive Apollos marknadsföringsmaterial. Diskurserna om variation är återkommande, där Vings Sandals Royal Caribbean Resort & Private Island på Jamaica är ett gott exempel. Hit – ’ett elegant och lyxigt All Inclusive-hotell i klassisk, brittisk *kolonialstil*’ ’/.../ söker sig soldyrkare från hela världen för att njuta av några av Karibiens paradisstränder med vit korallsand och turkosblått vatten’ (Ving, 2020c). Här skriver man att det utan tvekan är Montego Bays fina stränder som lockar turister till destinationen, vilket är varför man bör uppfatta följande faciliteter som parentes:

”På Sandals Royal Caribbean & Private Island finns en stor, härlig trädgård med flera poolområden med totalt sju pooler och fem jacuzzi. På Sandals behöver du aldrig ha tråkigt, här finns gott om aktiviteter som tennis, dykning och träningsklasser. Vill du ta det lugnt rekommenderar vi ett besök i hotellets spa. Blir du hungrig kan du vända dig till någon av hotellets åtta restauranger som bland annat serverar jamaicansk, italiensk, fransk och thailändsk mat. Flera kvällar i veckan kan du njuta av underhållning signerad hotellets värdar.” (Ibid.)

Här kan utläsas att hotellet med personal tar hand om till synes alla behov. ’Hotellet har en egen liten ö med sandstrand’, såsom hotellets namn inger (Ibid.). Skulle man trots alternativen ’ha tråkigt’, eller tid över, har gästerna dessutom tillgång till systerhotellet Sandals Montego Bay; dess faciliteter och hela dess ’All Inclusive-program’ dit transport också sker i hotellets regi (Ibid.). Här verkar All Inclusive kunna tolkas som något komplett

och självständigt där nyfikenheten som nämndes om Vietnam å andra sidan inte återkommer. Istället talar man om Secrets Wild Orchid Montego Bay som ett ”lyxliv i sköna solstolar på stranden eller med avkopplande behandlingar i hotellets eleganta spa” (Ving, 2020d). Här intar man samtliga måltider; “[f]rukost, lunch och middag äter du gott på någon av hotellets många à la carte-restauranger” (Ibid.), liksom Grand Palladium Jamaica Resort & Spa uttömmande erbjuder ’allt en familj kan önska sig’:

”Nedanför hotellet finns fyra badvikar med härlig sandstrand och kristallklart vatten. På hotellet finns ett stort utbud av restauranger, sportaktiviteter, spa, gym och underhållning. Här finns fyra poolområden med utsikt över havet, varav ett har en pool på hela 4500 m² och är Jamaicas största pool och ett har vattenrutschbanor. På hotellet finns en handfull butiker, flera restauranger och barer. Spaavdelningen är stor, luxuös och mycket populär”. (Ving, 2020e)

Jamaicanska Charela Inn står dock ut med att vända sig till den som önskar sig utanför hotellets gränser. Samtidigt är det tydligt hur man föreskriver ett rytmiskt script om vad som ligger för vistelsens schema:

”Förbered dig på lata dagar på stranden eller vid den lilla poolen. Framåt kvällen slår du dig ner på hotellets trevliga restaurang och beställer något gott att äta. Två kvällar i veckan bjuds det på underhållning med liveband. Hotellet passar dig som vill ha en lugn och härlig semester med egna upptäckter i Negril”. (Ving, 2020f)

I andra änden av ett spektrum av oberoende till omvärlden verkar Egyptiska hotellet Alf Leila Wa Leila Waterpark där också ’allt finns på hotellområdet’ och där fantasier blir verkliga när ”/.../ de arabiska sagorna [kommer] till liv genom den stora kvällsshowen Fantasia som med en spektakulär ljud- och ljusshow tar dig på en tur genom Egyptens historia” med pyramider, sfinxen, beduiner och traditionella dansare (Apollo, 2020d). På hotellet, som även har ett eget museum, är det möjligt att besöka Tutankhamuns grav och ett 140-tal andra replikor. Dock lägger man till att muséet ska ses som ’en bra inspiration för att sedan besöka det Egyptiska muséet i Kairo via våra utflykter, och uppleva mästerverken på riktigt’ (Ibid.). Även om utflykterna görs från en medlande expert gaze menar man alltså inte att hotellet utgör för ett självständigt substitut. Annorlunda hade det kanske varit om utflykterna, som genererar ytterligare intäkter, ej erbjudits. Albatros Citadel Resort grundar sig på ett sänär liknande

koncept genom hur det är konstruerat som 'en liten by, med en egen hamnpromenad, marina, restauranger och caféer' (Apollo, 2020e).

De egyptiska hotellen, 19 till antalet, och med distanser mellan noll och 48 kilometer till centrum och noll till en kilometer till stranden erbjuder i många fall gratis transfer till stadskärnan mot reservering. Steigenberger Pure Lifestyle med ett avstånd på fem kilometer till centrum är ett av dem, varpå man samtidigt, med tanke på hotellets generösa utformning, kan fråga sig hur mycket denna möjlighet utnyttjas:

”Här njuter du av ett generöst All Inclusive-utbud och får använda faciliteterna vid systerhotellen Steigenberger Al Dau Beach och Steigenberger Aqua Magic. Detta ger tillgång till bland annat 10 pooler, en vattenpark och flera barer och restauranger. Du bor bekvämt i moderna sviter med en privat jacuzzi på rummet. Gratis wifi på hotellområdet. Gratis välutrustat gym, som är öppet dygnet runt. På hotellets tak finns även en plattform för yoga där det erbjuds ledarledda yogapass utan kostnad. På hotellets spa Raa Spa kan du unna dig sköna behandlingar. 2 km joggingsträcka samt promenad med stavar. Golfbana (golfbollar mot avgift). Dykcenter med en privat hamn. Gratis användning av trampbåtar och kanoter (reservation krävs). Gratis cykel att använda på hotellområdet. Bordtennis, biljard, beach volley, fotboll, dart och fotbollsspel.” (Apollo, 2020f)

