



# Horror Heritage

Een onderzoek naar de gepubliceerde beelden van Auschwitz  
in reisgidsen en op reisblogs

**Sanne Helbers MA – 287475**

**Master Sociologie van Kunst en Cultuur**

**Masterthesis**

**Eerste lezer: prof. dr. M. E. Halbertsma**

**Tweede lezer: dr. C.J.M. van Eijck**

**2009-2010**

Sanne Helbers MA

E-mailadres: 287475sh@student.eur.nl

Studentnummer: 287475

Masterthesis Sociologie van Kunst en Cultuur  
Faculteit der Historische en Kunstwetenschappen  
Erasmus Universiteit Rotterdam

Begeleidend docent: prof. dr. M.E. Halbertsma

Tweede Lezer: dr. C.J.M. van Eijck

2009/2010

## *Hoofdstukindeling*

<b>1. Inleiding</b>	<b>5-10</b>
1.1. Motivatie en relevantie	6
1.2 Hypothesen	7
1.3 Hoofd- en deelvragen	9
1.4 Hoofdstukindeling	9
<b>2. Erfgoedtoerisme: cultureel erfgoed en dark tourism</b>	<b>11-19</b>
2.1 Cultureel erfgoed	11
2.2 Dark tourism	14
2.3 De media als aanjagers van dark tourism	17
2.4 Afsluiting	19
<b>3. Auschwitz in beeld</b>	<b>20-26</b>
3.1 De herinnering aan Auschwitz	20
3.2 Het fotograferen van toeristen: Roger Cremers	25
3.3 Afsluiting	26
<b>4. Fotografie: achtergronden en analyse</b>	<b>27-33</b>
4.1 Fotografie: achtergronden	27
4.2 Fotografie: analyse	30
4.3 Blogs	32
4.4 Afsluiting	33
<b>5. Methoden</b>	<b>34-37</b>
5.1 Afbakeningen	34
5.2 Kwantitatief – beeldinhoudelijk en rechte tellingen	35
5.3 Kwalitatief – inhoudsanalyse	37
<b>6. Resultaten – Kwantitatief</b>	<b>38-68</b>
6.1 Het verbeelden van Auschwitz in gidsen	38
6.1.1 Afsluiting	49

6.2 Het afbeelden van Auschwitz op blogs en verschillen met reisgidsen	49
6.2.1 Afsluiting	59
6.3 Effecten van medialisering	60
6.3.1 Afsluiting	64
6.4 Belangrijkste elementen bij het verbeelden van Auschwitz in gidsen en op blogs	64
6.4.1 Afsluiting	68
<b>7. Resultaten – Kwalitatief</b>	<b>69-82</b>
7.1 Auschwitz door reisgidsen gefotografeerd	69
7.2 Auschwitz door toeristen gefotografeerd	76
7.3 Afsluiting	82
<b>8. Conclusie</b>	<b>83-88</b>
8.1 Deelvragen 1, 2 en 3	83
8.2 Deelvraag 4	84
8.3 Deelvraag 5	85
8.4 Onderzoeksvraag	85
8.5 Hypothesen en verder onderzoek	87
<b>9. Literatuur</b>	<b>89-94</b>
9.1 Websites	92
9.2 Overige bronnen	94
<b>10. Bijlagen</b>	<b>95-105</b>
10.1 Foto's uit reisgidsen	95
10.2 Foto's van blogs	100
10.3 Codeerschema	105

## 1. Inleiding

Rampen, oorlogen, dood en verderf blijven vaak in ons geheugen gegrift staan. Plekken waar iets schokkends is gebeurd, laten indrukken en afdrücken achter op het landschap, bij de burgers en op heel de samenleving. *Ground zero* herinnert ons aan de aanslagen op de Twin Towers in New York, de *killing fields* in Cambodja doen ons denken aan de genocide die daar heeft plaatsgevonden en het Poolse concentratiekamp Auschwitz staat symbool voor de gruwelijkheden die het joodse volk zijn aangedaan tijdens de Tweede Wereldoorlog. Niet alleen zijn veel boeken gevuld met informatie over deze en nog vele andere rampen, ook andere media leggen gebeurtenissen vast. Beelden zijn hierbij van groot belang. Zo staan de beelden van de brandende WTC torens in New York centraal in de herinnering aan de aanslag die op negen september 2001 Amerika opschrikte. En het beeld van de sterk vermagerde joden achter prikkeldraad doet ons denken aan de concentratiekampen in de Tweede Wereldoorlog. De plek zelf blijft altijd beladen met de herinnering aan wat zich daar heeft afgespeeld. Ondanks de macabere associatie wordt dit erfgoed druk bezocht door toeristen.

De maatschappij waarin we nu leven, wordt steeds meer gedomineerd door beelden. Via de media zien wij de ellende van overal. Beelden van de aanslag op de Twin Towers reikten immers tot over heel de wereld; je hoefde niet in New York te zijn om de aanslag mee te maken. Er zou gesteld kunnen worden dat er een beeldcultuur heerst. Dit houdt in dat beelden meer ruimte innemen dan tekst en dat het belang van beelden groter wordt dan dat van woorden. De belangrijke oorzaken hiervoor zijn volgens Oosterbaan en Gierstberg (2002) de toenemende mogelijkheden om beelden elektronisch te produceren en te reproduceren. Maar naast deze factoren hebben beelden volgens hen ook iets onweerstaanbaars en aantrekkelijks. Beelden zijn ‘verleidelijker, ze lijken toegankelijker, directer en universeler dan woorden’ (Oosterbaan en Gierstberg, 2002: 7). Oosterbaan stelt dat er in de afgelopen decennia steeds meer beelden in omloop zijn gekomen. Deze beelden zijn niet alleen op papier, maar ook steeds meer op digitale schermen te zien. De verspreiding, productie en beschikbaarheid van afbeeldingen zijn door technologische ontwikkelingen ingrijpend veranderd.

Toeristen die beladen erfgoed bezoeken, maken daar vaak foto’s van. Reisgidsen gebruiken ook beelden om een plek te presenteren aan de (toekomstige) toerist. Beelden zijn bij zowel het beschrijven van erfgoed door reisgidsen als bij het bezoeken van erfgoed door toeristen van belang, zoals Crouch en Lübbren stellen (Crouch en Lübbren, 2003: 6-8).

Het bezoeken van beladen erfgoed wordt aangeduid met de term *dark tourism*. Er zijn veel verschillende soorten dark tourism. Zo zijn er angsttoerisme, rouwtoerisme, ontberingtoerisme, tragedietoerisme, oorlogstoerisme, genocidetoerisme, ramptoerisme en extreme thanatoerisme ([www.dark-tourism.org.uk](http://www.dark-tourism.org.uk)). Dat het fenomeen actueel is, blijkt uit de vele blogs, fora en artikelen die er in de afgelopen jaren over zijn verschenen. Er bestaan zelfs reisgidsen die alle horrorplekken op een rijtje hebben gezet. Wellicht is het belangrijkste horroerfgoed het Duitse concentratiekamp Auschwitz.

In deze thesis wordt er onderzoek gedaan naar beelden van het concentratiekamp Auschwitz, die in Nederlandse reisgidsen vanaf 1979 zijn gepubliceerd en beelden die door toeristen zijn gemaakt en op internetblogs zijn gepubliceerd in 2009. In 1979 is Auschwitz op de werelderfgoedlijst van UNESCO geplaatst als het eerste werelderfgoed van Polen. Volgens UNESCO hoort Auschwitz op de lijst omdat het van significante betekenis is voor de mensheid. Auschwitz wordt geassocieerd met overtuigingen, tradities, gebeurtenissen en literaire en artistieke werken van universele betekenis (<http://whc.unesco.org>). Door het op de werelderfgoedlijst te plaatsen, is Auschwitz in de schijnwerpers van de hele wereld komen te staan. Omdat het erfgoed nu mondiaal bekendheid geniet, is het aannemelijk dat meer mensen uit andere landen dan Polen Auschwitz willen bezoeken. Zo is Auschwitz ook voor reisgidsen interessant geworden om te vermelden.

In dit onderzoek wordt alleen het jaar 2009 aangehouden. Reisblogs zijn relatief nieuw omdat internet nog niet zolang intensief gebruikt wordt. Daarnaast biedt internet oneindige ruimte en iedereen kan zijn beelden dus plaatsen. Het zou te veel beelden opleveren om binnen deze thesis te kunnen onderzoeken. Daarom wordt één jaar aangehouden.

### *1.1 Motivatie en relevantie*

Wie een willekeurig persoon in zijn omgeving vraagt of hij of zij ooit een plek bezocht heeft waar zich een ramp heeft voltrokken, zal vaak een bevestigend antwoord krijgen. Wie heeft er immers niet eens een bezoekje gebracht aan het Anne Frankhuis of is tijdens een bezoek in Londen naar de Tower van London geweest om de martelpraktijken uit een ver verleden te bestuderen? Dark tourism leeft onder veel mensen uit verschillende samenlevingen: de dood is iets dat ons aantrekt maar tegelijkertijd afstoot. Toch zijn niet veel mensen op de hoogte van het fenomeen dark tourism, ondanks het feit dat ze er zelf ook aan doen of gedaan hebben. Bij hun bezoek maken zij veelal foto's.

Het uitgangspunt van dit onderzoek is dark tourism. Waarom trekken plekken waar dood en verderf centraal staan ons zo aan? Wat denken we daar te vinden en waarom denken

we dat daar te vinden? Zijn we benieuwd naar de dood en willen we die onder ogen zien? Of is het alleen sensatie? Wat is de rol van de media? Bestaat er een verschil tussen de wijze waarop professionele media zoals reisgidsen dit soort erfgoed afbeelden en hoe toeristen dit doen? Volgens Riegl (1996) richten we monumenten op omdat we bepaalde gebeurtenissen in herinnering willen houden. Erfgoed op zichzelf heeft geen betekenis, maar wij, moderne subjecten, geven betekenis aan objecten (Riegl, 1996: 33). Wij hebben betekenis aan Auschwitz gegeven, ondermeer door het op de werelderfgoedlijst te plaatsen, door het te bezoeken, er foto's van te maken, door er over te berichten in reisgidsen en er trips naar te maken. Kennelijk is het van belang voor ons.

Hoe leggen wij Auschwitz vast? Om welke aspecten gaat het in de beelden die wij van Auschwitz maken? Hoe kunnen we die beelden en het feit dat wij die beelden willen maken, verklaren? Daarover gaat dit onderzoek.

## *1.2 Hypothesen*

In dit onderzoek ga ik uit van de veronderstelling dat de manier waarop Auschwitz wordt afgebeeld, is veranderd tussen 1979 en 2009. Uit het onderzoek dat Frank van Vree (1995) heeft uitgevoerd, blijkt dat er in verschillende decennia anders gekeken wordt naar wat centraal staat in de herinneringen aan de Tweede Wereldoorlog (Van Vree, 1995). Rassenvervolging is sinds de jaren zestig een steeds belangrijker thema geworden in de herinnering aan de Tweede Wereldoorlog. Waar rassenvervolging in de eerste decennia na de oorlog relatief weinig aandacht kreeg, is het nu een van de kernthema's. Er is vanaf de jaren zestig steeds meer onderzoek naar gedaan en er werden meer monumenten opgericht die de rassenvervolging herdenken. De gruwelijkheden die verschillende volkeren zijn aangedaan, raakten steeds meer bekend. De vervolging en verdelging in de concentratiekampen door de nazi's kwam steeds centraler te staan. Ook nu nog bestaat er een grote interesse voor processen tegen oud-nazi's die in concentratiekampen hebben gewerkt, zie de aandacht voor het proces tegen Iwan Demjanjuk, die in 1943 in kamp Sobibor als 'handlanger van de dood' gewerkt heeft (nrc.next, 30 november 2009: 4-5).

Mijn verwachting is dat de beelden die onderzocht worden vaak als onderwerp rassenvervolging hebben. Het menselijk leed wordt benadrukt in de beelden. Daarmee wordt bedoeld dat er steeds vaker beelden worden getoond van details die in onze herinnering te maken hebben met het vervolgen van mensen. Daarbij kun je denken aan verbrandingsovens of barakken.

Er wordt steeds meer gebruik gemaakt van beelden. De verwachting bestaat dat ook reisgidsen door de jaren heen meer gebruik maken van beelden. Daarnaast wordt verondersteld dat foto's in reisgidsen en op blogs naar elkaar toe zijn gegroeid. Waar reisgidsen voorheen vooral overzichtsbeelden en onpersoonlijker foto's toonden, die voortkwamen uit het wetenschappelijke karakter van reisfotografie, zullen zij nu, net als de toeristische beelden, meer details en persoonlijker foto's tonen<sup>1</sup>. Toeristen maken persoonlijker foto's omdat de reis een persoonlijke is. In de theorie komt naar voren dat (toekomstige) toeristen hun beeld van een plek laten beïnvloeden door en aanvullen met beelden die in de media zijn gepubliceerd. Zij maken vervolgens foto's die hun al bestaande beeld vervolmaken. Het fotograferen van details (op de plek) draagt bij aan het completeren van hun visie. De veronderstelling dat fotografie in reisgidsen en op blogs naar elkaar toegroeit, komt voort uit het feit dat media steeds dichter naar elkaar toegroeien. Veel traditionele media zijn nu ook gekoppeld aan internetsites. Het gebruik van internet is intussen zo sterk toegenomen, dat de traditionele media onder druk staan. Daarom kan een traditioneel medium als een reisgids er baat bij hebben om het internetformat deels over te nemen. Reizigers plaatsen hun eigen foto's op blogs met bijschriften, tips en weetjes. Een persoonlijk verslag vertoont zo overeenkomsten met een reisgids.

Met de analyse van de beelden van Auschwitz kan aangetoond worden hoe toeristen en hoe de reisindustrie omgaan met het beladen erfgoed. Met het aangeven van wat belangrijk is in Auschwitz voor beide onderzoeksgroepen wordt hopelijk duidelijk wat belangrijk is voor hun beleving van deze categorie erfgoed. Een kwantitatieve analyse geeft in tabellen en grafieken weer wat wordt afgebeeld per groep. Daarnaast zal een kwalitatieve semiotische analyse van een selectie van de beelden op een meer inhoudelijke wijze duidelijk maken hoe toeristen en hoe de reisindustrie tegen Auschwitz aankijken.

De hypothesen van deze thesis zijn:

1. Rassenvervolgning komt centraler te staan in de beelden van Auschwitz;
2. Details die sporen van menselijk leed tonen, komen steeds vaker terug op de beelden;
3. Beelden in reisgidsen en op blogs groeien steeds dichter naar elkaar toe qua inhoudelijke en formele aspecten.

---

<sup>1</sup> Zie theorie hoofdstuk vier.



### *1.3 Hoofd- en deelvragen*

Om het onderzoek gericht uit te kunnen voeren, dienen er een hoofdvraag en enkele deelvragen opgesteld te worden. Deze vragen luiden als volgt:

#### *Hoofdvraag:*

In hoeverre is er een relatie tussen dark tourism en de wijze waarop Auschwitz wordt verbeeld in reisgidsen en op blogs? Welke effecten heeft de toenemende medialisering op de verbeelding van Auschwitz?

#### *Deelvragen:*

1. Hoe brengen reisgidsen Auschwitz in beeld en welke ontwikkeling is daarin te zien?
2. Hoe brengen toeristen op blogs Auschwitz in beeld?
3. Wat zijn de verschillen tussen de verbeelding van Auschwitz bij reisgidsen en blogs?
4. Welke effecten heeft de medialisering op het verbeelden van Auschwitz in gidsen enerzijds en op blogs anderzijds?
5. Wat vinden reisgidsen en toeristen belangrijk bij het afbeelden van beladen erfgoed zoals Auschwitz?

### *1.4. Hoofdstukindeling*

In dit onderzoek zullen achtereenvolgens de theorie met betrekking tot het onderwerp, de resultaten en de conclusie aan de orde komen. In hoofdstuk twee worden erfgoed en erfgoedtoerisme besproken. In dit hoofdstuk wordt ook een beschrijving van dark tourism gegeven. In hoofdstuk drie wordt een beschrijving gegeven van het concentratiekamp Auschwitz en hoe dat eerder in beeld is gebracht in de media. Ook komt het werk van fotograaf Roger Cremers over het fotograferen van toeristen in Auschwitz aan bod. Hoofdstuk vier geeft vervolgens een beschrijving van het fotograferen van dark sites. Hierbij wordt het werk van Susan Sontag gebruikt. In dit hoofdstuk wordt tevens een uiteenzetting gegeven van de theorie over semiotiek, waarbij beelden op kwalitatieve wijze worden geanalyseerd. Ten slotte worden in hoofdstuk vier de gebruikte media kort toegelicht. Het medium blog wordt uitgelegd en er wordt een korte inleiding over reisgidsen en reisfotografie gegeven. In hoofdstuk vijf komen de methodische aspecten van deze thesis aan bod: hoe is het onderzoek opgezet en waar liggen de afbakeningen. De resultaten van het verzamelde materiaal zullen in hoofdstuk zes en zeven worden besproken. Hierbij wordt een onderscheid gemaakt tussen kwalitatieve en kwantitatieve resultaten. In iedere paragraaf in dit hoofdstuk wordt tevens een

deelvraag beantwoord. Sommige deelvragen worden beantwoord door middel van kwantitatieve en kwalitatieve resultaten. In de conclusie zullen de uitkomsten van het onderzoek aan de theorie worden gekoppeld en wordt de hoofdvraag beantwoord.