Nämnda bekvämligheter kan istället skapa en motvilja till att lämna dessa, och till och med en förhöjd kulturchock då verkligheten otvivelaktigt är mer *kontrasterande* i den anslutande staden Hurgada. Med mycket liten information om hur den lokala verkligheten förhåller sig, och om den överhuvudtaget existerar, bör den *dominerande* diskursen leda till att turisterna stannar i sin verklighet, på sina hotell.

4.1.1 Diskussion

Tidigare forskning säger att postkolonialismens största svårigheter är att på ett sätt som inte är exotifierande kontrastera mellan koloniseradernas kultur och en felaktigt uppfattad ren, i meningen opåverkad, sådan hos de koloniserade som med tiden kommit att anamma den tidigare. Samtidigt måste denna studie grunda sig i samma brott, då först samma distinktion synliggör den empiriska verklighetens relativitet. Detta problem, där Ashcroft et al. liksom

Bahri, menat att *den andre* är ett västerländskt missförstånd är sant i hur västerlänningar generellt utformat sin identitet som grupp. Samtidigt har vi i synnerhet fram till dagens globaliserade värld levt under mycket skilda förutsättningar vilket inte kan förnekas resultera i kulturella skillnader. Gör vi inte en tämligen exotifierande distinktion, utan att för den delen förneka förekomsten av hybriditet, riskerar nämligen ett historiskt problem att återuppträffa i samtidens turistdestinationer när den globala kulturen först leder till att influera lokala kulturer, sedan göra dessa omöjliga att ens med postkolonial teori försöka återuppliva som diskursiv verklighet. Tillsammans leder diskurser som osynliggör maktförhållanden och möjligheten, som innebär en viss makt, att välja bland restauranger från världens alla hörn, till *normalisering* av de diskurser som hör till charter vi sett ovan, och som i min mening bör ses som en institution i betydelsen av att ta stöd från vissa diskurser; en kontrollerad gaze som utesluter andra. Därmed skapas en verklighet skild från den lokala som existerar på samma gång. Visserligen grundar sig lokalbors och turisters olika världsuppfattningar på bland annat att vad som är exotiskt utifrån turisters gaze tillhör lokalbons vardag. Att de stränder, som enligt Ving i huvudsak besöks av jamaicaner, inte underhålls i samma utsträckning och därför har lägre standard än turisttäta Seven Mile Beach (Ving, 2020h), liksom hur majoriteten av jamaicaner aldrig får tillgång till landets största pool, som finns på Grand Palladium Jamaica Resort & Spa, låter oss konstatera att där visst finns en skillnad i hur verkligheten ter sig olika, och gör så *legitimt* enligt vår referens.

Vad som skrivits i resultatavsnittet bör enligt Foucaults teori ses som normaliserade texter på grund av att de är i bruk för en stor mängd åhörare. Som tidigare påpekat är resebyråernas ansvar att uppfylla diskurserna på resmålet, liksom hur Papson menar att de är beroende av att reproducera förutfattade definitioner som givits i marknadsföringen (1981), något som också styrker Foucaults antagande om att diskurs skapar verklighet, liksom icke-diskurs skapar icke-verklighet. Av den anledningen bör vi kunna anta att det finns ett intresse av att hålla turisterna omedvetna om en del diskurser; att begränsa kommentarer inom sin egen gaze. Materialet kan först och främst ses tillhöra en envägskommunikativ genre, och är, så som normen för marknadsföring, icke självkritisk såvida man ej kan utnyttja kritiken till sin retoriska fördel. Därför ser vi emellertid inte vad som enligt Foucault ses som förbjudna diskurser, heller irrationell (o)kunskap, som skulle påverka försäljningen av resorna negativt. Diskurser som utgår ifrån ett postkolonialt perspektiv kan, först och främst, ifrån ett västerländskt perspektiv, sägas vara begränsade inom den akademiska världens gränser; därmed hypotetiskt långt ifrån konsumenter av charter, och får som utmanare till mer vedertagna, mer kapitalstarka och positivistiska diskurser svårt att vinna mark eftersom att

den senare, enligt Foucault, är en primär diskurs och har tolkningsföreträde om viljan till sanning. Ett tecken på att det dock från den rådande samhällsdebatten kan finnas en medvetenhet om massturismens negativa konsekvenser kan speglas i den diskursiva distans man i marknadsföringen tar till vad som är exploaterat. Att hämningslöst appellera till fantasin framgår inte som lika populärt som tidigare forskning visat, och diskurser om paradiset tar inte en lika stor plats som mer sobra uttryck för det i form utav milslånga sandstränder och kristallklart vatten gör. Häri finns dock en annan sorts diskurs ur fantasin; vilket är den om tillgången till behaglig ensamhet på en oexploaterad strand och egna egyptiska smultronställen. Bakom dess tilltal till läsaren som *individ* görs turistens del i massturismen, som är axiomatisk med charterresande liksom ett enligt Simmons strukturellt övertag gentemot lokalbor (Simmons, 2004), dold. Genom hur man på samma sätt talar om elegant kolonialstil leder man det historiska nästan revisionistiskt till mer positiva ordalag som har chansen att reproduceras, och skyddar turisten ifrån dåligt samvete och resebyråerna från konkurs, eller strategisk rekonstruktion.

Vad som istället bör tänkas reproduceras är den sorts medvetande som gör turisterna till ständiga konsumenter som i första hand ej ifrågasätter sin strukturella tillvaro, och vid argumentation försvarar en eurocentrisk hegemoni, som i grunden både är en pro-kapitalistisk och globaliseringspositivistisk ideologi, när man med påståenden om att man bidrar till utveckling av lokalbornas livsvillkor; som givare slipar på Vietnams potential, och leder förändringar utifrån västerländska ideal som placerar de vietnamesiska lokalborna som tagare, i marginalen. Huruvida det finns ett faktiskt missnöje; faktiska kontradiskurser, eller om missnöjet begränsas till för vad Marx kallar false consciousness; lokalbornas upplevda frihet trots sin av turisten skapade begränsning, är svårt att säga utan vidare studier utifrån lokala perspektiv. Således kan man inte heller underskatta att det bland lokalbor skulle förekomma en positiv inställning till turism för dess olika genererande effekter, och först efter dess tydliga ebb-och flodartade; enligt Eksell & Månsson (2020) kallade *överturism* eller *underturism*, man frågar sig om status quo är lika bra ur ett strukturellt hänseende. Detta speciellt med tanke på hur Eksell & Månsson räknar effekterna av rådande underturism med ett starkt *eurocentriskt* fokus och verkar glömma vart resorna för svenska charterresor går vintertids.

Traditionella livsstilar har säkert möjligheten att reproduceras, medan man kan anta att utrymmet för dessa minskar i takt med kanoniseringen av hybrida verkligheter som med tiden; en kedjeeffekt, faller inom ramen för marknadsföringens gaze och av Rothmans (1998, s. 22) nation och 'the visiting self' som ömsesidigt bekräftad verklighet. Vad som föreligger

essentiellt för en bra charterresa är utifrån materialet i första hand sol, hav och stränder samt hotellens utformning där destinationens lokala kultur och möjligheten att resa utanför hotellet kommer i andra hand. Att vid valet av charterresmål vägledas av ett lands klimat mer än ett intresse för dess lokala kultur ter sig normativt, och betyder att diskursen som sådan med förmodan är etablerad; en *kommentar* i ett ännu mer komplext system som är verkligheten. Kanske är detta en kommentar i ledet av vad som varit historiens kolonialism; med vad Simmons kallar att 'raid and invade the everyday worlds of others as if destinations belong to them' (2004, s. 53), har normaliserat, och gjort att destinationen idag kan vara 'readily available' (Ibid., s. 45). Dessa bör, enligt en postkolonial syn på nationell självständighet, ses som privilegier snarare än naturliga förhållanden. Simmons tillägger att det är turistens status som möjliggör vad som här verkar vara ett maktutövande, om det inte vore för den isolering som turisterna ägnar sig åt. Turisterna kan i varje fall inte säga utöva någon *direkt* makt, såsom Simmons menar att kolonistatörer interagerat för att expandera och upptäcka (Ibid.). Trots att tid förflutit sedan hennes studie, beskriver hon liknande diskurser som negerar turisternas interaktion i det lokala vardagslivet som syns i materialet för denna studie. Att charter gör semestern 'enkel', och att man med all inclusive inte behöver anstränga sig när 'näst intill allt ingår, vilket gör att du kan ägna din tid åt att ha semester' (Ving, 2020a; Ving, 2020i), är en lathetsdiskurs som förutsätter att man lägger ansvaret för upplevelsen och även dess konsekvenser på en medlande expert gaze, samt att destinationen inte behöver erövrats på samma sätt som kolonistatörerna gjort historiskt. Turismens utveckling har satt turisten i centrum med tron på att destinationen ligger för dennes vilja, eller enligt Simmons (2004) för dennes tillfredsställelse, samtidigt som den vietnamesiska fiskaren antingen syns i bakgrunden genom den förras exotifierande gaze, eller vars kulturella display genom interaktion blir såld som vara. Med detta, och turisten som konsument, betyder det att inget reflekterar över de pro-konsumistiska diskurser som kan utläsas i de om variation och valfrihet. Detta stöds i grunden på ett antagande om att turisten har *rätt att konsumera*. Kanske är det så på grund av att resenären höjts över standarden för sin vardagliga sådana, och att det blir lättare att tro att andra har lika möjlighet.

När Hall & Tucker år 2004 skrev att majoriteten av turister väljer att konsumera en destination på hur den är differentierad förmodar jag att man syftar på hur resmålet naturligt var olikt från hemmiljön, och inte på hur man idag kan se att hotellet är nischade på sätt som är atypiska för den lokala kulturen, eller genom tillgång till systerhotell som tillsammans liknar imperier. Den globala kulturen tycks dold bakom ett en mängd av valmöjligheter som verkar distraherande för ett grundantagande som säger att det är kunden, eller gästens, rätt, att

vara en aktiv contrast avöider som föredrar det som ur den globala kulturen förefaller bekant (Jaakson, 2004, s. 175) och i detta fallet kan välja bort den lokala kulturen. Undvikandet är till skillnad från vad vi läst av Jaaksons forskning ej begränsat till situationer där turisten av sin reseorganisatör förväntas bli skyddad från hot, eller också ihärdiga jamaicanska försäljare (Jaakson, 2004; Ving, 2020j), och kan spås reproduceras med generationer av barn som socialiseras i chartermiljö. Socialiseringen, som diskursiv initiering eller Foucaults *utbildning*, grundar sig i samma princip som vikten av kollektivets uppfattningar utgör och föregår individuella uppfattningar i Durkheims (1995) forskning.