## 2. Erfgoedtoerisme: cultureel erfgoed en dark tourism.

Op het dak van de kunstacademie Willem de Koning in Rotterdam prijkt een leus van Lucebert: ‘Alles van waarde is weerloos’. Op erfgoed is deze uitspraak zeker van toepassing wanneer we bekijken hoe mensen omgaan met erfgoed. De mens heeft zich sinds zijn ontstaan verplaatst van het ene einde van de wereld naar het andere. De globetrotters en wereldveroveraars zetten als eersten voet op voor westerlingen onbekend terrein. Met de ontwikkeling van de trein, de stoomboot en later het vliegtuig, werden meer mensen geprikkeld om andere landen te bezoeken. Toerisme bestaat al lang. Echter, vandaag de dag zijn reisopties zo talloos en goed betaalbaar dat reizen niet alleen is weggelegd voor de *happy few*, maar voor iedereen. Sommige toeristen bezoeken ook plekken die in de geschiedenis niet rooskleurig bekend staan. Dit fenomeen wordt aangeduid als *dark tourism*. Waarom bezoeken wij graag die donkere plekken?

In dit hoofdstuk wordt theorie uiteengezet over erfgoedtoerisme en hoe mensen met erfgoed omgaan. Hierbij zal de theorie van Riegl gebruikt worden. Ook zal het fenomeen dark tourism toegelicht worden. De vraag die hierbij centraal staat, is wat erfgoed voor ons betekent en welke relatie wij ermee hebben. Tevens zullen mogelijke verklaringen gegeven worden voor onze interesse in de dood en het bezoeken van erfgoed dat hiermee samenhangt, zoals Auschwitz. De rol van de media komt hier ook aan bod. Hierbij worden theorieën van Sontag en Baudrillard gebruikt.

### 2.1 Cultureel erfgoed

Cultureel erfgoed neemt een belangrijke plaats in de wereld van mensen in. Als zelfbewust, sociaal en cultureel wezen hechten wij waarde aan artefacten en plaatsen die getekend of vervaardigd zijn door mensen en hun gedragingen, gebruiken en geschiedenissen. Cultureel erfgoed is een product van de mens (Halbertsma, working paper). Omdat wij zulke werken, die een bepaalde betekenis dragen, in ons bewustzijn willen houden voor onszelf en voor toekomstige generaties, verklaren wij die werken tot monumenten (Riegl, 1996: 33). Daaraan liggen criteria ten grondslag. Deze criteria zijn onderhevig aan verandering. Met de tijd veranderen de visies van de samenleving en hiermee de criteria (Halbertsma, working paper). Met erfgoed wordt een identiteit vastgesteld. Vaak wordt erfgoed gezien als de schakel tussen een volk en zijn verleden. Erfgoed zoals Machu Picchu in Peru of het Colosseum in Rome geven de bevolking een gezamenlijke geschiedenis en daarmee een identiteit. Volgens

Lowenthal (1998) is geschiedenis en vorm van de omgang met erfgoed, door hem aangeduid als 'heritage', maar is heritage niet altijd geschiedenis. Heritage is namelijk een viering van bepaalde voorvallen uit de geschiedenis; het beklemtoont sommige aspecten meer dan andere en vervormt zo het verleden. Heritage toont niet wat er letterlijk gebeurd is, maar geeft een eenzijdig, op maat gemaakt verleden (Lowenthal, 1998: X). Voor wat ooit is geweest en wat in ons collectief geheugen moet blijven hangen, worden monumenten opgericht en bestaand erfgoed onderhouden. Wat was komt niet terug, maar met het in leven houden van de overblijfselen, bewerkstelligen we een geschiedenis en een identiteit. Met de toenemende mondialisering vermengen culturen zich met elkaar. Door het vaststellen van de eigen geschiedenis door middel van erfgoed, kan de ene cultuur zich onderscheiden van een andere (Halbertsma, working paper).

Hoewel vaak wordt gesteld dat kunst en samenleving met elkaar verbonden zijn, omdat kunst als spiegel van de maatschappij wordt gezien, hoeft dit volgens de Oostenrijkse kunsthistoricus Alois Riegl (1858-1905) niet het geval te zijn. Riegl formuleerde zijn theorieën over erfgoedbehoud op basis van de vraag hoe het individu er naar kijkt en ermee omgaat. De culturele identificatie van een staat met het erfgoed staat hierbij niet centraal. In het geval van Auschwitz zou dit betekenen dat er gekeken wordt naar wat het erfgoed betekent voor de bezoekers (individuen) en niet hoe Auschwitz met Polen geïdentificeerd kan worden.

Dat de omgang met erfgoed, in de zin van Lowenthals brede opvatting van 'heritage', is veranderd, kan niet ontkend worden. Maar wat zoekt de erfgoedtoerist nu eigenlijk en hoe verhoudt hij zich tot het erfgoed? Erfgoed is zo oud als de mensheid, maar zeker de laatste jaren zijn wij in de ban van erfgoed. Erfgoed biedt ons een band met het verleden. Hoewel erfgoed niet de enige link met het verleden is, is het wel een van de belangrijkste voor ons. Heritage houdt de traditie in stand en toont meestal een veilig verleden (Lowenthal, 1998: 3). De interesse die wij hebben in erfgoed heeft gevolgen voor de inrichting van de plek.

Het museum was vroeger een surrogaat voor reizen. Musea boden een collectie aan uit alle uitheemse hoeken van de wereld, verzameld onder één dak. Bezoekers kregen zo inzicht in en kennis van wat de wereld te bieden had, ondanks de beperkte middelen om te reizen. Bovendien waren de reisopties in vroeger tijden niet erg comfortabel en voor veel mensen was het prettiger om naar een museum te gaan dan een reis te ondernemen. Door toenemende welvaart, meer vrije tijd en steeds goedkopere middelen om te reizen, is dit veranderd. Veel mensen reizen tegenwoordig meer dan eens per jaar en wanneer ze op reis zijn, willen ze iets meemaken. De erfgoedbranche en de museale wereld springen hier op in. Waar vroeger de

nadruk lag op het *zien* is dit nu verschoven naar het *doen*. Toeristen willen een *experience*. Erfgoed wil ook mee-eten uit de ruif van het toerisme. Plekken die interessant zijn voor toeristen worden ingericht als belevenis en als een gemakkelijk te consumeren product. In Nieuw-Zeeland en Australië worden parken aangelegd waar de toerist rondgeleid wordt door de inheemse bevolking. Het originele leven, zoals de toerist het graag mee wil maken, wordt afgebakend. Er wordt als het ware een hek omheen gezet en binnen dat hek gebeurt het: inheemse bevolkingen tonen hun cultuur, leiden de toeristen rond in hun domein, er staan souvenirkraampjes en er kan gegeten en gedronken worden. De markt benut erfgoed voor het toerisme (Kirschenblatt-Gimblett, 1998). Erfgoed wordt door de toeristenindustrie, maar ook door de musea, ingericht voor de toerist zodat deze een leuke (mid)dag kan beleven.

Volgens Riegl (1996) heeft erfgoed op zichzelf geen betekenis, maar zijn wij het, moderne subjecten, die betekenis geven aan objecten (Riegl, 1996). Aan het Colosseum hechten wij waarde en we willen het dan ook graag bezoeken als we in Rome zijn. Het gevolg is dat deze plekken, die belangrijk of interessant voor ons zijn, massaal worden bezocht en dit kan leiden tot slijtage. Zoals Lucebert al zei is alles van waarde dus eigenlijk weerloos.

### **Kader 1: Verwachtingen van het erfgoed van de toerist**

Wat de toerist vraagt, kan het museum niet altijd bieden. Er wordt van alles geprobeerd om aan de vraag te voldoen. Volgens Pine en Gilmore (1999) kent een goede attractie vier aspecten: iets leren, iets doen, vermaakt worden en esthetisch genieten (Pine en Gilmore, 1999). Austin (2002) stelt dat er vier punten zijn die bepalend zijn voor het bezoek van toeristen aan bepaalde (gevoelige) historische plaatsen. Ten eerste bestaan er verwachtingen vooraf. Vervolgens speelt de emotionele staat van de toerist mee op het moment dat hij ter plekke is; de relaties tussen de bezoekers tellen ten derde mee en ten slotte zijn de presentatie en interpretatie van de plek van belang (Austin, 2002: 448). Volgens Austin is het belangrijk deze aspecten te onderkennen om een erfgoedplek goed te kunnen managen en er zo voor te zorgen dat de bezoekers krijgen waar ze om vragen.

Het is van belang verschillende soorten groepen te onderscheiden. Austin stelt in zijn onderzoek naar het *Cape Coast Castle* in Ghana, dat verschillende groepen andere interpretaties, emoties en verwachtingen hebben en dat dat gevolgen heeft voor de relaties tussen de verschillende groepen bezoekers.

Cape Coast Castle is een fort waar ten tijde van de slavernij slaven gevangen werden gehouden voor ze verscheept werden. Austin toont in zijn onderzoek aan dat Afrikanen die de plek bezochten veel emotioneler werden dan blanke toeristen en dat ze blanke toeristen zelfs als indringers zagen. Afrikanen weigerden soms om mee te gaan met de tour als er blanke toeristen in de groep zaten (Austin, 2002: 449). Ook bleek dat blanke toeristen andere verwachtingen hadden van wat ze zouden leren dan zwarte toeristen. Om zo'n erfgoedplek goed te kunnen aanbieden aan verschillende groepen toeristen is marketing nodig die beide groepen tevreden stelt.

Riegl (1996) stelt dat er verschillende waarden bestaan voor verschillende soorten erfgoed, bijvoorbeeld historische, gebruiks-, artistieke, oudheids-, herdenkings- of nieuwhedwaarden. Bij iedere soort moet er een andere benadering gebruikt worden. Als een monument wordt gewaardeerd om historische redenen, wordt de geschiedenis in leven gehouden door het monument zo te restaureren, dat het zichtbaar en fysiek een bepaald moment in het verleden belichaamt. Bij de ouderdomswaarde wordt een monument juist zo weinig mogelijk gerestaureerd. Een site zoals Cape Coast Castle wordt gewaardeerd om zijn herdenkingswaarde omdat het een site is die staat voor wat er in het verleden gebeurd is, iets dat altijd herdacht moet worden. Deze waarde impliceert een restauratie die niet primair gericht is op de architectuurhistorische verschijningsvorm.

De bezoekers van het monument verwachtten vrijwel allemaal dat de slavernij centraal zou staan. De herdenkingswaarde is dus zo van belang dat het monument hierop ingericht dient te worden. Uit het onderzoek bleek ook dat tijdens de renovatie van het monument de lokale bevolking bang was dat er geen juiste weergave gegeven zou worden van de feiten. Toen de muren wit geverfd zouden worden, waren de bewoners bang dat dit gedaan werd om de geschiedenis mooier te maken. Blanke Europese bezoekers zagen dit echter als een accurate historische weergave (Austin, 2002: 452). De lokale bevolking zou in dit geval meer baat hebben gehad bij naleving van de ouderdomswaarde bij de restauratie van het erfgoed, terwijl blanke bezoekers de plek meer op een historische waarde inschatten.

## *2.2 Dark tourism*

Niet al het erfgoed toont een mooi verleden. Plekken die bekend staan vanwege hun beladen geschiedenis behoren echter ook tot ons verleden. Zij worden net zoveel bezocht als ‘gewoon’ erfgoed. Dood, rampen en macabere plaatsen of gebeurtenissen trekken de mens al eeuwen aan. In de Tower van London werden eeuwen geleden de hoofden van vermoorde gevangenen op spiesen voor de poort geplaatst, als waarschuwing. Ook in onze huidige maatschappij tonen we geweld en dood. De recente praktijken in de Abu Ghraib gevangenis staan in ons geheugen gegrift. De beelden die uitlekten schokten ons en verhalen over de martelingen die naar buiten kwamen via de bewakers lieten ons niet onberoerd. Hoe schokkend ook, sommigen smulden er van: gevangenisbewaarder Lynndie England publiceerde beelden op internet van vernederde en gemartelde gevangenen. Deze beelden gingen het web over en werden nagedaan, waarbij de term ‘Do the Lynndie’ in het leven werd geroepen: wie het beste de beelden na kon doen, was cool (Andén-Papadopoulos, 2008).

Een van Susan Sontags boeken draagt de titel ‘Kijken naar de pijn van anderen’. Door de eeuwen heen hebben we altijd naar de pijn van anderen gekeken en we doen het nog steeds. Door plekken te bezoeken die gekenmerkt worden door dood of rampen, kan de gruwelbeluste reiziger aan zijn of haar trekken komen. De bezoekjes die toeristen brengen aan donkere erfgoedplekken geven blijk van het menselijke duiveltje dat het leed van anderen nog

altijd als gemakkelijk ziet, hoewel er ook donkere plekken zijn die misschien niet alleen uit vermaak bezocht worden<sup>2</sup>.

Het opzoeken van plekken waar iets gruwelijks is voorgevallen, is van alle tijden. De bestudering van dit fenomeen is wel nieuw. Sinds enkele jaren wordt de vraag waarom toeristen sinistere plekken bezoeken openlijk gesteld. Het fenomeen waarbij toeristen in hun vakantie uitstapjes naar lugubere sites maken, wordt aangeduid met de term *dark tourism*, of *thanatourism*. Stone (2006) definieert dit fenomeen als het reizen naar sites die bekend staan vanwege dood, rampen en lijden (Stone, 2006: 146). Tarlow (2005) vult dit aan met de observatie dat de tragedie of dood die zich op deze plaatsen voltrokken heeft een historische betekenis heeft die nog altijd indruk maakt (Tarlow, 2005: 48). Het in het kader besproken Cape Coast Castle is een voorbeeld van een dark site, maar ook Pompeji, Auschwitz, de Tower van London en recente plekken als Ground Zero en New Orleans na orkaan Katrina zijn dat.

Volgens Austin (2002) bezoeken toeristen deze plekken om verschillende redenen. Zo speelt het gegeven dat bezoekers zich in de ramp willen inleven mee. Er is ook gezegd dat bezoekers uit sensatieoverwegingen, uit fascinatie voor de dood of voor hun eigen plezier macabere sites bezoeken. Het besef dat de mens een sterfelijk wezen is, lijkt een sterk argument om de trek naar dark sites te verklaren. De wetenschap eindig te zijn, brengt bij veel mensen angst, maar ook nieuwsgierigheid naar boven (Stone, 2006: 147). Ten slotte speelt bij Auschwitz het collectieve motief mee. Het besef dat wij als mensheid tot de Holocaust in staat zijn en de overtuiging dat zoiets nooit meer mag en kan gebeuren, vormen een belangrijk argument om de plek te bezoeken.

Met het organiseren van tours voor toeristen wordt de fascinatie, die Marcel (2004) aanduidt met het kleine vieze geheimpje van de toeristenindustrie, uitgesproken, wat het fenomeen nog macaberder maakt. In de Tower van London worden toegangsprijzen gevraagd om als vrijetijdsbesteding te kijken naar de dood. Met het uitlichten van martelingen en moorden heeft de toeristenindustrie de meest onbegaanbare paden in onze samenleving betreden.

Volgens Stone (2006) bestaat er verschil in de duisterheid van de sites. In zijn artikel toont hij aan dat sites die direct te maken hebben met dood en lijden macaberder zijn dan sites die daar indirect mee te maken hebben. Er bestaan zeven categorieën dark sites die van licht naar donker lopen. De lichtste plekken, zoals de Jack the Ripper tour in Londen, hebben een

---

<sup>2</sup> Verderop in dit hoofdstuk volgt er meer over Sontag.

hoog entertainmentgehalte. Daarnaast bestaan er *dark exhibitions* (tentoonstellingen) die educatie en entertainment mengen, zoals de RAF-tentoonstelling in Berlijn (2003), *dark dungeons* (kerkers) zoals de Tower van London, *dark resting places* (begraafplaatsen) met als voorbeeld de begraafplaatsen van Tweede Wereldoorlogslachtoffers of overleden sterren, zoals Elvis Presley's *Graceland*. Ten slotte worden *dark shrines* (herdenkingsplekken) zoals het monument voor Prinses Diana, oorloggerelateerde sites, zoals de slagvelden in Noord-Frankrijk en *dark camps* (genocidekampen) onderscheiden.

De laatste categorie bevat plekken waar massamoord, tragedies of rampen hebben plaatsgevonden. Het zijn plaatsen die diepe rouw, herdenking en respect oproepen (Stone, 2006: 152-157). Een plek als Auschwitz kan beschouwd worden als het donkerste soort erfgoed omdat daar miljoenen mensen systematisch vergast zijn. Je loopt op de plek waar zeventig jaar terug mensen werden vermoord. Een museum dat te maken heeft met de vervolging is echter minder donker, of zelfs licht.

Volgens Stone horen bepaalde eigenschappen bij de donkerste en bij de lichtste sites. De donkerste sites zijn veelal gericht op educatie. Ze hebben vaak een historische of herdenkingswaarde, de gebeurtenis is korter geleden, waardoor de ervaring die de bezoeker heeft vaak levendig en direct is, en er is minder infrastructuur voor toeristen. De politiek bemoeit zich meer met de inrichting van deze sites. Bij lichtere sites daarentegen, draait het vaker om entertainment. Deze sites zijn commercieel en de plek is niet authentiek. De gebeurtenis is langer geleden en er bestaat een meer ontwikkelde toeristeninfrastructuur (Stone, 2006: 151). Tragedies die korter geleden gebeurd zijn, zijn vaak donkerder omdat er veelal nog nabestaanden of getuigen zijn. De directe ervaring maakt een plaats meer luguber omdat die ons eraan herinnert dat ook wij getroffen hadden kunnen worden. Familieleden van slachtoffers van 9/11 moeten nog altijd leven met het gemis van de persoon die is overleden en dat brengt de dood een stuk dichterbij. Iets dat empathie oproept, zorgt ervoor dat de bezoekers meer betrokken zijn.

De indeling is echter niet statisch. De samenleving verandert en nieuwe rampen voltrekken zich, waardoor nieuwe dark sites ontstaan. Sommige sites die nu nog aan de donkere kant van het spectrum zitten, kunnen verschuiven naar de lichtere kant. Dit kan gebeuren als de toeristenindustrie, met meestal de media als aanjagers, de plekken oppikt en er een tour omheen bouwt. Wanneer plekken waarde krijgen toegekend door de massa, zullen ze massaal bezocht worden. Hierdoor wordt de infrastructuur uitgebreid en zo kan de authentieke beleving van de bezoeker verloren gaan. Ook kunnen mensen plekken bezoeken die niet direct rouw bij hen oproepen, maar die ze uit nieuwsgierigheid bezoeken. Dat kan bij



Ground Zero het geval worden. De reden waarom Ground Zero herdacht wordt, kan vergeten worden door de massa die de plek alleen uit nieuwsgierigheid bezoekt. Het bezoeken van een plek uit rouw of herdenking hoeft echter niet altijd verdrongen te worden door het bezoeken uit nieuwsgierigheid. Plekken waar gebeurtenissen zijn voorgevallen die iedereen aanspreken en die zo universeel zijn dat iedereen zich er iets bij kan voorstellen, kunnen altijd rouw en herdenking blijven oproepen, hoeveel bezoekers er ook komen. Het Anne Frankhuis is daar een voorbeeld van.

### 2.3 De media als aanjagers van dark tourism

De media zijn een belangrijke aanjager bij het overbrengen en herhalen van rampverhalen. De media wijzen ons in de huidige maatschappij voor een groot deel op rampen, ellende en dood en ze houden het in ons collectief geheugen. Rojek (1993) is een van de eerste wetenschappers die wees op de interesse van toeristen in donkere sites, *black spots* zoals hij ze noemt (Rojek, 1993:136). Volgens Rojek zorgen de media ervoor dat gebeurtenissen zoals de dood van Elvis Presley, de aanslag op John Kennedy of de gezonken ferry bij de kust van Zeebrugge in 1987 in de herinnering blijven, en in het geval van JFK en Presley, dat er jaarlijkse herdenkingsdiensten gehouden worden. Rojek noemt dit postmoderne spektakels; de gebeurtenissen zijn afhankelijk van de moderne audiovisuele media om hun populariteit te laten voortbestaan (Rojek, 1993: 63). Dark tourism is bij uitstek een postmodern fenomeen, stellen Lennon en Foley (2000: 11). De postmoderne samenleving wordt gekarakteriseerd door de opkomst van audiovisuele media.

De Franse wetenschapper Jean Baudrillard (1929-2007) is bekend vanwege zijn theorie over hyperrealiteit. Volgens Baudrillard is onze wereld een *simulacrum*: het is een gesimuleerde waarheid die door de media bewerkstelligd is en die zich voordoeft als echt. De media zetten beelden neer alsof het de waarheid is, alsof wat je ziet op het nieuws werkelijk is wat er gebeurt in de samenleving. Ze presenteren een illusie als objectieve feiten. Daarnaast zien we méér via de media dan dat we ooit in het echt zouden zien. De oorlog in Afghanistan is in wezen een ‘ver-van-je-bed-show’, maar doordat journalisten meegaan op patrouille, in een vuurgevecht raken of doden filmen, komt de oorlog je huiskamer binnen (Van den Braembussche, 2000: 343-350).

Zo komen beelden van ernstige gebeurtenissen ons leven binnen. De instortende torens in New York, de springende mensen en het verdriet komen allemaal heel dichtbij via de media. Je bent ineens een toeschouwer geworden, je bent betrokken bij de ramp en je wordt up to date gehouden door de media. Als je beelden vaak ziet, ken en herken je plekken waar

het gebeurde. Denk aan Auschwitz: je kent de beelden en ze raken je. Als ik alleen verhalen ken van joden in het kamp, kan ik daar ontroerd door worden. Maar als ik de beelden erbij zie, kan ik het voor me zien op de plek waar het (naar mijn idee) werkelijk gebeurd is. Dit geeft een extra dimensie, zeker als ik op die plek sta.

Door de media wordt erfgoed extra interessant. Voor donker erfgoed geldt dit des te meer, omdat gruwelijke foto's van een plek shockeren. Beelden van doden in Auschwitz werken krachtig in op mijn fantasie en inleving. Beelden van dark sites en wat daar gebeurd is, kunnen een extra dimensie geven aan het bezoek van de site. De media helpen bij het produceren, distribueren en herhalen van zulke beelden.

De Amerikaanse schrijfster en essayiste Susan Sontag (2005) schrijft over de vele beelden die de media naar buiten brengen met als kern geweld. Sontag analyseert de beeldvorming in de media rondom geweld en stelt dat die kan bijdragen aan het afwijzen of juist omhelzen van geweld. Beelden van oorlog, van opengereten huizen en verminkte lichamen op straat wijzen ons op wat er elders gebeurt. Het zijn vreselijke dingen die mensen die een veilig leven leiden ver van geweld, liever niet zouden zien. Het is een andere werkelijkheid waar zij niet mee geconfronteerd willen worden.

Foto's die de media verspreiden, kunnen op verschillende manieren werken bij verschillende doelgroepen. Ze kunnen mensen het gevoel geven te strijden voor vrede of juist voor wraak, maar ze kunnen ons als kijkers ook op de hoogte houden van het feit dat er verschrikkelijke dingen gebeuren (Sontag, 2005: 14). Je moet wel een erg sterke maag hebben om je niets aan te trekken van alle gruwelijkheden die er tijdens het ontbijt via de krant aan je voorbij glijden. Close-ups van een verminkt gezicht gemaakt met een fotocamera zijn schokkend en bieden niet per se voldoening of genot, maar wekken eerder schaamte op. Degene die hiernaar kijkt is een voyeur, of je wil of niet. Toch zijn we in het tijdperk van de media flink afgestompt qua geweld. We maken het niet dagelijks in onze directe omgeving mee, maar we zien het wel dagelijks in de media. We schrikken er nog steeds van, maar we deinzen er niet meer voor terug. Fotografie kan shockeren en een catharsis opwekken.

Filosoof Jos de Mul (2006) stelt dat wij erg effectief zijn geworden in het bestrijden van pijn, van ondraaglijk lijden. Zo gaan we armoede, honger, oorlog, kou en de dood zoveel mogelijk tegen. Als we daar té succesvol in worden, dreigt ons leven echter saai te worden en hebben we niets meer om voor te strijden. Volgens De Mul zoeken we dan naar dingen die ons leven meer inhoud geven. We zoeken naar kicks: ervaringen die angst met zich meebrengen, maar die vervolgens omslaan in bevrediging (De Mul, 2006: 78-79). Journalist Arjen van Veelen onderschrijft dit in zijn stuk over hoe te genieten van het leven: 'je geniet

beter als je de dood voor ogen houdt' (nrc.next, 11 augustus 2009: 22-23). Hij stelt dat denken aan de dood je scherpte geeft en dat we ons er bewust van (zouden moeten) zijn dat ieder uur ons laatste kan zijn. Van Veelen stelt dat hij zelfs jaloers is op mensen die de dood een keer in de ogen hebben gezien, omdat hierna vaak catharsis optreedt. Het kijken naar de pijn van anderen, zoals je dat in de Tower van London kunt doen, geeft spanning aan ons leven. Auschwitz bezoeken kan een scherper beeld geven over je leven. Het herinnert ons aan de dood, dat er elders verschrikkelijke dingen gebeuren of gebeurd zijn en aan ons eigen lijden. We hebben pijn nodig om gelukkig te worden. Zonder het bestaan van pijn zien we niet dat we gelukkig zijn wanneer we ons leven pijnvrij hebben gemaakt (Gude, 2006: 81).

#### *2.4 Afsluiting*

Erfgoed is een belangrijk onderdeel van onze identiteit. Ons verleden wordt ermee in leven gehouden. We reizen heel wat af om erfgoed over heel de wereld te bekijken. Een niche binnen het erfgoedtoerisme is dark tourism. Ook de donkere plekken uit onze geschiedenis houden we in stand als erfgoed en we bezoeken het graag. Auschwitz verwelkomt jaarlijks veel dark tourists. Waarom toeristen graag naar zulke beladen plekken gaan, kan op verschillende manieren verklaard worden. We kijken naar de pijn van anderen omdat het ons scherp houdt: we roepen om vrede of wraak, we herdenken dat er elders mensen zijn die direct te maken hebben met pijn en lijden. Doordat we daarmee geconfronteerd worden door middel van beelden, geeft dat ons leven meer inhoud en spanning door een angst te beleven die door kan slaan in plezier én we hebben de notie van pijn nodig om zelf gelukkig te kunnen zijn. Het kijken naar pijn herinnert ons aan ons eigen geluk. Niet alleen confronteren de media ons ermee, maar we zoeken het zelf ook op.

Wat zoeken wij bij een plek als Auschwitz? Wat vinden wij belangrijk en wat leggen we vast? In het volgende hoofdstuk wordt een analyse gegeven van hoe Auschwitz eerder in beeld is gebracht in de geschiedschrijving en in documentaires.

### 3. Auschwitz in beeld

In 2007 bracht een recordaantal toeristen een bezoek aan het concentratiekamp Auschwitz in Polen. Ruim 1,2 miljoen mensen deden in dit jaar Auschwitz aan. In 2008 waren dit er ruim 1,1 miljoen (<http://en.auschwitz.org.pl>). Hieruit blijkt dat het kamp een populaire bestemming is voor veel toeristen en dat de geschiedenis en de herinnering daaraan volop leven. Mede doordat er veel over Auschwitz is gepubliceerd, zowel beelden als teksten, wordt de geschiedenis in leven gehouden. Maar wat wordt er dan over Auschwitz overgedragen van generatie op generatie? Hoe is Auschwitz in beeld gebracht?

In dit hoofdstuk komt deze vraag aan de orde. Hierbij wordt gebruik gemaakt van de BBC documentaire *Auschwitz, the nazis & the 'final solution'* (2005), van literatuur van Griselda Pollock en Frank van Vree en van de beelden die fotograaf Roger Cremers maakte van toeristen in Auschwitz.

#### 3.1 De herinnering aan Auschwitz

Het in 1940 door de nazi's gebouwde kamp Auschwitz is het bekendste voorbeeld van de Holocaust tijdens de Tweede Wereldoorlog. Auschwitz staat wereldwijd bekend als symbool voor de concentratiekampen voor de jodenvervolging. Auschwitz is gebouwd bij het Poolse stadje Oświęcim, een stadje dat door de nazi's bezet was. De naam werd later veranderd in Auschwitz. Het oorspronkelijke doel van het kamp was om Polen die gearresteerd werden tijdens de Duitse bezetting op te kunnen bergen, omdat de lokale gevangenen de grote aantallen niet aankonden. Het kamp zou eenzelfde soort kamp worden als die de nazi's eerder gebouwd hadden sinds de jaren dertig in Duitsland. Ondanks het feit dat Auschwitz het grootste dodenkamp werd van allemaal, werd het aanvankelijk gezien als gevangenenkamp, niet als specifiek vernietigingskamp. Pas nadat Auschwitz werd betrokken bij de eliminatie van joden, werden er treinladingen met joden naartoe gestuurd. Daarvoor zaten er voornamelijk Polen in het kamp.

Naast het 'basiskamp' (Auschwitz I, ongeveer 20.000 gevangenen) werden Auschwitz II, ook wel Birkenau genoemd (90.000 gevangenen in 1944) en Auschwitz III (werkkamp) gebouwd. Vooral in Birkenau werden de massamoorden gepleegd (90% van alle joden), hoewel het kamp oorspronkelijk was gebouwd om *prisoners of war* (POW) te werk te stellen (<http://en.auschwitz.org.pl>). Vanaf het moment waarop de Verenigde Staten zich gingen bemoeien met de oorlog, waren er veel meer arbeiders nodig en was Birkenau niet toereikend

om genoeg gevangen te bergen om aan het werk te zetten. Al tijdens de bouw werd besloten om Birkenau bij Auschwitz te trekken en er een eliminatiekamp van te maken. In totaal werden ongeveer 1.1 miljoen joden gedeporteerd naar het kamp, waarvan 200.000 als arbeider werden aangesteld. Van de 1.1 miljoen joden zijn er 1 miljoen vergast (<http://en.auschwitz.org.pl>).

In de BBCdocumentaire *Auschwitz, the nazis and the 'final solution'* (2005) wordt een duidelijk beeld neergezet van Auschwitz. De documentaire benadert het kamp en de geschiedenis vanuit een (on)menselijke perspectief. Het leed, de dood en het verhaal van de slachtoffers en daders staan centraal. Hoewel er op historische wijze wordt verteld hoe het kamp tot stand is gekomen, wordt er voornamelijk aandacht besteed aan de praktijken die zich er afspeelden en hoe deze werden uitgevoerd. Zo wordt Birkenau, toen bekend werd dat het kamp gebruikt ging worden voor eliminatie, omschreven als 'the nazis had built suffering into their very plans' (BBC, 2005, afl. 2). Auschwitz wordt hier in beeld gebracht als een *death camp* waar onmenselijk lijden centraal stond. De beelden tonen een fictief Auschwitz waarbij de plekken waar leed en dood in praktijk werd gebracht, worden getoond. Ook komt de tekst 'Arbeit macht frei' op de toegangspoort veelvuldig voorbij, evenals het prikkeldraad en de treinrails, dan weer in de mist, dan weer overwoekerd door gras.

De BBCdocumentaire beeldt Auschwitz op een bepaalde manier af. Dit kan van invloed zijn op hoe de kijker Auschwitz ziet. De beelden die circuleren van een bepaalde toeristische trekpleister bepalen in grote mate de reactie van het publiek bij hun bezoek. Toeristen reizen om beelden te verzamelen, zowel foto's als herinneringen, en hierbij laten zij zich leiden door de bestaande verhalen en beelden rondom een plek (Crouch en Lübbren, 2003: 4-5). De toerist gebruikt beelden van televisie, uit brochures, van kunst en foto's in het algemeen om zijn beeld completer te maken. Beelden kunnen de toerist in een bepaalde richting duwen; hoe te kijken naar iets, waarvandaan te vertrekken (Crouch en Lübbren, 2003: 6-7). Een documentaire als die van de BBC kan bijdragen aan het beeld dat de kijker heeft van Auschwitz en de beelden die hij vervolgens zelf maakt wanneer hij Auschwitz zou bezoeken.

Crouch (2003) stelt dat toerisme een proces van verleiding is. Beelden die worden aangereikt via reisgidsen, kunst, foto's en televisie spelen hierbij een belangrijke rol. De toeristenindustrie en de media helpen bij het opwekken van een verlangen om iets te gaan bekijken (Crouch en Lübbren, 2003: 8). Maar, zo stelt Crouch (2003), als toerist consumeer je niet alleen beelden en plekken, je produceert zelf ook. Je maakt je beeld compleet en laat zelf weer nieuwe beelden achter (Crouch, 1999; Edensor 1999, 2001).

De film *Schindler's List* van Steven Spielberg toont de impact die de visuele cultuur kan hebben op bezoekers. Sinds deze film een internationaal succes is gebleken, trekt de Poolse plaats Krakau nog meer toeristen dan daarvoor. Dat de scènes uit de film niet op deze locatie zijn opgenomen, maakt voor de bezoeker niet uit. Door het beeld dat voor hen is geconstrueerd, kunnen zij zelf een beeld maken op de plek (Pollock, 2003: 175-176). Niet iedere bezoeker is geïnteresseerd in het maken van foto's. Sommige bezoekers hebben beelden van anderen niet nodig om een eigen beeld te construeren.

Bezoekers die Auschwitz aandoen, kunnen dit doen om verschillende redenen. Zo zijn er 'pelgrims' en 'toeristen'. De pelgrims hebben daadwerkelijk familie of vrienden verloren in Auschwitz en komen uit diepe rouw naar de plek, terwijl de toeristen voornamelijk komen om een onvergetelijk 'uitje' te beleven (Pollock, 2003: 176-177). Voor pelgrims zijn beelden niet nodig, die kennen ze te goed uit eigen ervaringen en verhalen. Het zijn de toeristen die zich laten leiden door beelden en die zelf ook maken.

Wanneer het op de representatie van Auschwitz aankomt, spelen ethische bezwaren een belangrijke rol. Wanneer de plek niet wordt getoond aan bezoekers zou die vergeten kunnen worden, terwijl het belangrijkste aan de geschiedenis van Auschwitz is dat we die nooit mogen vergeten. In de BBCdocumentaire vertelt een van de overlevenden van Auschwitz: 'I'm here now to make sure that history will not be forgotten' (BBC, 2005, afl. 3). Aan de andere kant is het lastig om de gruwelijkheden die in Auschwitz plaatsgevonden hebben correct te representeren. Hoe kan Auschwitz zo goed mogelijk gerepresenteerd worden? In het geval van de BBCdocumentaire worden de overlevenden met respect behandeld, waar de daders (voormalige SS-officieren) scherpe vragen door de interviewer krijgen voorgelegd over hoe ze zoiets konden doen. De goed-tegenover-fout-insteek komt hierbij vooral naar voren. Zoals we verwachten dat er over Auschwitz gesproken wordt, zo toont de documentaire ook het verhaal van Auschwitz.