Valmöjligheterna kan sägas spegla ett behov, som inte för denna skull inte kan ifrågasättas, och kan samtidigt förväntas vara en effekt av kapitalismens nödvändiga expansion (Marx, 2018) genom *point of added value*. Detta kan, på grund av hur kunderna i detta fall är från ett västland, förväntas orsaka den process av oundviklig standardisering som Jameson (1998) talar om som direkt återspeglar den globala kulturen. Avsaknaden av diskurser kring den lokala kulturen och invånares livsförutsättningar gör att dessa är lättare att glömma bort. Valmöjligheterna skapar faktum med en sådan fullständighet som beskrivits i resultatet, vilket även syns uttalad i form utav ‘allt en familj kan önska sig’, att det framstår som naturligt att inte lämna hotellet. Hotellen är dessutom placerade med längre avstånd till städerna vilket gör det naturligt att det blir färre besök dit än till stranden. Att Vietnam, Jamaica och Egypten för många bara är olika namn för samma globala kultur leder till en falsk tro om att resa och känna världen. Trots att destinationerna tidigare presenterats separat påminner de om varandra, vilket åtminstone bör säga att det som marknadsförs är en global kultur, men till viss del även kan förklaras av copywriters begränsade ordspråk och handlingsutrymme, som i sin tur begränsas av att arbetsuppgiften går ut på att reproducera en tidsenlig och positivistisk diskurs. Diskursernas likhet, trots destinationers mycket varierande karaktär och varierande källor som dessa tagits ifrån, bör utgöra ett paradigm inom svensk charter. Diskurser för empirin faller som påvisat därmed inom ramen för en litterär tradition. Hur diskurserna mycket sparsamt ger representationer av lokal kultur och menar att de två ej möts gör det svårt att utdöma någon hierarki på rasmässiga grunder, förutom då lokalbefolkningen, som inhemsk arbetskraft, naturligt kan förväntas bli å turistens tillfredsställelse genom olika serviceroller. Därmed saknas också diskurser som exotifierar den andre, liksom de som skapar förväntningar om lokalbornas performance, med undantag för hotell Alf Leila wa Leila där besökare möts ‘av dans, liv och rörelse blandat med egyptisk gästfrihet och glädje’ (Apollo, 2020d). Hotellet, med egna och avancerade former av historisk

återgivelse, behöver i motsats till vad Jameson funnit, ej oroa sig för massturismens eventuellt eliminerande effekt på det som attraherat turister från början.

Chartern kan därmed ha blivit mer politiskt korrekt genom att maktstrukturer gjorts mer subtila. Att tidigare diskurser kan anses vara förlegade kan ses som anledning till att nya koncept slagit rot. När forskare menar att framtida resande spås vara av en mer post-Fordistisk sort; en av Urry och Larsen så kallad 'localized gaze', eller deglobaliserad sådan, som riktar fokus på livsstilar och resmönster av en mer lokal karaktär (Larsen, 2014, para. 6), menar Hollinshead (2004) att nya narrativ kommer att grundas i ett motstånd mot turism med koloniala sådana. Larsen föreslår att "[t]he Internet and web 2.0 need to reveal the pleasures of the nearby, strengthen localness and no longer global choice /.../" (Ibid., para. 7). Utan tvekan kommer vi att göra mer lokal, så kallad, *hemester* år 2020 i sviterna av coronakrisen. Vad Hollinshead och Larsen förmodligen ej väntat sig är dock hur det numera går att köpa en resa med lokal eller global kultur hos en och samma resebyrå. Detta uttrycker kanske en sådan strategisk rekonstruktion som nämnts, då konsumenternas intresse verkar gå i en ny riktning. Viljan till ett mer etiskt resande skapar chansen för företag att kapitalisera på det lokalt genuina och skapa *traveler* utifrån en nischad förgrening. Om Apollo Mondo Local skrivs:

“På ett ställe blev vi bjudna på en spontan måltid som mormor tillagat. En annan gång fick vi tips av ägarens tonårsbarn om den bästa hemliga stranden. Nästan överallt finns en historia att berätta om Apollo Mondo Local. Det här är hotell som vi handplockat och verkligen har en personlig relation till. Chansen är stor att du kommer att få det också. Här lever du nära det lokala livet och känner dofterna och smakerna av platsen du är på. Många av våra resenärer återvänder år efter år. Om du vill blir det här ett andra hem, med egna minnen och berättelser, även för dig”.

(Apollo, 2020h)

Apollos hotell under Mondo Local-konceptet 'tillhör inga stora internationella hotellkedjor' (Ibid.), skriver man i början av andra stycket. Med ett så centralt budskap till konsumenter som kanske söker göra mer medvetna val och gynna lokala ekonomier, verkar det utifrån ett postkolonialt perspektiv *paradoxalt* hur resebyrån erbjuder koncept vars diskurser endast kan utvecklas i kontrast till varandra, och hur detta förutsätter å ena sidan en sådan lovsång om globalkulturell valfrihet som vi studerat, å andra sidan en motreaktion mot detta. Oavsett om

det vi ser är en medveten marknadsstrategi eller ej speglar det möjligtvis branschens förändring när dess diskursiva verkligheter riskerar att bli *sekundära* genom kontradiskurser som på den fria marknaden ej har makten att förbjudas.

5. Sammanfattning

5.1 Slutsats

Syftet för denna studie har varit att kontextualisera nutida svensk charterturism och undersöka om det finns aktuella paralleller mellan dessa och historisk kolonialism.