In de nieuwste speelfilm van Quentin Tarantino, *Inglorious Basterds*, wordt er op geen enkel vlak rekening gehouden met historische feiten of verhalen van overlevenden. De film draait om een groep joods-Amerikaanse soldaten die op jacht gaan naar SS'ers en deze zonder een spier te vertrekken afslachten, zoals de SS'ers ook met de joden deden. Hoewel de film een fictief beeld laat zien van de Tweede Wereldoorlog, bevat hij veel elementen die verwijzen naar de daadwerkelijke oorlog. De film werd zowel lovend als afkeurend ontvangen. Het publiek weet niet goed hoe ze op de film moet reageren. Een gevoel van gerechtigheid speelt mee bij het zien van de film, maar is dit nu een juiste representatie van de Holocaust? In Amerika hebben recensenten zich geërgerd dat Tarantino de Amerikanen net zo

bloeddorstig neerzet als de nazi's zelf. In Duitsland is de film positief ontvangen, maar volgens NRC-Handelsblad recensent Peter de Bruijn komt dit vooral doordat het onderwerp daar altijd met de grootste voorzichtigheid benaderd wordt. Deze visie is, volgens veel Duitse recensenten, verfrissend. Bovendien verlicht het het Duitse schuldgevoel doordat joden zich in deze film net zo slecht gedragen als nazi's (www.nrc.nl).

Dat er in *Inglorious Basterds* 'speelser' wordt omgegaan met de Holocaust dan ooit eerder gedaan werd in films of in de media, duidt een verandering aan in de manier waarop naar de Tweede Wereldoorlog gekeken wordt. Het beeld dat hier wordt neergezet, is totaal verschillend van de BBCdocumentaire en was enkele decennia terug ondenkbaar. Gebeurtenissen die langer geleden gebeurd zijn, kunnen fictiever worden neergezet dan recentere gebeurtenissen. Dit gebeurt met de Tweede Wereldoorlog. Over een generatie zullen jongeren geen grootouders meer hebben die de oorlog meegemaakt hebben. Zo raakt de oorlog steeds verder verwijderd van de belevingswereld en wordt die fictiever.

Hoe Auschwitz in onze herinnering blijft hangen, hangt samen met de beelden, films (fictie en non-fictie) en romans die er over uitgekomen zijn. Frank van Vree (1995) heeft onderzoek gedaan naar de verschuiving in de wijze waarop wij naar Auschwitz kijken. De insteek in de literatuur, films en beelden is veranderd van een patriottische benadering naar een waarin de systematische massavernietiging van joden, zwakzinnigen, homoseksuelen en zigeuners centraal staat. Doordat de nadruk nu is komen te liggen op massavernietiging en immense rouw en schuldbesef, is het moeilijker geworden om Auschwitz in beeld te brengen. Hoe kunnen de onvoorstelbare daden die daar zijn gepleegd raak af- of uitgebeeld worden (Van Vree, 1995)? De documentaire *Kitty returns to Auschwitz* uit 1980 laat zien dat dit lastig en misschien wel onmogelijk is. In deze documentaire wordt een overlevende van Auschwitz, Kitty Hart, meegenomen naar de plek waar ze ooit gevangen zat. De documentaire toont het gat dat bestaat tussen de filmmaker, de kijker en Kitty. Hoewel de kijker met Kitty mee mag wanneer zij terugkeert naar Auschwitz, wordt direct duidelijk waarom wij nooit met Kitty mee kunnen gaan: waar wij een lege ruimte zien, ziet Kitty honderden mensen opeengepakt, dood of bijna, ondervoed en omringd door stank (Pollock, 2003:182-184). Voor Kitty is deze herinnering levend en onlosmakelijk verbonden met de plek. Wij als kijker zijn slechts voveurs. De juiste herinnering is moeilijk in beeld te brengen.

Herinneringen zijn van groot belang voor de manier waarop wij ons verleden een plek kunnen geven. Door wat wij ons herinneren van iets, door verhalen, beelden, debatten en andere uitingen, kunnen wij onze wereld betekenis geven, stelt Van Vree (1995: 14). De

collectieve herinnering kan echter veranderen met de tijd, samenhangend met maatschappelijke veranderingen.

De herinneringen aan Auschwitz in de eerste twee decennia waren vooral nationalistisch. In Nederland stond het verzet centraal. De vele monumenten die direct na de oorlog werden geplaatst, waren vrijwel allemaal gericht op het nationale. Zadkines *Verwoeste Stad* is daar een voorbeeld van. In Polen werd de Holocaust gereduceerd tot een aanval op het Poolse volk. Joden waren niet alleen als jood gestorven, maar bovenal als Pool. Vanaf de jaren zestig kwamen er meer tegenstemmen vanuit de joodse gemeenschap over wat er gebeurd was. Doordat de eerste studies over (aantallen) slachtoffers werden gepubliceerd en de eerste processen tegen nazi's plaatsvonden, waarbij de massamoord centraal stond, werd de stilte rond de massale jodenvervolging doorbroken. Films uit die tijd tonen deze veranderingen (Lanzmanns *Shoah*) (Van Vree, 1995). Vanaf deze tijd hadden veel opgerichte monumenten als thema de Holocaust en zo ging dit aspect centraal staan in de herinnering aan de Tweede Wereldoorlog.

De Nederlandse Televisieserie *De Bezetting* (1960-'65) toonde als een van de eerste de slachtoffers van de Holocaust in de vorm van foto's van stapels doden (Van Vree, 1995). Ook populaire films uit Amerika, zoals *Schindler's List* (1993), *The Pianist* (2002) of *Sophie's Choice* (1982) tonen allemaal de vervolging van joden. In Europa zijn de bekendste films over jodenvervolging *La vita è Bella* (1997) en *The Diary of Anne Frank* (meerdere malen verfilmd). Het beeld dat hier keer op keer wordt geschetst, is dat van de jodenvervolging. Monumenten die direct na de oorlog vooral nationale thema's als onderwerp hadden, werden vanaf eind jaren zestig meer gericht op de groepen die vervolgd waren in de oorlog. Waar voorheen joden, zigeuners en andere vervolgd werden niet bij naam genoemd werden, omdat indeling van groepen angstvallig werd vermeden direct na de oorlog, kregen zij nu hun eigen herdenkingsmonumenten, zoals Edu Waskowskys *Joods Monument* in Groningen of Karin Daans *Homomonument* in Amsterdam.

Maar zoals *Kitty returns to Auschwitz* aantoonde, is het lastig, misschien wel onmogelijk, om de gebeurtenissen in Auschwitz juist af te beelden. Toch zijn film, kunst en beelden een belangrijke spil in de voorstelling die mensen nu van Auschwitz maken. Hoewel ze nooit volledig waarheidsgetrouw kunnen zijn (vooral films) en media-uitingen in wezen alleen eenrichtingsverkeer toelaten, ontlene veel kijkers hieraan hun voorstelling van hoe het was (Van Vree, 1995). Doordat de herinneringen en beelden vanaf het einde van de jaren zestig de rassensvervolging als centraal thema hadden, beschouwen wij nu de Holocaust als gebeurtenis en Auschwitz als plek als symbolen van de Tweede Wereldoorlog. Hierbij spelen



rouw en schuldbesef een belangrijke rol. Dit heeft invloed op hoe mensen hun eigen voorstelling, onder andere door middel van foto's, compleet maken.

### *3.2 Het fotograferen van toeristen: Roger Cremers*

De Nederlandse fotograaf Roger Cremers (1972) fotografeerde in 2008 toeristen die op dat moment Auschwitz bezochten. Hierbij legde hij vast welk gedrag de toerist vertoonde in Auschwitz; hij fotografeerde fotograferende mensen en liet zien wat zij vastlegden. De foto's die zij maakten, zijn onder andere gevormd door de beelden die de bezoekers kennen uit de media en uit de beeldende kunst, maar ook uit advertenties en reisgidsen. Uit deze reeks blijkt dat toeristen foto's maken van het symbolische prikkeldraad of van een bordje met een doodshoofd er op waar 'HALT!' op staat. Cremers maakte een foto van een liggende toerist die vanaf de grond een mooi perspectief probeert te krijgen, van een groep Italiaanse schoolkinderen die gegroepeerd staan, de vlag van hun land vasthouden en boos, verdrietig en aangeslagen de camera inkijken.

Cremers legde vast hoe oud en jong de plek bezochten. Een foto waarop een moeder haar kind de fles geeft, een andere foto waarop een oude en invalide vrouw in haar rolstoel zit te wachten: het zijn contrasten die aantonen hoe de toerist omgaat met een dark site als Auschwitz. Ze bezoeken het uit nieuwsgierigheid, uit schaamte, uit een gevoel van verantwoording. Maar tegelijkertijd blijven ze ook toerist, iemand die op vakantie is en zijn vrije tijd vult met uitstapjes. Het leven gaat door: het kind wordt gevoed, het heeft geen idee waar het is en waarom het daar is. We zien twee toeristen met een rood joggingpak aan. Ze staan naast elkaar en maken foto's van dingen waarvan zij denken dat ze die op de gevoelige plaat moeten vastleggen.

Hun gedrag is door Cremers vastgelegd en spreekt boekdelen: de naar amusement zoekende toerist is op een cultureel uitstapje en legt vast wat hij denkt dat belangrijk is. Op een andere foto ligt een jonge man in het gras te slapen, daartegenover is er een foto waarop een jongen met zijn hoofd tussen zijn benen en ineengedoken op een steen zit. Het kan natuurlijk zo zijn dat hij bij het groepje Italiaanse kinderen hoort en daar op de rest zit te wachten, moe van het rondslenteren. Maar de sfeer die hier wordt opgeroepen en de interpretatie die de kijker overneemt, is dat hij rouwt.

Cremers toont heel subtiel het contrast tussen de berouw- en respectvolle toerist en de massatoerist die 'er toch is' en daarom het erfgoed bezoekt. Een foto van een volgepropte bus, die speciaal voor Auschwitzuitstapjes wordt ingezet, wordt opgevolgd door een beeld van een man en een vrouw die alleen langs de weg lopen met een koffer, het kamp op de achtergrond;

je hebt niet veel nodig om beelden voor de geest te halen van joden die hun koffertje meesleuren naar het kamp, of er juist vandaan nadat ze bevrijd zijn. Een foto van een groep lachende jongeren wordt opgevolgd door een foto van een kindertekening (met jodenster) tussen de treinrails. Cremers toont waar Auschwitz nog altijd voor staat, maar ook hoe de toerist ermee omgaat: zowel met respect en berouw als met een nonchalance, waarbij vooral de beleving telt ([www.rogercremers.nl](http://www.rogercremers.nl)).

### *3.3 Afsluiting*

De Tweede Wereldoorlog is tegenwoordig synoniem met de Holocaust. Auschwitz speelt hier een centrale rol in. Er heeft zich een verschuiving voorgedaan in de beelden die van de Tweede Wereldoorlog zijn gepubliceerd. Na het nationale aspect richten het collectieve beeld en de herinnering zich nu op de racistische systematische uitroeiing van mensen. In media-uitingen zoals films en foto's, maar ook in de kunst, valt deze verschuiving waar te nemen.

Het beeld dat de toerist nu krijgt van de oorlog is dat van Auschwitz. Zoals zowel de hedendaagse documentaire (BBC) als speelfilms uit Europa en Amerika laten zien, staan de vervolging van joden en het menselijk leed in het kamp centraal. De manier waarop Auschwitz in beeld wordt gebracht, rust op beelden van de dood, het lijden en het onmenselijke. Dit heeft Roger Cremers getoond toen hij liet zien wat de toerist vastlegt.

In het volgende hoofdstuk wordt de theorie uiteengezet over fotografie. Hierbij worden aspecten behandeld zoals het analyseren van fotografie, reisfotografie, het fotograferen van de dood (op dark sites) en ten slotte wordt er een korte uiteenzetting gegeven over het medium blog. Via dit medium wordt materiaal verzameld in dit onderzoek.

## *4. Fotografie: achtergronden en analyse*

Wanneer we dark sites zoals Auschwitz bezoeken, maken we veelvuldig foto's van de plek, zo blijkt uit de vele beelden die mensen op internet plaatsen van hun bezoek aan het erfgoed. En wie weleens een dark site heeft bezocht, zal zichzelf er wellicht ook op betrappen dat hij foto's heeft gemaakt. We slaan de herinnering op beelden op en in ons hoofd om onze eigen voorstelling completer te maken.

In dit hoofdstuk worden de theorieën van Sontag gebruikt om te analyseren waarom we foto's maken en waarom foto's doeltreffend zijn bij het tonen van de dood en het lijden. Omdat er in dit onderzoek gebruik gemaakt wordt van reisfotografie in reisgidsen, wordt de ontwikkeling daarvan kort behandeld. Ook zal er een uiteenzetting over blogs gegeven worden. Daarnaast zal de theorie van Liesbeth van Zoonen over semiotiek behandeld worden met betrekking tot het analyseren van beelden. De theorie zal gebruikt worden bij het analyseren van beelden die toeristen en gidsen maken van Auschwitz.

### *4.1 Fotografie: achtergronden*

De dood is veelvuldig vastgelegd in de beeldende kunst, maar sinds de uitvinding van fotografie zijn mensen zich nog meer bezig gaan houden met het vastleggen ervan. Men ging ervan uit dat een schilderij geen werkelijke weergave van de feiten was, maar een interpretatie van de kunstenaar. Fotografie daarentegen zou objectief vastleggen wat er zich op een moment had afgespeeld<sup>3</sup>. Fotografie werd gebruikt om herinneringen in leven te houden. Zeker toen de fotografie zich verder ontwikkelde en de apparaten kleiner, sneller en makkelijker te hanteren waren, werd het mogelijk om de dood op heterdaad te betrappen. Doordat beelden universeel zijn, overstijgen ze vaak het woord (Sontag, 2005: 24-25). Sontag stelt dat de foto het best in de herinnering blijft hangen, meer dan bewegende beelden. Juist in deze tijd waarin we dagelijks worden overspoeld door (bewegende) beelden, biedt de foto een 'snelle manier om iets te begrijpen en een compacte vorm om in het geheugen op te slaan' (p. 22).

Sontag stelt dat we allemaal foto's bewaren in ons geheugen die we op kunnen roepen wanneer we aan een bepaalde gebeurtenis worden herinnerd. De foto kan een symbool worden doordat we (via de media) bepaalde beelden hebben opgeslagen (p. 22-23). De foto van het naakte Vietnammeisje of de uitgemergelde joden achter prikkeldraad in het

---

<sup>3</sup> Dat ook foto's geen objectieve waarneming zijn maar vaak geënceneerd of bijgewerkt worden werd later pas een issue.

concentratiekamp zijn hier voorbeelden van. De foto maakt het mogelijk om mee te kijken naar de dood. De foto's die door de Rode Khmer gemaakt zijn van alle ter dood veroordeelden in Cambodja vlak voor ze geëxecuteerd werden, tonen ons personen die ons net voor hun dood aankijken. We zien deze foto's en beseffen ons dat ze een moment later vermoord zijn. Vervolgens bezoeken we de plek en maken we een foto van de duizenden opgestapelde schedels en botten die deze genocide heeft nagelaten. Degene die ons eerder aankeek vlak voor hij vermoord werd, kan nu voor je liggen.

Het is niet moeilijk om je in te leven in de situatie wanneer die beelden op je netvlies staan. We maken dus foto's om het moment vast te leggen en om ons in te kunnen leven in de situatie. Ook Crouch en Lübbren (2003) stellen dat we fotograferen om herinneringen vast te leggen, zowel in ons hoofd als op beeld. Beelden in de media helpen ons bij het sturen van onze voorstellingen. Beelden van Auschwitz in reisgidsen kunnen onze eigen voorstelling en onze herinnering aan Auschwitz vormen. We laten ons hierdoor inspireren wanneer we zelf fotograferen op de plek. Van Vree (1995) geeft aan dat wanneer we ons een gebeurtenis herinneren, het van belang is hoe we naar die gebeurtenis kijken en hoe we er verslag van doen. Hierin spelen media-uitingen een belangrijk rol<sup>4</sup>.

Reisfotografie bestaat vanaf het begin van de fotografie. In de jaren veertig en vijftig van de negentiende eeuw werd fotografie ingezet om andere culturen te documenteren<sup>5</sup>. Egypte was een van de belangrijke onderwerpen in die tijd. Met de uitbreiding van het imperialisme en het toerisme, werden foto's ook gemaakt om de achterblijvers de beelden uit verre landen te tonen (Ros, 1986: 11-13).

Reisgidsen bestaan al sinds de oudheid. De Duitse uitgever Karl Baedeker (1801-1859) was een van de eersten die een reisgids, zoals wij die nu kennen, uitgaf<sup>6</sup>. Zijn eerste gids toonde de hoogtepunten van Baedekers woonplaats Koblenz en werd in 1829 gepubliceerd. Baedeker werd bekend met een systeem waarbij door middel van sterren hoogtepunten werden aangegeven ([www.britannica.com](http://www.britannica.com)). Baedekers gidsen zetten de standaard als betrouwbare reisgidsen ([www.absoluteastronomy.com](http://www.absoluteastronomy.com)). Reisgidsen werden vanaf de tweede helft van de negentiende eeuw op grotere schaal uitgegeven. Michelin is een van de bekendste uitgever van reisgidsen. In 1900 werd de eerste reisgids van Michelin uitgegeven met als doel het toerisme per auto te promoten ([www.britannica.com](http://www.britannica.com)). Later

---

<sup>4</sup> Zie het vorige hoofdstuk.

<sup>5</sup> In 1839 werd de uitvinding van de fotografie officieel bekendgemaakt (Zweers, 1986: 19).

<sup>6</sup> Een gids met als bedoeling het informeren van reizigers, met beschrijvingen van hoogtepunten en lijsten met goede restaurants en/of hotels.

volgden ook reisgidsen van National Geographic, Lonely Planet en, in Nederland, van de ANWB.

In de eerste gidsen stond alleen informatieve tekst (Groeneveld, 1986: 16). Foto's werden voornamelijk gereproduceerd als gravures in wetenschappelijke werken, niet in toeristische gidsen. Door het toenemende aantal toeristen werd de vraag naar foto's van toeristische plekken groter. De eerste boeken met foto's van landschappen, steden of archeologische plaatsen werden in hotels verkocht. Met de introductie van Kodaks rolfilmcamera (1888) konden toeristen voor het eerst zelf foto's maken (Zweers, 1986: 20-21).

Fotografie werd steeds belangrijker als middel in kranten, tijdschriften en ook gidsen om lezers te trekken en te binden. Na 1900 werden voor het eerst foto's in kranten gedrukt, in plaats van gravures. Beelden werden steeds belangrijker in de krant. Later, met de opkomst van televisie, werd de beeldcultuur geïntroduceerd en kijkers en lezers van gedrukte media verlangden nu meer dan alleen lappen tekst. Met de toenemende welvaart gingen ook meer mensen op vakantie en dikwijls naar het buitenland (Meeuwssen, 2006). De combinatie van de commercialisering van fotografie in gedrukte media en het toenemend aantal toeristen dat geïnteresseerd was in het vastleggen van exotische bestemmingen, zorgde ervoor dat reisgidsen ook meer illustraties kregen.

Afbeeldingen zijn nu niet meer weg te denken uit reisgidsen. Volgens Tussyadiah en Fesenmaier (2008) fungeren beelden (foto's en video's) als bemiddelaar tussen de toerist en de plek die hij bezoekt. Beelden beïnvloeden de ervaring die de toerist heeft en duwen die ervaring in een bepaalde richting. Tussyadiah en Fesenmaier stellen dat hoe meer het toerisme georganiseerd wordt, hoe groter de beïnvloeding van de toerist is. Reisgidsen zijn een bekende en geaccepteerde bemiddelaar. De auteurs schrijven dat de bemiddeling en beïnvloeding van toeristen niet alleen plaatsvinden tijdens hun bezoek, maar ook voor aan of na hun bezoek. De beelden die in reisgidsen staan, zijn hierbij van invloed. Minstens zo belangrijk zijn digitale beelden. Reisgidsen opereren nu steeds meer digitaal. Veel reisgidsen hebben een eigen blog op hun website, net als podcasts en video's. Via een virtuele realiteit kan de toerist een ervaring opdoen en zich een beeld vormen van de te bezoeken plek.

Toeristen hebben de behoefte om hun bezoeken te delen met anderen. Internet biedt uitkomst omdat het voor iedereen toegankelijk is. Veel toeristen houden dan ook een blog bij. Niet alleen vanuit huis kunnen zij hun blog bijhouden, ook op locatie is het mogelijk om hun blog te updaten (door middel van podcasts) (Tussyadiah en Fesenmaier, 2008). Veel reisgidsen die ooit begonnen zijn als papieren gids zonder foto's, hebben nu een eigen website

met blog. Lonely Planet of National Geographic zijn hier voorbeelden van. Hieruit blijkt dat reisgidsen de trend om reisverhalen digitaal te verspreiden hebben opgepikt en op de behoefte van toeristen inspringen. Reisgidsen groeien naar blogs toe.

#### 4.2 Fotografie: analyse

Bij het analyseren van beelden wordt dikwijls de semiotiek gebruikt. Semiotiek als onderzoeksmethode betekent ‘tekenleer’ en hiermee wordt de wijze waarop betekenissen door middel van tekens tot stand komen onderzocht en hoe deze betekenissen vervolgens weer worden overgedragen via (media)teksten (Van Zoonen, 2004).

Een van de grondleggers van de semiotiek is De Saussure, die zijn theorie ontwikkelde rond de begrippen *signifiant* en *signifié*. De signifiant is het begrip, maar dan zonder dat er een betekenis aan is toegekend. Het is het lege omhulsel dat alleen uit een woord bestaat. De signifié is de inhoud van het woord. Samen vormen de signifiant en signifié het teken (sign). Het woord ‘bureau’ is zonder betekenis een loos woord. Als je niet weet dat er aan het woord bureau de betekenis ‘schrijftafel’ zit, betekent het woord niets. Pas wanneer er een inhoud aan is toegekend, weet je dat er met bureau een schrijftafel wordt bedoeld en niet een instantie (Van den Braembussche, 2000: 288-289).

Betekeningen van beelden komen tot stand door tekens die in de beelden liggen. Bij de semiotiek draait het er dus om die betekenissen bloot te leggen en hoe deze betekenissen worden overgedragen via teksten en beelden. In dit onderzoek wordt gekeken naar foto’s die toeristen nemen en die reisgidsen afdrucken van Auschwitz. Bij het analyseren van de manier waarop een foto geïnterpreteerd zou kunnen worden, zijn psychoanalytische theorieën van belang. Het onderbewuste speelt een belangrijke rol in deze theorieën. De theorie stelt dat we bewust bepaalde verlangens, gevoelens, angsten en fantasieën onderdrukken die in ons onderbewuste naar boven komen. Deze theorie wordt toegepast in het model van de *toeschouwer (spectator)*; de ideale kijker die zich in een geconstrueerde situatie identificeert met wat hij ziet door zich te laten leiden door zijn onderbewuste verlangens en vervolgens daarop reageert (Sturken en Cartwright, 2001: 72-76). Bij een foto van Auschwitz kan dit betekenen dat de toeschouwer bepaalde tekens op de foto ziet die doen denken aan wat er ooit op die plek gebeurd is. Het verlangen om een glimp van de gruwelijke geschiedenis die zich daar afgespeeld heeft terug te zien, leidt tot een bepaalde interpretatie van het beeld.

Er bestaan verschillende tekens, de *symbolische*, de *indexicale* en de *iconische* tekens. Symbolische tekens kunnen woorden of verkeersborden zijn. Op zichzelf betekenen ze niets maar omdat wij een betekenis hebben toegekend aan bijvoorbeeld het ‘verboden in te rijden’

bord, weten we dat een rood bord met witte streep dat betekent. De iconische tekens verwijzen naar foto's die hun betekenis krijgen door gelijkenissen. Een foto van een boot kan niet verwijzen naar een vliegtuig. Indexicale tekens ten slotte zijn tekens waarvan we de betekenis moeten afleiden. Een voorbeeld daarvan is een ziekte: een snotneus en niezen wijzen op verkoudheid (Van Zoonen, 2004: 77-79). In deze thesis wordt in eerste instantie alleen gekeken naar iconische tekens. Symbolische en indexicale tekens verlangen een interpretatie die subjectief is. De beelden in dit onderzoek worden echter zonder vooronderstelde interpretatie bekeken. Prikkeldraad is hier gewoon prikkeldraad zonder dat daar meteen de connotatie van joden in concentratiekampen aan wordt toegekend. Een hakenkruis kan echter niet bekeken worden zonder dat daar de achterliggende gebeurtenissen bij worden gedacht. Zulk soort overduidelijke en algemeen geaccepteerde symbolen wordt wel meegenomen als symbolische tekens.

Tekens bestaan verder uit een *denotatief* en een *connotatief* niveau. De denotatie is waar het teken letterlijk naar verwijst en kan onder de iconische tekens geschaard worden. De connotatie legt vervolgens een tweede betekenis op het beeld en behoort zo tot de indexicale tekens. Als ik een klavertje vier vind, is het klavertje op denotatief niveau een groen plantje, in dit geval met vier blaadjes. Op connotatief niveau betekent dit plantje echter 'geluk' (Van den Braembussche, 2000).

Bij foto's van Auschwitz wordt in dit onderzoek voornamelijk op denotatief niveau naar tekens gekeken. Een verbrandingsoven is hier in eerste instantie gewoon een oven. Als heel veel mensen een foto van de ovens hebben, zegt dat iets over wat mensen voor ogen hebben bij het bezoeken van Auschwitz. De connotatie hoeft hier niet aangewezen worden door de onderzoeker: de wetenschap dat dit beelden van Auschwitz zijn zegt de kijker genoeg.

Ook de relatie tussen tekens is van belang bij het analyseren van beelden. Tekens hebben meer waarde als ze worden gecombineerd met andere tekens door codes of conventies, op zichzelf zeggen ze minder. Dit wordt *syntagmatische relatie* genoemd. Daarnaast is er ook een *paradigmatische relatie*. Hierbij draait het om de relatie tussen een teken en de tegenstelling daarvan (Van Zoonen, 2004: 79). Dit betekent dat de tekens die wel aanwezig zijn op de foto, hun tegenstelling vinden in dat wat niet aanwezig is. Hierbij zegt het aanwezige teken iets over dat wat wordt aangeprezen (bij reclames) of het beeld dat wordt uitgedragen. Foto's van uitsluitend mannelijke militairen wekken de indruk dat vrouwen, die de tegenstelling van mannen vormen, niet in het leger zitten. Dit is cultureel bepaald.

Bij foto's van dark sites is de relatie tussen tekens van belang. Zo kan een reeks foto's meer zeggen over de omgeving en de ideeën van de toerist over de omgeving dan een enkel

beeld. Als dezelfde relatie steeds voorkomt, zegt dit iets over hoe de toerist of de reisgids Auschwitz wil uitbeelden. Een mogelijkheid is dat de combinatie van treinrails, prikkeldraad en ovens steeds voorkomt. Wat zegt dit over de wijze waarop er naar Auschwitz gekeken wordt?

Ten slotte kan een foto ook getypeerd worden als een overzichtsfoto. Dit houdt in dat er een overzichtsfoto van de plek wordt gemaakt waar zoveel mogelijk op staat. Deze foto wordt dan niet alleen op de individuele tekens beoordeeld, maar ook op het gegeven dat het een overzichtsfoto is. Het vermoeden bestaat dat veel mensen een overzichtsfoto nemen van de dark site, bijvoorbeeld om de situatie te kunnen overzien en die in zijn geheel vast te kunnen leggen; zo was het en zo is het nog steeds.

#### *4.3 Blogs*

Sinds het ontstaan van internet in 1969 is het sterk ontwikkeld en uitgebreid. Het begon met een viertal Amerikaanse universiteiten die zich via de computer op een netwerk aansloten, zodat ze met elkaar konden communiceren. In 1977 hadden 111 organisaties zich aangesloten en in 1987 waren dit er 30.000. Vanaf 1992 werd het miljoen overschreden. Inmiddels zijn meer dan twee miljard computers aangesloten wereldwijd, die dankzij het *World wide web* (www) met elkaar communiceren. Uit onderzoek van het *Sociaal Cultureel Planbureau* blijkt dat er steeds vaker en langer gebruik gemaakt wordt van internet en dat het marktaandeel van dit relatief jonge medium snel groeit. Er wordt steeds minder tijd besteed aan traditionele media zoals kranten en televisie (Huysmans, De Haan & Van den Broek, 2004: 197-201). Traditionele media hebben naast hun papieren versie vaak ook een website.

Op veel krantenwebsites kan er 'geblogd' worden. Blogs (afgeleid van weblogs) zijn online pagina's waarop actualiteiten, meningen, discussies, politiek of persoonlijke zaken worden aangekaart en besproken tussen individuen (www.blog.nl). Met de expansie van internet kwamen in de jaren negentig de eerste pioniers op die begonnen met bloggen. In Nederland was programmamaker Wim de Bie in 2001 een van de eersten die een blog opzetten: Bieslog. Inmiddels bestaan er wereldwijd 133 miljoen blogs waarvan de helft uit Amerika komt en 27 procent uit Europa (www.nrc.nl). Hoewel critici beweren dat blogs alleen amateuristisch geneuzel voortbrengen en een gevaar zijn voor traditionele media wordt er wel degelijk rekening gehouden met blogs (Andrew Keen, 2007). Het Amerikaanse tijdschrift *Time* stelt jaarlijks een lijst op van de meest invloedrijke mensen en hierin worden ook bloggers opgenomen.



In Nederland bestaan er ongeveer 800.000 blogs, waarvan maar tien procent actief is. Er ontstaan steeds meer ‘spookblogs’ omdat nieuwe netwerken zoals *Hyves* en *Twitter* makkelijker en sneller zijn. Toch hebben blogs een groot voordeel: het vormt je digitale visitekaartje. Op je blog kun je foto’s, filmpjes en verhalen plaatsen in één bericht, waar dit bij sociale netwerksites niet kan ([www.nrc.nl](http://www.nrc.nl)). Doordat blogs gespecialiseerd zijn, er beelden en verhalen tegelijkertijd op geplaatst kunnen worden en er directe interactie bestaat tussen bloggers, lenen ze zich uitstekend voor reisverhalen. In een artikel in het *Algemeen Dagblad* vertelt Cindy van Essen ‘Ik zie de reisblog als een makkelijke, leuke en snelle manier om veel mensen in korte tijd te bereiken’ ([www.ad.nl](http://www.ad.nl)). En het grote voordeel van internet blijkt meteen: overal ter wereld kan geblogd worden omdat er zoveel computers aangesloten zijn op internet. Van Essen bericht haar familie over haar wereldreis vanuit de Himalaya. De reisblog wordt gezien als een live verslag. Je krijgt de foto’s en verhalen van mensen direct te zien ([www.ad.nl](http://www.ad.nl)).

#### *4.4 Afsluiting*

Foto’s zijn snel, compact en blijven langer hangen in het geheugen dan bewegende beelden. Door deze eigenschappen en doordat ze (vroeger) geacht werden objectief te zijn, is het gebruik ontstaan om foto’s in te zetten om gebeurtenissen vast te leggen en over te brengen. Reisfotografie is vrijwel meteen na de uitvinding van de fotografie ontstaan. Reisfoto’s, die vooral leunen op grote impressiefoto’s, zijn van belang bij het vormen van een beeld over een bepaalde plek.

Door middel van semiotiek kunnen foto’s geanalyseerd worden. Wat en hoe wordt er gefotografeerd? In dit onderzoek wordt deze methode dan ook gebruikt om foto’s te analyseren die reisgidsen en toeristen (op blogs) plaatsen over Auschwitz. In het volgende hoofdstuk wordt er dieper ingegaan op de afbakeningen en methoden van het onderzoek.

## *5. Methoden*

In dit onderzoek worden beelden van Auschwitz bekeken die gepubliceerd zijn in reisgidsen en op reisblogs. De beelden uit reisgidsen die meegenomen worden, zijn beelden die zijn gepubliceerd in Nederlandse reisgidsen vanaf 1979 tot en met 2009. Naast de beelden in reisgidsen worden foto's die toeristen hebben gemaakt tijdens hun bezoek aan Auschwitz en die zij op reisblogs op internet hebben geplaatst, bekeken. De reisblog die hierbij wordt geanalyseerd, is [www.travelblog.org](http://www.travelblog.org). De periode die binnen dit onderzoek wordt aangehouden is gekozen, zoals in de inleiding is vermeld, omdat Auschwitz in 1979 op de werelderfgoedlijst van UNESCO is geplaatst. Trips naar het erfgoed door andere dan Poolse bezoekers zijn vanaf die tijd aannemelijker. Bij de reisblog wordt alleen naar beelden uit 2009 gekeken. Zoals in de inleiding is vermeld, biedt internet oneindige ruimte. Er worden zoveel beelden gepubliceerd dat deze niet allemaal meegenomen kunnen worden in dit onderzoek.

### *5.1 Afbakeningen*

Tijdens dit onderzoek worden alle beelden in Nederlandse reisgidsen met als onderwerp Auschwitz bekeken. Er is gekozen voor Nederlandse en in het Nederlands vertaalde reisgidsen. Het onderzoeksmateriaal zou te omvangrijk worden als ook reisgidsen in andere talen waren meegenomen. Bovendien zijn de meeste reisgidsen vertaald. Het Nederlandstalige aanbod is een goede representatie van het totaal gepubliceerde reisgidsen.

De gekozen reisblog heeft een grote diversiteit aan foto's van Auschwitzbezoekers. Deze website is echter internationaal en de beelden die hierop gepubliceerd zijn, zijn afkomstig van mensen met verschillende nationaliteiten. Uit vooronderzoek is echter gebleken dat er niet genoeg Nederlandse blogs over Auschwitz gevonden kunnen worden om een representatieve onderzoekspopulatie samen te kunnen stellen. Nederlandse blogs alleen geven samen niet genoeg beelden om een goed beeld te kunnen krijgen van wat toeristen fotograferen in Auschwitz. Om deze reden is er gekozen voor een internationale blog. Deze blog is representatief omdat hij, in vergelijking tot veel andere blogs, een verzameling laat zien van toeristen en hun foto's. Veel blogs zijn van een individu en bieden zodoende geen goed overzicht. Uit onderzoek is gebleken dat deze blog hoog gewaardeerd wordt door verschillende media en dat het een van de bekendste blogs is binnen zijn segment. Travelblog.org werd in 2002 opgezet en is een van de pioniers die reisblogs populair heeft gemaakt. Ook nu is de blog een van de populairste onder reisblogs (Law, 2009: 344).