Frågeställningar jag utgått från är:

- Vilken verklighet skapas genom diskurser i marknadsföringen för charterresor?
- Kan dessa sägas reproducera koloniala diskurser?
- Hur kan man förstå avsaknaden av postkoloniala perspektiv i marknadsföringen?

Empirin för denna studie, som visar diskurser om verklighet med fokus på lokal respektive global kultur och identitet i marknadsföringen av charterresor, har visat att diskurser om *variation och valfrihet* för turisten placerar en global kultur i förgrunden i motsats till den lokala kulturen som tilldelas begränsat diskursivt utrymme. Resonemanget grundar sig i ett antagande om att det på destinationen finns mer av den *den andre* och lokala kulturen att upptäcka, och att så även vore mer socialt hållbart. Diskurser som talar för att resmålen i någon utsträckning är oexploaterade, menar jag leder till konsumentens tro på att turismen ej har konsekvenser och att denne ej orsakar exploatering själv. Marknadsföringen är som normen föranleder genomgående positiv och sätter varje konsument som individ i centrum, där jag menar att det finns ett intresse av att hålla konsumenten omedveten om sin roll i massturismen av ekonomiska anledningar. Här menar jag också att konsumenten verkar uppleva en rättighet till konsumtionen som marknadsförs, trots att detta, som empirin visat, gör skillnad på lokalbor och turister. Skillnaden mellan dessa bekräftas även med den tidigare forskning som menar att koloniala förhållanden tar sig ny former genom exempelvis hur destinationen beskrivs som 'readily available' samt hur man ur diskurser om destinationen kan utläsa ett intresse av att delta i det vardagsliv som lokalbor lever vilket syns i hur

charterresor utformats att tillfredsställa konsumentens samtliga behov och ej nödvändigtvis behöver lämna sina hotell. Ointresset, menar Simmons, skiljer den samtida turisten från kolonistatören (2004, s. 45) varpå ej bör förväxlas med att ha befunnit sig på samma nivå som lokalbefolkningen, som istället då som nu syns vara till besökarens förfogande. Här menar jag att anställningsroller uttrycker en rationalisering av denna ordning mellan protagonist och antagonist.

Vikten av Foucaults teorier om diskursiv reproduktion har möjliggjort att med postkolonial teori inte bara tala om vad som ej går att tala om utifrån marknadsföringens verklighet, utan även varför. Med Foucault sätts därmed frågeställningarna i en sådan kontext som uppvisar en diskursiv kamp som är en ekonomisk sådan, och där verkligheten som återges i marknadsföringen är partisk då frånvarande postkoloniala teorier skulle anses skadliga. I slutet av diskussionen frågar jag mig om framväxten av Apollos koncept Mondo Local är ett sätt för resebyrån att försvara sin ställning på marknaden när kontradiskurser till den mest populära verksamheten växer fram.

Med både liknelser och skillnader mellan våra teoretiska och empiriska protagonister är det svårt att dra slutsatser om det bakom turismen idag finns ett neokolonialt grundantagande som diskursivt reproducerats till idag. Vi kan dra slutsatserna att charterturismen så som den är utformad enligt empirin utgör vad vi kan kalla en kulturell plantation, eller separat kulturell institution, som vill förmedla att turister kulturellt kommer att känna igen sig oavsett vart de reser. Detta bör, på grund av reproduktionen av verklighetsskapande diskurser, ha konsekvenser även för den lokala kulturen då reproduktionen likt historiskt placerar denna i en subordinerad roll så länge ämnet inte blir en fråga om konsumentmakt och utvärderad efterfrågan.

5.1.2 Förslag på vidare forskning

Turismen är sannerligen ständigt i utveckling på grund av diskurser som utmanar de tidigare. Diskurser jag anser skulle vara av vikt vid studiet av turism är framförallt de ifrån en lokal gaze. Studier som undersöker Foucaults diskursivt reproducerande doktriner och discipliner; organisationers kamp, hade, då empirin för denna studie ej kan spegla konkreta exempel, varit intressant för att exempelvis utveckla mitt resonemang om det ekonomiska intresset av konsumentens medvetande. Larsen skriver att "The tourist gaze is no longer exclusively a Western one" (2014, para. 3), vilket kanske vill mena att turismen med utvecklingen av den

kinesiska ekonomin, som idag spås att kunna bli världsledande, kan ge upphov till helt nya fenomen som påverkar turismen generellt, eller specifikt för en *chinese tourist gaze* som kan fortsätta ge insikter om *the tourist gaze* även om denna från att verka universell reduceras till att bli, kanske, europeisk. En fortsatt utveckling av *the tourist gaze* specifikt mot klass- och könsskillnader är lämpligt att standardisera.

6. Referenser

6.1 Bibliografi

ACTA. (1996). *The Shakespeare File: What American Majors are Really Studying* (December 1996). Tillgänglig: https://www.goacta.org/publications/the_shakespeare_file [hämtades 2020-04-29].

Abernethy, D. (2000). *The Dynamics of Global Dominance: European Overseas Empires, 1414–1980*. New Haven, CT: Yale University Press.

Agrell, W. (1998). *Konsten att gissa rätt: Underrättelsevetenskapens grunder*. Lund: Studentlitteratur.

Ashcroft, B., Griffiths, G. and Tiffin, H. (red.) (1995) *The Post-colonial Studies Reader*, London: Routledge.

Bahri, D. (1995). *Once more with feeling: What is postcolonialism?*. ARIEL: A Review of International English Literature 26, 1: 51–82.