Bij de reisgidsen is alleen naar Nederlandse gidsen gekeken. Ondanks het feit dat de reisblog internationaal is en de te onderzoeken gidsen dat niet zijn, is het de vraag of de beelden in reisgidsen uitsluitend Nederlands zijn. Ze kunnen evengoed van grote en internationale persbureaus komen. Veel van de Nederlandse reisgidsen zijn vertaald.

Op [travelblog.org](http://travelblog.org) staan 78 blogs (tot en met september) waarvan elf bloggers in 2009 Auschwitzfoto's hebben geplaatst. Deze blogs zijn verdeeld over de maanden februari en april tot en met september. Van januari en maart staan er geen foto's op de website. Op twee blogs, een uit september en een uit juli, staan geen foto's. Er zijn echter meerdere blogs uit september en juli actief en die hebben wel foto's geplaatst. Bij elkaar leveren de blogs 161 foto's op, maar zeven van deze beelden gaan niet over Auschwitz, die zijn niet meegenomen. In totaal zijn er 154 beelden van blogs geëvalueerd. Zij zullen allemaal geanalyseerd en ingevoerd worden in SPSS. Hetzelfde geldt voor de beelden die in reisgidsen gevonden werden. Bij het analyseren van de beelden werden een aantal variabelen opgesteld. Er is zowel kwantitatief als kwalitatief naar de foto's gekeken.

### *5.2 Kwantitatief – beeldinhoudelijk en rechte tellingen*

Bij het analyseren van de beelden wordt een codeerschema gebruikt. Zoals in hoofdstuk vijf is besproken, zal bij de analyse van beelden de semiotische analyse gebruikt worden. In het codeerschema waarmee de beelden worden bekeken, zijn de aspecten van de semiotiek overgenomen. De criteria worden verdeeld in formele en inhoudelijke aspecten. De formele aspecten bestaan uit de categorieën zwart/wit of kleurenfoto's, camerastandpunt en diafragma. Bij het aspect camerastandpunt wordt gekeken naar het standpunt van de fotograaf. Voorbeelden hiervan zijn of een foto vanuit kikker- of vogelperspectief is genomen (van boven of van onder) of recht, en of er close-ups of foto's van veraf gemaakt zijn.

Foto's die recht zijn en die van veraf zijn genomen (wide shot), kunnen algemener genoemd worden dan beelden die een close up laten zien. Denk maar aan een foto van de entreepoort die van veraf is genomen met veel gras eromheen; die toont geen details en trekt de kijker niet naar een specifiek punt. Deze foto's zijn minder intens. Foto's in close up tonen de betrokkenheid van de bezoeker bij een artefact meer dan wanneer hij of zij een rechte, wijde foto maakt.

Wanneer een foto in kikker- of vogelperspectief is genomen, zegt dit meestal ook meer over de betrokkenheid van de fotograaf. Dit komt doordat er bij deze perspectieven gekeken is naar de esthetiek van het beeld. Er is moeite gedaan om een ander, esthetischer, beeld te maken dan wanneer een foto recht is. Ook wanneer er voor zwart/wit foto's is gekozen door

de fotograaf, kan dit duiden op het verlangen om de foto esthetischer te maken. In deze tijd, waarin kleurenfoto's de norm zijn, zijn zwart/witbeelden een bewuste keuze om zo bepaalde elementen op het beeld beter uit te laten komen, of om de foto sfeer mee te geven.

Diafragma houdt in dat er wordt gekeken of sommige punten (bewust) waziger zijn dan andere punten en of er scherp is gesteld op bepaalde aspecten, zodat de aandacht daar naartoe gaat. Het uitlichten van sommige aspecten door deze scherp te maken ten opzichte van andere aspecten, maakt het beeld esthetischer.

De inhoudelijke aspecten bestaan uit wat er te zien is op de foto, de kop en onderschriften bij de beelden en wie er op de foto staan<sup>7</sup>.

Er wordt een objectieve beschrijving gegeven van wat er op de foto te zien is. Hierbij wordt er van voor naar achter gewerkt. Er wordt als eerst aangegeven wat er het meest op de voorgrond staat en van hieruit wordt er naar achteren gewerkt, tot het voorwerp dat het meest in de verte staat. Hierbij wordt gebruik gemaakt van voornamelijk iconische tekens: gras verwijst naar gras. Alleen als er een teken als een hakenkruis (symbool) wordt gebruikt, wordt dit ook benoemd als een hakenkruis, omdat iedereen dit symbool kent.

Naast formele en inhoudelijke aspecten bestaan er standaardcriteria. Deze zijn het medium (gids of blog), de naam van het medium (bij gidsen bijvoorbeeld de ANWB) en de datum<sup>8</sup>. Ten slotte wordt er aangegeven wat er bij elkaar op een pagina of blog staat, bijvoorbeeld een foto met prikkeldraad, een foto met treinrails en een foto van een gedenkteken staan bij elkaar. Zo kan bekeken worden wat vaak in combinatie met elkaar wordt geplaatst (de syntagmatische relatie). Hierbij krijgt ieder beeld een onderwerp toebedeeld. Dit onderwerp geeft het beste weer waar de foto over gaat. Deze onderwerpen vallen uiteen in: gebouwen, entreepoort, treinrails, prikkeldraad, gedenkteken, surveillance, martelwerktuigen/plekken, ovens en gevangnissen/barakken. De meest voor de hand liggende onderwerpen die vaak getoond zijn en worden, en die als symbool van Auschwitz bekend staan, zijn de entreepoorten naar Birkenau en Auschwitz I, de treinrails en het prikkeldraad. Onderwerpen die niet vaak worden getoond in de media en minder bekend zijn wanneer men aan Auschwitz denkt, zijn barakken en gebouwen, gedenktekens en martelplekken of -werktuigen. Onder surveillance vallen wachttorens en bordjes met waarschuwingsteksten (Halt! of Achtung). Surveillancefoto's kunnen voor de hand liggend

---

<sup>7</sup> Dit wordt duidelijk aan de hand van de bij- en/of onderschriften. Dit kan uiteenvallen in bekenden (reisgenoten) en onbekenden, waarbij de onbekenden uiteenvallen in toeristen, werknemers of slachtoffers. Slachtoffers zijn nabestaanden die het kamp bezoeken.

<sup>8</sup> Bij gidsen wordt de datum waarop de gids of het artikel is gepubliceerd aangehouden. Bij blogs wordt de datum die bij de beelden van de reis staat vermeld gebruikt.

zijn als ze afgebeeld zijn als een overzichtsfoto waarop wachttorens staan. Wanneer er echter details, zoals de bordjes met tekst, worden gefotografeerd, zijn deze foto's specifiek.

Niet alle beelden worden meegenomen in dit onderzoek. Het onderzoek draait alleen om beelden van Auschwitz en de directe omgeving ervan. Andere beelden van Polen of van de stad waarbij het concentratiekamp Auschwitz staat, worden niet meegenomen.

Zoals in de hypothesen is gesteld, wordt er gekeken naar de mate waarin de beelden, in reisgidsen en op blogs, naar elkaar toe zijn gegroeid. De rode draad in dit onderzoek is de vraag 'wat wordt er van Auschwitz afgebeeld?'. Hierbij wordt verondersteld dat gidsen aanvankelijk voornamelijk onpersoonlijk overzichtsfoto's plaatsten, waar zij nu ook meer details fotograferen, vaker mensen op de foto zetten en meer gebruik maken van formele aspecten, zoals andere camerastandpunten en diafragma's. Toeristen op blogs maken hier al veelvuldig gebruik van.

Wanneer blijkt dat gidsen inderdaad meer foto's opnemen die overeenkomen met die van toeristen, kan gesteld worden dat de twee media naar elkaar toe gegroeid zijn. Ook kan gesteld worden dat de opvattingen over Auschwitz veranderd zijn in de loop der jaren. Omdat beelden in de media van invloed zijn op de ideeën van het publiek, zullen ook de media een andere visie geven.

### *5.3 Kwalitatief – inhoudsanalyse*

Ten slotte wordt er in dit onderzoek kwalitatief naar het materiaal gekeken. Naast het gecodeerde materiaal dat in SPSS wordt verwerkt, zullen er een aantal beelden kwalitatief geanalyseerd worden met behulp van de semiotiek. Door foto's inhoudelijk te bekijken, kan er een vollediger beeld gegeven worden van wat mensen vastleggen. Sommige interpretaties komen niet naar voren met behulp van louter kwantitatief onderzoek. Er wordt van ieder medium, van internet en uit gidsen, een aantal foto's op kwalitatieve wijze bekeken. Uit de periode 2009 worden vijf foto's van internet en één foto uit de reisgidsen bekeken<sup>9</sup>. Hierbij wordt er gelet op wat in die periode kenmerkende Auschwitz foto's zijn voor beide media. Daarnaast wordt gekeken naar één foto uit de jaren '80 die steeds terugkeert en dus kenmerkend is voor die periode, één foto uit de jaren '90, en twee foto's uit de jaren '00 uit de reisgidsen. Zo kan ook bekeken worden of dit beeld over de jaren is veranderd.

---

<sup>9</sup> Omdat er van de blogs alleen naar 2009 is gekeken, worden hier vijf foto's geanalyseerd. Van gidsen worden hier minder beelden bekeken omdat er over de rest van de periode ook al foto's bekeken worden. De jaren '00 zijn voor gidsen kenmerkender dan alleen 2009. Vandaar dat hieruit twee en uit 2009 maar één beeld wordt bekeken.

## *6. Resultaten - Kwantitatief*

In het theoretisch kader is besproken dat dark sites om verschillende redenen bezocht worden. Plekken die lichter zijn trekken vaker bezoekers die uit sensationele motieven komen, terwijl plekken die aan het donkere uiterste van het spectrum staan met meer respect voor het verleden bezocht worden. De media zijn van belang bij het genereren en behouden van de aandacht rond dark sites. Zo worden wij op gebeurtenissen gewezen of eraan herinnerd via de media.

Ook Auschwitz wordt in leven gehouden door, onder andere, de aandacht vanuit de media. Toch blijkt het lastig te zijn Auschwitz goed af te beelden. Veel films en documentaires hebben een poging gedaan het leed van gevangenen te verbeelden. De beelden van Auschwitz worden door het publiek meegenomen wanneer dat het erfgoed bezoekt en er foto's van maakt. Op die manier zijn media van belang bij het attenderen, construeren en herhalen van ideeën rondom dark sites in het algemeen en Auschwitz in het bijzonder. Uit de resultaten zal blijken hoe reisgidsen en toeristen Auschwitz zien en verbeelden en of deze groepen elkaar beïnvloeden.

In totaal zijn er na het verzamelen van het materiaal 175 onderzoekseenheden, of beelden, gevonden in de twee verschillende media. In dit eerste deel van het resultatenhoofdstuk zullen de kwantitatieve resultaten op cijfermatige manier worden besproken. Tevens wordt door middel van iedere paragraaf een antwoord gegeven op een van de deelvragen.

### *6.1 Het verbeelden van Auschwitz in gidsen*

Van de 175 beelden zijn slechts 21 beelden afkomstig uit reisgidsen, dit is 12 procent van alle beelden. Tussen 1979 en 2009 zijn dertig gidsen gevonden over Polen. Niet in iedere gids stonden beelden van Auschwitz en wanneer dit wel het geval was, stond in de meeste gidsen slechts één beeld. In veertien van de dertig gidsen werden beelden van Auschwitz getoond. In tabel een is een overzicht gegeven van het aantal gidsen per periode van vijf jaar en het aantal foto's dat in deze gidsen is gepubliceerd. Te zien is dat het aantal foto's sterk oploopt naarmate de gidsen recenter worden. Er worden wel gidsen gepubliceerd, maar er staan geen of weinig foto's in tot aan de jaren '00. In de laatste vijf jaar wordt maar één gids meer uitgebracht dan de vijf jaar daarvoor (acht om negen gidsen), maar er staan wel bijna twee keer zoveel foto's in dan de jaren ervoor (zeven om twaalf foto's). De balans is dus

opgeschoven van relatief veel gidsen en geen tot weinig foto's, naar ongeveer hetzelfde aantal gidsen met veel foto's.

Jaren	Gidsen	Foto's
1979-1984	1	1
1985-1989	0	0
1990-1994	7	0
1994-1999	5	1
2000-2004	8	7
2005-2009	9	12
<b>Totaal</b>	<b>30</b>	<b>21</b>

Tabel 1: Aantal gidsen en foto's in gidsen in de onderzochte periode.

De uitgevers van de reisgidsen waren de ANWB, Capitoool reisgidsen, Thomas Cook, Dominicus, Het Spectrum (Nelles reisgidsen), De Wegwijzer, Meinema/Averbode en Gottmer Reisgidsen. De meeste van deze gidsen zijn vertaald vanuit het Pools, Duits of Engels. De gidsen van de ANWB, Capitoool en Thomas Cook publiceerden alle drie 14 procent van het totaal aantal beelden. De vijf overige gidsen zijn samen goed voor 58 procent, wat op ongeveer 11 procent per gids neerkomt.

Zestien van de dertig gidsen hebben geen beelden van Auschwitz gepubliceerd in de onderzochte periode. De meeste van deze gidsen waren uitgebracht door de ANWB en Marco Polo. Marco Polo toont nooit beelden van Auschwitz, terwijl de ANWB dit soms wel doet en andere keren niet. Het is opvallend dat iedere onderzochte gids Auschwitz noemt, maar er in de meeste gevallen geen beelden van plaatst. Vaak staat er in de tekst wat er gebeurd is in Auschwitz, hoeveel slachtoffers er zijn gevallen en dat het kamp nu een museum is en op de werelderfgoedlijst staat, alles zonder beelden.

Voor de ANWBgids valt op in dit opzicht. De eerste gids die onderzocht is binnen de tijdsperiode, is afkomstig uit 1981 en was door de ANWB uitgebracht. In deze gids staat wel een afbeelding. Vervolgens staat er in geen enkele ANWBgids tot 2005 een afbeelding van Auschwitz. In een van de ANWBgidsen, die uit 1998, staat in het stukje over Auschwitz: 'Het is onmogelijk een beeld te geven van wat zich hier werkelijk heeft afgespeeld' (Hus, 1998: 302). In 1981, twee jaar nadat Auschwitz op de werelderfgoedlijst was geplaatst, dacht de ANWBgids daar anders over en vanaf 2005 ook. Opvallend is ook dat in 1981 de ANWBgids één foto toont, zwart/wit, vanuit kikkerperspectief en een foto die als detailfoto gedefinieerd kan worden.

In 2005 en 2009 (de andere twee jaren waarin de ANWBgids foto's publiceerde) zijn het beide kleurenfoto's, vanuit vogelperspectief en overzichtsfoto's. In 1981 wordt de

entreepoort met de tekst ‘Arbeit macht frei’ getoond en in zowel 2005 als 2009 worden barakken getoond. De foto’s in 2005 en 2009 zijn hetzelfde, maar in 2009 is de foto breder uitgesneden, zodat er meer zichtbaar is. Zo is er op de foto uit 2009 prikkeldraad te zien en lopen er mensen, die op de foto uit 2005 weggesneden zijn. Zoals in het stukje over de methoden is uitgelegd, is een afbeelding van een entreepoort een veel voorkomend beeld wanneer de media Auschwitz afbeelden, of wanneer mensen zich een beeld vormen van Auschwitz. De foto is echter wel in detail en vanuit kikkerperspectief, wat het weer minder algemeen maakt. Het feit dat het een zwart/witfoto betreft kan hier niet meegenomen worden, aangezien de hele gids in zwart/wit is afgedrukt. De beelden uit 2005 en 2009 tonen op het eerste oog een algemener beeld omdat ze in kleur zijn en een overzicht tonen. Maar de beelden zijn wel vanuit vogelperspectief genomen, wat ze specifieker maakt, en het onderwerp (barakken) is een onderwerp dat niet meteen voor de hand ligt. Ook het feit dat in 2009 hetzelfde beeld gebruikt is als in 2005, maar dan ruimer uitgesneden, geeft een ander perspectief. Nu staan er ook mensen op. In reisgidsen worden in 57 procent van de gevallen geen mensen getoond. Wanneer er mensen worden getoond, zoals in tabel 2 zichtbaar is, gaat het uitsluitend om onbekenden. Het zijn toeristen, zoals uit de analyse blijkt.

Percentage foto's	
Bekenden	0 %
Onbekenden (toeristen)	43 %
Onbekenden (werknemers)	0 %
Onbekenden (slachtoffers)	0 %
Niet van toepassing	57 %

**Tabel 2: Aantal foto's met en zonder personen in gidsen in procenten.**

Op de foto's uit 1981 en uit 2005 staan geen mensen maar in 2009 wel. Sterker nog, die worden nu speciaal getoond, waar ze eerder werden weggesneden. Op een minderheid van de beelden in gidsen staan mensen, de ANWBgids hoorde hier in voorgaande jaren ook bij. In het meest recente jaar volgen de reisgidsen echter een andere trend en tonen ze wel mensen.

Wat opvalt bij de analyse van de reisgidsen van Polen, is dat het zwaartepunt van publicaties met Auschwitzbeelden in de jaren '00 ligt. In de jaren '80 (1981) en '90 (1996) zijn er slechts twee beelden gepubliceerd. Opnieuw moet hierbij opgemerkt worden dat in alle gidsen Auschwitz genoemd en omschreven wordt. Veel vaker komen beelden voor van de getto's in Warschau of van Krakau na bombardementen. Auschwitz blijft echter relatief vaak buiten beeld.



Capitool Reisgidsen laten ook alleen in de jaren '00 (2002, 2004 en 2006) beelden van Auschwitz zien. In iedere herziene gids wordt hetzelfde beeld getoond: een foto van treinrails, in kleur, als overzicht met als camerastandpunt altijd recht en breed. Dit beeld is een vrij algemeen beeld op alle vlakken. Op dit beeld staan ook toeristen en deze worden iedere keer afgebeeld. De reisgidsen van Thomas Cook springen eruit qua aantal gepubliceerde beelden en de manier waarop zij Auschwitz fotograferen. Thomas Cook heeft alleen in 2003 een gids over Polen uitgebracht (binnen de onderzochte periode) en hierin zijn drie foto's van Auschwitz opgenomen. De drie beelden zijn allemaal in detail en in kleur. De onderwerpen van de beelden zijn treinrails, prikkeldraad en de entrepoort: drie algemeen geaccepteerde symbolen van Auschwitz. De beelden zijn geen van allen recht of breed genomen, maar wel in kikkerperspectief en in close up. Qua esthetiek heeft Thomas Cook gekozen voor foto's met meer diepgang, hoewel ze alleen algemeen geaccepteerde symbolen laten zien.

De overige gidsen tonen een gedifferentieerder beeld. Zo hebben zij vier beelden die in de categorie gebouwen vallen geplaatst, drie beelden in de categorie treinrails, drie die onder surveillance vallen, en twee beelden die onder prikkeldraad vallen. Twee van de twaalf beelden vallen onder details, de overige tien zijn overzichten. Zes van de twaalf beelden zijn recht en breed geschoten, vier zijn vanuit kikkerperspectief (close up en breed) en twee zijn recht en in close up geschoten. De helft is dus vanuit een algemener perspectief genomen, en de andere helft juist vanuit een specifiekere. In 2002, 2004 en 2006 tonen deze gidsen mensen op de beelden, maar in de meeste gevallen staan er geen mensen op. Wat opvalt bij deze gidsen, is dat zij het meest andere beelden tonen. De gids van Meinema/Averbode, die als ondertitel 'gids voor de bewuste reiziger' heeft, toont gebouwen, ook in detail, de gids van Nelles Guide toont prikkeldraad vanuit close-up en probeert het inlevingsgevoel van de kijker aan te spreken met de foto. De gids van Wegwijzer toont een gebouw, dat op basis van de tekst een ingestorte gaskamer blijkt, iets wat geen enkele andere gids laat zien.

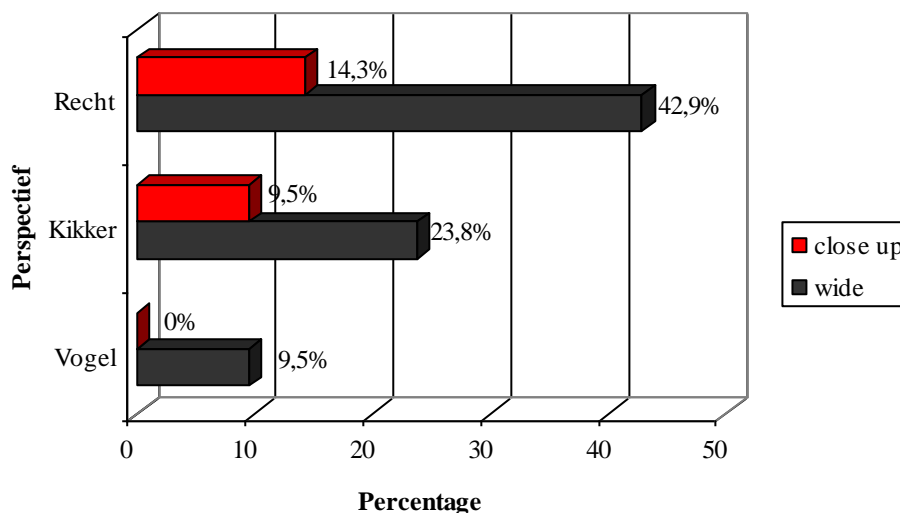
Reisgidsen tonen Auschwitz niet vaak, terwijl zij wel getto's of bombardementen afbeelden. Auschwitz is misschien nog net een stap te ver. Of zoals in de theorie werd gezegd en ook in de ANWBgids van 1998 werd geschreven, is het moeilijk om Auschwitz af te beelden. Als Auschwitz wordt afgebeeld, dan is het diafragma vaak scherp en worden de beelden bijna altijd in kleur afgedrukt. In tabel 3 is een overzicht gegeven van diafragma en kleur- of zwart/witfoto's in gidsen.

	Diafragma	Kleur
Scherp	86 %	
Wazig	5 %	
Deels Wazig	9 %	
Kleur		91 %
Zwart/wit		9 %

Tabel 3: Verdeling diafragma en kleur van foto's in gidsen in procenten.

Zoals te zien in de tabel is het aandeel zwart/witfoto's erg klein, evenals het aandeel deels wazige beelden. Scherpe beelden tonen alles even scherp en lichten niet iets specifiek uit, geheel wazige beelden zijn waarschijnlijk mislukte foto's, maar bij deels wazige beelden is er bewust scherp gesteld op iets. Deze beelden zijn in 2002 en in 2005 geplaatst en hebben als onderwerp allebei prikkeldraad. Het zijn beide close-ups van het prikkeldraad, terwijl ze tegelijkertijd een overzicht laten van wat er achter het prikkeldraad zichtbaar is. In beide gevallen is aan de esthetiek gedacht en is een symbool van Auschwitz (het prikkeldraad) gekozen om het kamp te tonen aan de (potentiële) bezoeker.

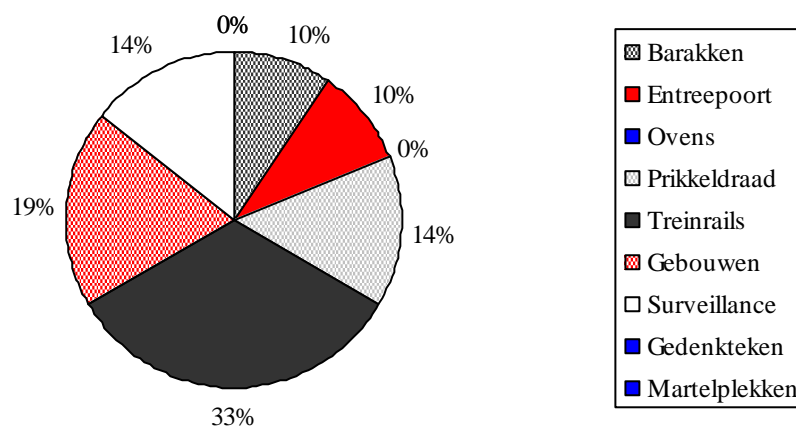
Gidsen tonen veruit het meest beelden die recht en wijd zijn genomen, zodat er veel op staat. Close-upbeelden komen echter ook voor. Hoewel ze minder tonen van het kamp, tonen ze wel een specifiek beeld. Je hebt meer het gevoel dat je in het kamp bent. In grafiek 1 is de verdeling van camerastandpunten bij beelden in gidsen weergegeven.



Grafiek 1: Aantal foto's per perspectief in gidsen in procenten.

In de grafiek is te zien dat rechte en wijde beelden het vaakst worden getoond, namelijk op bijna 43 procent van de beelden. Dit is vrij logisch als je ervan uit gaat dat Auschwitz heel groot is en gidsen een zo goed mogelijk beeld proberen te tonen in een of enkele foto's. Naast

de rechte beelden worden er relatief veel wijde beelden vanuit kikkerperspectief gepubliceerd, bijna 24 procent. Dit wordt mede veroorzaakt doordat beelden van de entreepoort vaak voorkomen en deze, omdat de poort hoger is dan de persoon, van beneden zijn gefotografeerd. Maar ook bewust esthetische beelden van de treinrails die naar de entreepoort van Birkenau leiden, komen voor. Hierbij is het punt van de camera erg laag (de fotograaf zit op de grond) en worden de rails van beneden gefotografeerd. Vogelperspectief, foto's waarbij de fotograaf iets van boven fotografeert, komt het minst voor, in nog geen 10 procent van de gevallen. Dit zou bijvoorbeeld voor kunnen komen wanneer foto's vanuit gebouwen zijn gemaakt, of wanneer gedenksteden op de grond worden gefotografeerd. Al deze percentages zijn beelden die wijd zijn genomen en waar dus veel op staat. Wanneer er gekeken wordt naar het percentage beelden in recht, kikker- of vogelperspectief dat in close-up is genomen, komen er andere percentages uit. Zo is ruim 14 procent van de foto's recht en in close-up genomen. Dit zijn veelal details die van dichtbij gefotografeerd zijn. Bijna 10 procent van de beelden is in kikkerperspectief en close-up gefotografeerd. Ten slotte bestaan er in de gidsen geen beelden die in vogelperspectief en in close-up zijn gemaakt.



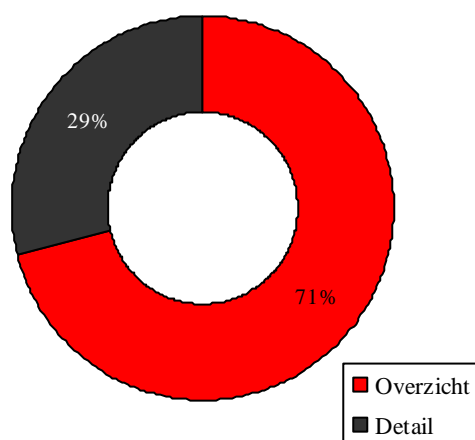
**Grafiek 2: Verdeling van onderwerpen in gidsen in procenten. N.B. de blauwe segmenten komen in gidsen niet voor.**

Zoals eerder is gebleken, tonen reisgidsen veelal beelden met onderwerpen die algemeen geaccepteerd zijn als symbolen van Auschwitz. Uit grafiek 2 blijkt dat zeven van de 21 beelden (33 %) als onderwerp treinrails hebben. Hierna volgt de categorie gebouwen met vier beelden (19 %) en dit is vrij opvallend als we in ogenschouw nemen dat gebouwen een minder voor de hand liggend onderwerp zijn. Gebouwen kun je pas zien als je daadwerkelijk in het kamp bent en zodoende geven deze beelden meer een inzicht in het kamp, in plaats van

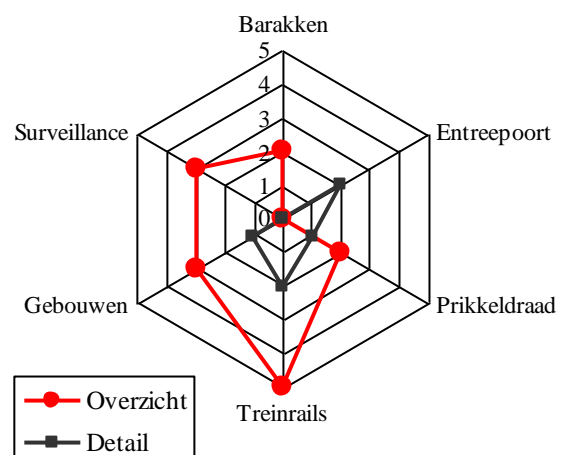
alleen de algemene symbolische onderwerpen, die het kamp van buiten tonen. Deze beelden zijn allemaal in de Meinema/Averbodegidsen gepubliceerd. Op de derde plaats staan de categorieën surveillance en prikkeldraad met allebei drie beelden (14 %).

Prikkeldraad vormt een meer voor de hand liggend onderwerp wanneer het over Auschwitz gaat, surveillance is misschien minder vaak voorkomend, maar dit onderwerp wordt in gidsen erg algemeen getoond, zoals later nog naar voren zal komen. In grafiek 2 is de verdeling van onderwerpen in reisgidsen weergegeven. Na de categorieën prikkeldraad en surveillance volgen nog entreepoorten en barakken met beide twee beelden (10 %). De categorieën ovens, gedenkteken en martelplekken/werktuigen komen in reisgidsen niet voor.

Bij de methoden is besproken dat detail- of overzichtsfoto's iets zeggen over de intentie van de maker. Zo tonen overzichtsfoto's op een beeld veel informatie waardoor de kijker meteen weet waar het over gaat. Detailfoto's tonen daarentegen een klein deel dat uitgelicht is. Bij het zien van deze beelden weet je als kijker niet meteen waar je naar kijkt en in welke context dit gezet kan worden. In totaal plaatsten de reisgidsen bij elkaar vijftien overzichtsbeelden (71 %) en zes detailbeelden (29 %). De meeste detailbeelden werden geplaatst door de gids van Thomas Cook, namelijk drie, wat 100 procent is van het totaal aantal beelden dat uitgever Thomas Cook plaatste, en wat 50 procent van het totaal aantal detailbeelden van alle reisgidsen is. Ten slotte vormt het 14 procent van het totaal aantal beelden dat door reisgidsen is gepubliceerd. De meeste overzichtsbeelden werden geplaatst door de overige gidsen, die er tien plaatsten, goed voor 83 procent van het totaal aantal beelden dat overige gidsen plaatsten, 67 procent van het totaal aantal overzichtsbeelden en bijna 48 procent is van het totaal aantal beelden.



**Grafiek 3: Percentage foto's dat een overzicht of een detail weergeeft in gidsen.**



**Grafiek 4: Verdeling overzichts- of detailfoto's per onderwerp in gidsen in aantallen.**

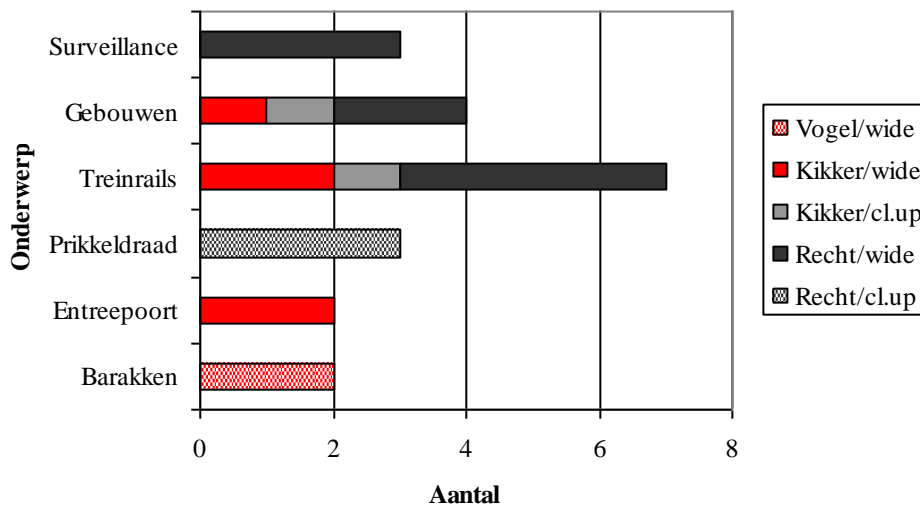
In grafiek 3 is de verdeling tussen overzichts- en detailbeelden weergegeven. In grafiek 4 is het aantal overzichts- en detailfoto's per onderwerp weergegeven zoals gidsen ze gepubliceerd hebben. In de categorie treinrails worden veruit de meeste overzichtsfoto's gemaakt, namelijk vijf beelden. Dit is 33 procent van het totaal aantal overzichtsbeelden, bijna 24 procent van het totaal aantal beelden en ruim 71 procent van het totaal aantal beelden waarop treinrails staan.

Na treinrails volgen gebouwen en surveillance met ieder drie beelden. Van surveillance bestaan er geen detailfoto's. Er worden alleen overzichtsbeelden van wachttorens geplaatst. Van de gebouwen valt 75 procent onder overzichtsfoto's en 25 procent onder detailfoto's. Dit kunnen foto's zijn die van binnen zijn genomen en het interieur van het gebouw laten zien. De meeste detailfoto's vallen in de categorieën treinrails en entreepoorten. Blijkbaar worden er ook detailfoto's gemaakt van de treinrails en wordt het dus niet alleen als overzichtelijk plaatje getoond. De entreepoort naar Auschwitz I wordt vaak in detail gefotografeerd doordat de tekst 'Arbeit macht frei' op deze poort staat als cynisch symbool van Auschwitz. Mensen weten waar het over gaat bij het zien van deze tekst en dus kunnen gidsen dit beeld plaatsen zonder dat zij hoeven te vrezen dat mensen de context niet begrijpen. Het leent zich dus goed voor een detailfoto.

Het onderwerp prikkeldraad wordt zowel in detail (één beeld) als in overzichten (twee beelden) gebruikt. Dit onderwerp leent zich voor beide uitgangspunten goed. Gidsen fotograferen dikwijls in overzicht om de uitgestrekte hekken van prikkeldraad te tonen die het hele kamp omvatten. Anderzijds is prikkeldraad ook een bekend symbool voor Auschwitz. Een sterke close-up met slechts een stukje prikkeldraad voldoet ook wanneer de lezer weet dat het een beeld van Auschwitz betreft.

In de onderstaande grafiek is een overzicht weergegeven waarin de onderwerpen gerangschikt staan op camerastandpunt. Hieruit blijkt dat surveillance, het onderwerp dat alleen maar in overzicht wordt getoond, uitsluitend voorkomt op rechte en wijde foto's. In reisgidsen is surveillance een onderwerp dat niet dichtbij komt, maar slechts van veraf en op onpersoonlijkere manieren wordt gefotografeerd.

Ook treinrails worden het vaakst recht en wijd gefotografeerd, wat duidt op algemenere foto's. Zoals eerder is gebleken, wordt dit onderwerp echter ook in detail gefotografeerd. Dit blijkt ook uit het aantal foto's dat vanuit kikkerperspectief is genomen. Hierbij worden de treinrails zo gefotografeerd dat ze direct en op de voorgrond aanwezig zijn en het beeld domineren. Het symbolische van de treinrails komt meer naar voren op deze beelden.