Best, L. (1968). *A model of pure plantation economy*. Social and Economic Studies 17, 3: 283–326.

Chabal, P. (1996). *The African crisis: context and interpretation*. R. Werbner & T. Ranger (red.). Postcolonial Identities in Africa. London: Zed Books, 29–54.

Cohen, E. (1977). *Toward a sociology of international tourism*. Social Research 39, 1: 164–82.

Dirlik, A. (1994). *The Postcolonial Aura: Third World Criticism in the Age of Global Capitalism*. Critical Inquiry 20 (2), Winter, 328-56.

Durkheim, É. (1995). *The Elementary Forms of Religious Life*. New York: The Free Press.

Fairclough, N. (1993). *Critical Discourse Analysis and the Marketization of Public Discourse: The Universities*. Discourse and Society, Vol 4.

Fangen, K. (2001). *En bok om nynazister*. Oslo: Universitetsförlaget.

- Finnström, S. (1997). *Postcoloniality and the Postcolony: Theories of the Global and the Local*. Working Papers in Cultural Anthropology, No. 7, 1997, Institutionen för kulturanthropologi och etnografi, Uppsala Universitet.
- Foucault, M. (1981). *The Order of Discourse*. R. Young (red.). *Untying the Text: A Post-Structuralist Reader*. Boston: Routledge & Kegan Paul, 51-78.
- Froms-Andersson, K. (2008). *Det postkoloniala resandet i Egypten: en diskursanalys av resebroschyrer*. Kandidatuppsats. Högskolan i Kalmar (Humanvetenskapliga institutionen). Tillgänglig: <http://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:1291/FULLTEXT01> [hämtades 2020-05-05].
- Hall, C. M. (1998). *Making the Pacific: globalization, modernity and myth*. G. Ringer (red.) *Destinations: Cultural Landscapes of Tourism*. New York: Routledge, 140–53.
- Hall, C. M. & Tucker, H. (2004). *Tourism and Postcolonialism: Contested Discourses, Identities and Representations*. New York: Taylor & Francis e-library.
- Hollinshead, K. (2004). *Tourism and New Sense: Worldmaking and the Enunciative Value of Tourism*. C.M. Hall, H. Tucker (red.) *Tourism and Postcolonialism: Contested Discourses, Identities and Representations*. New York: Taylor & Francis e-library, 25-42.
- Jaakson, R. (2004). *Globalisation and Neocolonialist tourism*. C.M. Hall, H. Tucker (red.) *Tourism and Postcolonialism: Contested Discourses, Identities and Representations*. New York: Taylor & Francis e-library, 169-83.
- Jameson, F. (1998). *Notes on globalization as a philosophical issue*. F. Jameson, M. Miyoshi (red.). *The Cultures of Globalization*. Durham, NC: Duke University Press, 54–77.
- Kirshenblatt-Gimblett, B. (1998). *Destination Culture: Tourism, Museums and Heritage*, Berkeley, CA: University of California Press.
- Larsen, J. (2014). *The Tourist Gaze 1.0, 2.0, and 3.0*. A. A. Lew, C. M. Hall, A. M. Williams (red.). *The Wiley Blackwell Companion to Tourism*, Oxford: John Wiley & Sons, 304-313.
- Loomba, A. (1998). *Colonialism/Postcolonialism*, London: Routledge.
- Loomba, A. (2015). *Colonialism/Postcolonialism: New Critical Idiom*. 3 uppl. New York: Routledge.
- Marx, K. (2018). *Kapitalet: Kritik av den politiska ekonomin. Första Boken: Kapitalets produktionsprocess*. (7. uppl.) Lund: Arkiv förlag.
- Matthews, H. G. (1978). *International Tourism: A Political and Social Analysis*. Cambridge: Schenkman Publishing Company.
- Morgan, N. & Pritchard, A. (2002). *Contextualizing destination branding*. N. Morgan, A. Pritchard, R. Pride (red.). *Destination Branding: Creating the Unique Destination Proposition*. Oxford: Butterworth-Heinemann, 11-41.

Nash, D. (1989). *Tourism as a form of imperialism*. V. Smith (red.) *Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism* (2 uppl.). Philadelphia, PA: University of Pennsylvania Press, 37–52.

Otto, T. and Verloop, R. (1996). *The Asaro mudmen: local property, public culture?* *The Contemporary Pacific* 8, 2: 349–86.

Papastergiadis, N. (1997). *Tracing hybridity in theory*. P. Werbner, T. Modood (red.) *Debating Cultural Hybridity: Multi-cultural Identities and the Politics of Anti-Racism*. London: Zed Books.

Papson, S. (1981). *Spuriousness and tourism: politics of two Canadian provincial governments*. *Annals of Tourism Research* 8, 2: 220–35.

Peet, R. (1999). *Theories of Development*, New York: Guilford Press.

Potter, J. & Wetherell, M. (1987). *Discourse and Social Psychology. Beyond Attitudes and Behaviour*. London: Sage.

Rennstam, J. & Wästerfors, D. (2015). *Från stoff till studie: Om analysarbete i kvalitativ forskning*. Lund: Studentlitteratur.

Rothman, H. (1998). *Devil's Bargains: Tourism in the Twentieth-Century American West*. Lawrence, KS: University of Kansas Press.

Simmons, B.A. (2004). *Saying the Old Same Things: A Contemporary Travel Discourse and the Popular Magazine Text*. C.M. Hall, H. Tucker (red.) *Tourism and Postcolonialism: Contested Discourses, Identities and Representations*. New York: Taylor & Francis e-library, 43-56.

Wallerstein, I. (1988). *The Ideological Tensions of Capitalism: Universalism versus Racism and Sexism*. E. Balibar, I. Wallerstein (red.) *Race, Nation, Class, Ambiguous Identities*. London och New York: Verso, 29-36.

6.2 Internetkällor

Apollo. 2020a. *Charterresor - prisvärt och bekvämt*. <https://www.apollo.se/resor/charter> [Hämtades 2020-05-03].

Apollo. 2020b. *Resor till Egypten*. <https://www.apollo.se/resor/afrika/egypten> [Hämtades 2020-05-03].

Apollo. 2020c. *Fort Arabesque Resort, Spa & Villas*. <https://www.apollo.se/resor/afrika/egypten/makadi-bay/hotell/fort-arabesque-resort-spa-och-villas?productCategoryCode=FlightAndHotel&catalogueItemId=552163&page=priceCalendar&departureAirportCode=ARN&durationGroupCode=0&paxAges=18,18&departureDate=2020-05-10>. [Hämtades 2020-05-10].

Apollo. 2020d. *Alf Leila Wa Leila Waterpark*.

<https://www.apollo.se/resor/afrika/egypten/hurghada/hotell/alf-leila-wa-leila-waterpark?productCategoryCode=FlightAndHotel&catalogueItemId=442707&page=priceCalendar&departureAirportCode=ARN&durationGroupCode=0&paxAges=18,18&departureDate=2020-05-04> [Hämtades 2020-05-04].

Apollo. 2020e. *Albatros Citadel Resort*. <https://www.apollo.se/resor/afrika/egypten/sahl-hasheesh/hotell/albatros-citadel-resort?productCategoryCode=FlightAndHotel&catalogueItemId=516068&page=priceCalendar&departureAirportCode=ARN&durationGroupCode=0&paxAges=18,18&departureDate=2020-05-04>

[Hämtades 2020-05-04].

Apollo. 2020f. *Steigenberger Pure Lifestyle*.

<https://www.apollo.se/resor/afrika/egypten/hurghada/hotell/steigenberger-pure-lifestyle?productCategoryCode=FlightAndHotel&catalogueItemId=546025&page=priceCalendar&departureAirportCode=ARN&durationGroupCode=0&paxAges=18,18&departureDate=2020-05-04> [Hämtades 2020-05-04].

Apollo. 2020g. *Baron Palace Resort*. <https://www.apollo.se/resor/afrika/egypten/sahl-hasheesh/hotell/baron-palace-resort?productCategoryCode=FlightAndHotel&catalogueItemId=538626&page=priceCalendar&departureAirportCode=ARN&durationGroupCode=0&paxAges=18,18&departureDate=2020-05-04>

[Hämtades 2020-05-04].

Apollo. 2020h. *Apollo Mondo Local*. <https://www.apollo.se/hotell/apollo-mondo/apollo-mondo-local> [Hämtades 2020-05-16]

Brischetto, L. 2020. *Blygsam coroneffekt för charterbolagen*. SVT Nyheter. 29 februari.

<https://www.svt.se/nyheter/blygsam-coroneffekt-for-charterbolagen> [Hämtades 2020-05-01].

Eksell, J. & Månsson., M. (2020). *“Idag råder 'underturism' i stora delar av Europa. Problemen blir troligen kvar under lång tid”*. Sydsvenskan. 22 maj.

<https://www.sydsvenskan.se/2020-05-22/idag-rader-underturism-i-stora-delar-av-europa-problemen-blir-troligen-kvar-under-lang-tid> [Hämtades 2020-05-22].

Regeringskansliet. 2018. *Regeringens plan för infrastrukturen - så bygger vi Sverige starkt och hållbart*. 4 juni. <https://www.regeringen.se/pressmeddelanden/2018/06/regeringens-plan-for-infrastrukturen---sa-bygger-vi-sverige-starkt-och-hallbart/> [Hämtades 2020-05-16].

Socialstyrelsen. 2019. *40 år sedan homosexuella friskförklarades*.

<https://www.socialstyrelsen.se/aktuellt/homosexuella-friskforklarades-for-40-ar-sedan/> [Hämtades 2020-04-22].

TUI. 2020a. *Resor till Phu Quoc*. <https://www.tui.se/resa/vietnam/phu-quoc/> [Hämtades 2020-05-06]

TUI. 2020b. *La Veranda Resort*. <https://www.tui.se/se/boka-resa?productCode=P-000130058&tab=overview&noOfAdults=2&noOfChildren=0&childrenAge=&duration=7&flexibleDays=0&airports%5B%5D=ARN&flexibility=false&noOfSeniors=0&when=11-12->

2020&pkg=1128718516/3/710/7&tra_o=1127467011/2936758&tra_i=1127467422/2936759
&units%5B%5D=P-000130058:HOTEL&packageId=P-
000130058VNPQ000616075584000001607644800000TOM42816082496000001608249600
000TOM429DD021128718516/3/710/7&index=11&multiSelect=true&brandType=S&bb=B
B&room=&isVilla=false&searchType=search&finPos=11&price=pp&durationCode=7114
[Hämtades 2020-05-06]

TUI. 2020c. *JW Marriott Phu Quoc Emerald Bay*. https://www.tui.se/se/boka-resa?productCode=P-000177140&tab=overview&noOfAdults=2&noOfChildren=0&childrenAge=&duration=7&flexibleDays=0&airports%5B%5D=ARN&flexibility=false&noOfSeniors=0&when=11-12-2020&pkg=1128717999/3/710/7&tra_o=1127467011/2936758&tra_i=1127467422/2936759&units%5B%5D=P-000177140:HOTEL&packageId=P-000177140VNPQ003116075584000001607644800000TOM42816082496000001608249600000TOM429DD011128717999/3/710/7&index=11&multiSelect=true&brandType=S&bb=B B&room=&isVilla=false&searchType=search&finPos=11&price=pp&durationCode=7114
[Hämtades 2020-05-06]

TUI. 2020d. *Isabella Resort*. https://www.tui.se/se/boka-resa?productCode=P-000328631&tab=overview&noOfAdults=2&noOfChildren=0&childrenAge=&duration=7&flexibleDays=0&airports%5B%5D=ARN&flexibility=false&noOfSeniors=0&when=11-12-2020&pkg=1131439203/3/710/7&tra_o=1127467011/2936758&tra_i=1127467422/2936759&units%5B%5D=P-000328631:HOTEL&packageId=P-000328631VNPQ006816075584000001607644800000TOM42816082496000001608249600000TOM429DD011131439203/3/710/7&index=11&multiSelect=true&brandType=S&bb=B B&room=&isVilla=false&searchType=search&finPos=11&price=pp&durationCode=7114
[Hämtades 2020-05-06]

TUI. 2020e. *Salinda Resort Phu Quoc Island*. https://www.tui.se/se/boka-resa?productCode=P-000130065&tab=overview&noOfAdults=2&noOfChildren=0&childrenAge=&duration=7&flexibleDays=0&airports%5B%5D=ARN&flexibility=false&noOfSeniors=0&when=11-12-2020&pkg=1128718367/3/710/7&tra_o=1127467011/2936758&tra_i=1127467422/2936759&units%5B%5D=P-000130065:HOTEL&packageId=P-000130065VNPQ001016075584000001607644800000TOM42816082496000001608249600000TOM429DD011128718367/3/710/7&index=11&multiSelect=true&brandType=S&bb=B B&room=&isVilla=false&searchType=search&finPos=11&price=pp&durationCode=7114
[Hämtades 2020-05-06]

TUI. 2020f. *Sea Star Resort*. https://www.tui.se/se/boka-resa?productCode=P-000130062&tab=overview&noOfAdults=2&noOfChildren=0&childrenAge=&duration=7&flexibleDays=0&airports%5B%5D=ARN&flexibility=false&noOfSeniors=0&when=11-12-2020&pkg=1138072757/3/710/7&tra_o=1127467011/2936758&tra_i=1127467422/2936759&units%5B%5D=P-000130062:HOTEL&packageId=P-000130062VNPQ000116075584000001607644800000TOM42816082496000001608249600000TOM429DD011138072757/3/710/7&index=11&multiSelect=true&brandType=S&bb=B B&room=&isVilla=false&searchType=search&finPos=11&price=pp&durationCode=7114
[Hämtades 2020-05-06]

TUI. 2020g. *Famiana Resort & Spa*. https://www.tui.se/se/boka-resa?productCode=P-000130059&tab=overview&noOfAdults=2&noOfChildren=0&childrenAge=&duration=7&flexibleDays=0&airports%5B%5D=ARN&flexibility=false&noOfSeniors=0&when=11-12-2020&pkg=1131438582/3/710/7&tra_o=1127467011/2936758&tra_i=1127467422/2936759&units%5B%5D=P-000130059:HOTEL&packageId=P-000130059VNPQ000816075584000001607644800000TOM42816082496000001608249600000TOM429TW011131438582/3/710/7&index=11&multiSelect=true&brandType=S&bb=B&room=&isVilla=false&searchType=search&finPos=11&price=pp&durationCode=7114 [Hämtades 2020-05-06]

Vagabond. 2015. *Charterns historia - så såg solresor ut på 50-talet*. 2 augusti. Uppdaterad 2016-11-22. <http://www.vagabond.se/artiklar/artiklar/20150802/charterns-historia-60-ar-av-langtan-till-solen/> [Hämtades 2020-05-16].

Ving. 2020a. *Charterresor till solen*. <https://www.ving.se/resor/charterresor> [Hämtades 2020-05-05].

Ving. 2020b. *Resor till Lucea*. <https://www.ving.se/jamaica/lucea?push=activitiesAndAttractions> [Hämtades 2020-05-05].

Ving. 2020c. *Sandals Royal Caribbean Resort & Private Island*. <https://www.ving.se/jamaica/montego-bay/sandals-royal-caribbean-private-island?expandDescription=true> [Hämtades 2020-05-05].

Ving. 2020d. *Secrets Wild Orchid Montego Bay*. <https://www.ving.se/jamaica/montego-bay/secrets-wild-orchid?expandDescription=true> [Hämtades 2020-05-05].

Ving. 2020e. *Grand Palladium Jamaica Resort & Spa*. <https://www.ving.se/jamaica/lucea/grand-palladium-jamaica-resort-spa?expandDescription=true> [Hämtades 2020-05-05].

Ving. 2020f. *Charella Inn*. <https://www.ving.se/jamaica/negril/charella-inn?expandDescription=true> [Hämtades 2020-05-05].

Ving. 2020g. *Resor till Lucea*. <https://www.ving.se/jamaica/lucea?push=foodAndNightlife>. [Hämtades 2020-05-05].

Ving. 2020h. *Resor till Negril*. <https://www.ving.se/jamaica/negril?push=beach> [Hämtades 2020-05-12].

Ving. 2020i. *All Inclusive*. <https://www.ving.se/all-inclusive> [Hämtades 2020-05-13].

Ving. 2020j. *Resor till Lucea*. <https://www.ving.se/jamaica/lucea?push=shopping> [Hämtades 2020-05-14].