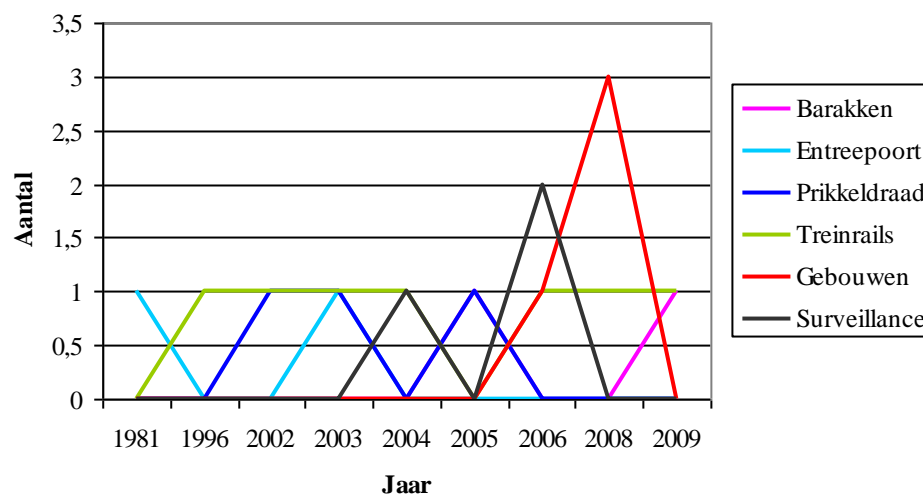


**Grafiek 5: Verdeling van camerastandpunten per onderwerp in gidsen in aantallen.**

Prikkelraad wordt alleen recht en in close-up gefotografeerd door gidsen. Zoals hierboven aangegeven, kan prikkeldraad als een overzicht getoond worden wanneer de uitgestrekte hekken getoond worden. In gidsen is dit echter niet het geval. De foto's waarop prikkeldraad het dominante onderwerp vormt, tonen allemaal een sterke close-up van het prikkeldraad zelf. In sommige gevallen is de sterke close-up van het prikkeldraad het enige wat er op het beeld te zien is, er is geen achtergrond zichtbaar. Op andere foto's is er op de achtergrond (achter het prikkeldraad) een overzicht te zien van het kamp, van wat achter het hek ligt. Gidsen tonen echter altijd prikkeldraad met achtergrond en nooit het prikkeldraad als enige onderwerp van de foto.

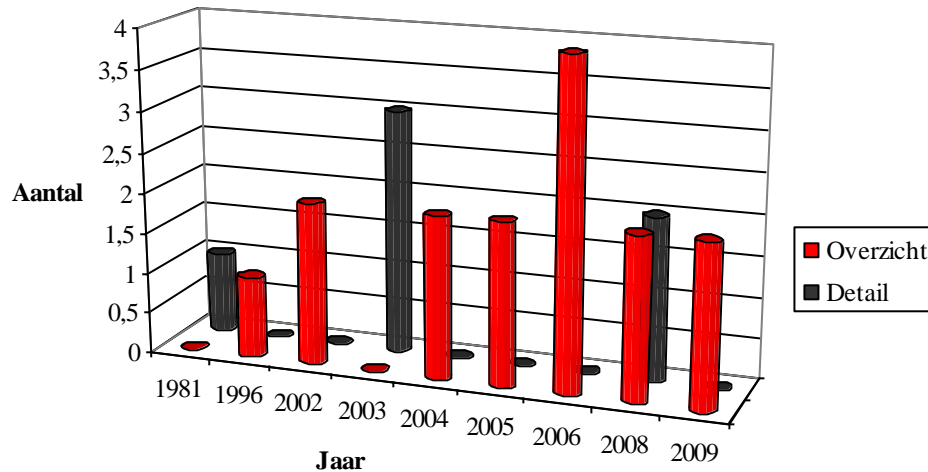
Gebouwen en treinrails worden het meest divers gefotografeerd wanneer er naar camerastandpunten gekeken wordt. Zoals eerder aangegeven, vormen de treinrails een bekend symbool en kunnen ze op verschillende manieren getoond worden, omdat het beeld duidelijk is voor de kijker. Voor gebouwen gaat dit echter niet altijd op. Een foto van treinrails met op de achtergrond de poort naar Birkenau, zegt genoeg in een reisgids over Polen. Maar bij een foto van een gebouw is de context echter niet direct herkenbaar. Je kunt niet meteen zien wat het gebouw was; een barak, een gaskamer (overblijfselen van een gaskamer), een gevangenis of de behuizing van de nazi's. Toch worden ze ook in kikkerperspectief en in close-up gefotografeerd in de gidsen. Het detail dat gefotografeerd is, kan een herkenbaar deel van Auschwitz weergeven, maar dit hoeft niet het geval te zijn. Dit wijst er op dat gidsen een andere weg inslaan door te kiezen voor beelden die niet direct herkenbaar zijn en uitleg nodig hebben.

Gebouwen zijn pas in de laatste vier jaar een onderwerp van belang geworden in reisgidsen. In de volgende grafiek (6) is een overzicht gegeven van de afgebeelde onderwerpen afgezet tegen de tijd. Wat opvalt, is dat reisgidsen vanaf 2005 beelden van gebouwen plaatsen en dat zij dit tot aan 2009 blijven doen. Voor 2005 werd geen enkel beeld van gebouwen gepubliceerd. Tussen 2006 en 2008 vormden gebouwen echter het dominante onderwerp in reisgidsen. Gebouwen zijn als afbeelding van Auschwitz opeens belangrijk geworden, naast de bekende Auschwitzsymbolen zoals treinrails en prikkeldraad, die over de gehele periode constant aanwezig zijn. Deze beelden vormen een kern in het verbeelden van Auschwitz in reisgidsen en blijven steeds terugkeren. In de beginperiode werden er meer afbeeldingen van de entreepoort getoond, maar die is minder belangrijk geworden als beeld van het kamp. Surveillance is de laatste tijd (vanaf 2003) ook steeds belangrijker geworden, en kent een hoogtepunt in 2006, waarna de aandacht voor dit onderwerp weer afzwakt.



**Grafiek 6: Verdeling onderwerpen over tijd in gidsen in aantallen.**

Reisgidsen zijn niet meer detailbeelden gaan tonen over de jaren. Het aandeel detailbeelden is geringer dan het aandeel overzichtsbeelden, en het maken van detailbeelden is ook niet iets van de laatste tijd. In 1981 bijvoorbeeld, zoals in grafiek 7 te zien is, werd er één beeld geplaatst van Auschwitz. Dit beeld was een detailfoto. Vervolgens worden er geen detailfoto's meer afgebeeld tot in 2003, waar meteen alle gepubliceerde beelden detailbeelden zijn. Pas in 2008 worden er weer detailbeelden getoond, maar in 2009 zijn het alleen maar overzichtsbeelden. Detailbeelden tonen is dus niet iets van de laatste jaren. Bovendien bestaat er ook geen toenemende trend in het aantal detailbeelden dat gepubliceerd wordt. Zo wordt er in 1981 één beeld getoond, in 2003 drie en in 2008 twee.



**Grafiek 7: Verdeling detail- en overzichtsfoto's in gidsen over tijd in aantallen.**

Wat de camerastandpunten betreft, worden er niet meer close-upfoto's geplaatst naarmate de foto's recenter zijn. Rechte en wijde foto's, de meest algemene beelden die weinig inzicht geven in persoonlijke voorkeuren, nemen toe naarmate we het heden naderen. In 1996 en in 2002 werd er één beeld geplaatst vanuit een recht en breed camerastandpunt, in 2004 waren dit er twee en in 2006 drie. Maar er worden überhaupt steeds meer beelden geplaatst door gidsen. De bestaande trend van rechte en wijde beelden plaatsten zet zich voort. Daarnaast vertoont het aandeel beelden die gemaakt zijn vanuit kikkerperspectief en die wijd zijn ook een stijgende lijn naarmate ze recenter worden. In 1981, 2003 en 2006 wordt er iedere keer één beeld getoond en in 2008 twee.

Wat hierbij opgemerkt moet worden, is dat er enkele gidsen zijn die in de jaren '00 een iets ander beeld laten zien dan de rest van de gidsen, en binnen hun eigen voor de rest algemene repertoire. Zo plaatsen zij detailbeelden en foto's met andere onderwerpen. Ook proberen zij in te spelen op het inlevingsgevoel van de kijker en dit komt vooral voor bij foto's van toeristen (zie pagina 49 en verder).

Rechte en wijde beelden nemen toe naarmate de beelden recenter worden. Dit zijn altijd overzichtsbeelden en als zodanig erg algemeen. Daartegenover staat dat beelden vanuit kikkerperspectief en die wijd zijn, vaker detailfoto's zijn. Het aandeel van deze beelden neemt ook iets toe in de laatste jaren. Maar over het algemeen worden er niet meer detailfoto's gemaakt en worden foto's ook niet vaker vanuit een meer esthetisch camerastandpunt genomen.



### *6.1.1 Afsluiting*

Reisgidsen hebben over een periode van dertig jaar niet veel foto's gepubliceerd van Auschwitz. Zoals uit paragraaf 6.1 is gebleken, noemen zij het kamp altijd, maar plaatsen zij er weinig beelden van. Wat zij dan wel plaatsen zijn voornamelijk overzichtsbeelden, gemaakt vanuit een recht en wijd camerastandpunt, met als onderwerpen de algemeen bekende symbolen van Auschwitz, zoals prikkeldraad en treinrails. Er bestaat geen verband tussen tijd en specifiekere foto's. Zo worden er niet meer detailfoto's geplaatst en worden er ook geen specifiekere camerastandpunten gebruikt naarmate de foto's recenter worden. Wel veranderen de onderwerpen over de jaren van algemeen bekende onderwerpen naar minder voor de hand liggende. Ook is het aantal afbeeldingen de laatste jaren toegenomen. In de jaren '80 en '90 zijn sporadisch beelden geplaatst. Hoe langer geleden de Holocaust is gebeurd, hoe meer foto's van Auschwitz worden geplaatst door reisgidsen en hoe makkelijker het misschien wordt om Auschwitz, als meest bekende concentratiekamp, af te beelden. Enkele gidsen proberen in de jaren '00 iets andere beelden te tonen, door andere onderwerpen te laten zien of door foto's met andere perspectieven af te drukken.

In de volgende paragraaf wordt geanalyseerd hoe blogs Auschwitz afbeelden. Ook worden de verschillen tussen reisgidsen en blogs uitgelicht.

### *6.2 Het afbeelden van Auschwitz op blogs en verschillen met reisgidsen*

Van de 175 beelden die zijn onderzocht, zijn er maar liefst 154 van blogs afkomstig. In totaal zijn er negen blogs gevonden tussen januari en september 2009. De blog met de meeste foto's telde een aantal van 39 beelden en de blog met de minste beelden plaatste er vijf. Het aantal beelden dat één persoon plaatst op zijn blog verschilt dus nogal, maar over het algemeen geven bezoekers van Auschwitz een zeer uitgebreid beeld van hun bezoek. De meeste beelden zijn geplaatst in augustus. In totaal zijn er op twee blogs in deze maand 54 foto's (35 %) geplaatst, wat ongeveer een derde vormt van het totaal aantal foto's dat op blogs is geplaatst. Na augustus is juni de drukst bezochte maand geweest met 31 beelden (20 %), waarna september volgt met 28 beelden (18 %). Het minste aantal foto's is afkomstig uit april waarin slechts vijf beelden (3 %) werden geplaatst. Dat de meeste foto's in de zomermaand zijn geplaatst, is te verklaren doordat het dan zomervakantie is. De bloggers vertellen dat ze op vakantie naar Polen zijn geweest en Auschwitz hebben bezocht.

<b>Maand</b>	<b>Percentage beelden</b>
Februari	13 %
April	3 %
Mei	5 %
Juni	20 %
Juli	6 %
Augustus	35 %
September	18 %
<b>Totaal</b>	<b>100 %</b>

**Tabel 4: Aantal foto's per maand op blogs in procenten.**

De foto's op de blogs tonen een ander beeld dan dat van de reisgidsen. Qua diafragma en kleuren- of zwart/witfoto's maken toeristen relatief veel zwart/witfoto's. In tabel 5 is een overzicht te zien van het gebruikte diafragma en kleuren- of zwart/witfoto's.

	<b>Diafragma</b>	<b>Kleur</b>
Scherp	80 %	
Wazig	8 %	
Deels Wazig	12 %	
Kleur		76 %
Zwart/wit		24 %

**Tabel 5: Verdeling diafragma en kleur van foto's op blog in procenten.**

Te zien is dat het merendeel van de beelden scherp is (80 %) en in kleur (76 %). Toch is een vierde van alle beelden (24 %) in zwart/wit en in vergelijking tot de reisgidsen (9 %) is dit veel. Waar het bij de reisgidsen een toevalstreffer genoemd kan worden, is er door toeristen wel degelijk over nagedacht en hebben zij bewust foto's in zwart/wit gemaakt. Het percentage is te groot om aan te nemen dat de camera per ongeluk nog op de verkeerde stand stond. Toeristen vinden blijkbaar dat sommige beelden van Auschwitz beter uitkomen in zwart/wit.

De gebruikte diafragma's tonen een minder duidelijk beeld. 12 Procent van de beelden is deels wazig (op de voor- of achtergrond), wat waarschijnlijk bewust is gedaan. Bij de gidsen is dit 9 procent. Wel moet hierbij rekening gehouden worden met het feit dat het voor professionele fotografen makkelijker is om een bepaald diafragma toe te passen, dan voor toeristen met een gewone (digitale) camera. Alleen met een spiegelreflexcamera is het mogelijk om bewust scherp te stellen op een punt. Niet iedere toerist heeft zo'n camera, terwijl professionals die wel hebben. Dit in ogenschouw genomen, hebben nog relatief veel toeristen een beeld proberen te maken waarbij op één punt is scherp gesteld.

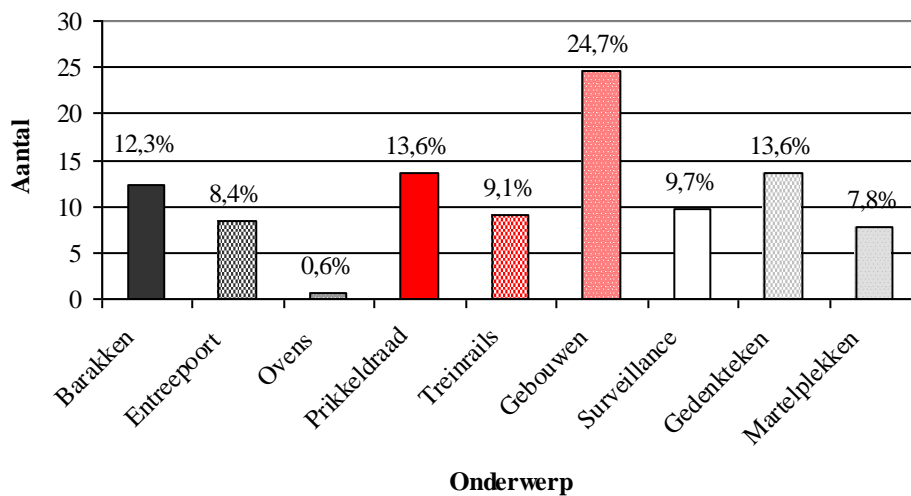
Wat opvallender is, is de hoeveelheid foto's die toeristen gemaakt hebben waar mensen op staan. In tabel 6 is hiervan een overzicht gegeven. In bijna tweederde (63 %) van

de gevallen staan er geen mensen op de foto's die toeristen gemaakt hebben. Dit is meer dan bij de reisgidsen, waar 57 % van de foto's geen mensen toont en dit is tegen verwachting.

Percentage foto's	
Bekenden	1,9 %
Onbekenden (toeristen)	30,5 %
Onbekenden (werknemers)	0,6 %
Onbekenden (slachtoffers)	3,9 %
Niet van toepassing	63 %

Tabel 6: Aantal foto's met en zonder personen op blog in procenten.

Wel besteden toeristen meer aandacht aan andere personen op hun foto's, in tegenstelling tot gidsen, hoewel de aantallen te verwaarlozen zijn. Zo zet bijna 2 procent bekenden op de foto en bijna 4 procent heeft slachtoffers, of nabestaanden hiervan, gefotografeerd. Toeristen willen zichzelf niet identificeren met Auschwitz. Ook willen zij dat hun bezoek een persoonlijke is, en andere toeristen horen dan niet op je foto. Gidsen hebben minder moeite met het tonen van Auschwitz als plek die door veel toeristen wordt bezocht.



Grafiek 8: Verdeling van onderwerpen van de foto's op blog in procenten.

De verdeling van onderwerpen die op de beelden wordt getoond, verschilt nogal tussen reisgidsen en blogs. In grafiek 8 is een overzicht gegeven van het percentage foto's dat binnen een bepaalde categorie valt. Dat de meeste foto's in de categorie gebouwen voorkomen, valt meteen op. De beelden waarop gebouwen staan die niet meteen herkenbaar zijn als barak, gevangenis of gaskamer, horen tot deze categorie.

Een foto die een aantal keer voorbij is gekomen is het beeld van een soort straat waaraan aan weerszijden huizen staan, met ramen, een schoorsteen en een gewone voordeur.

Dit kunnen evengoed barakken als dienstwoningen zijn (zie hoofdstuk 7). Nog een voorbeeld: houten gebouwen waar geen britsen in staan of iets dat aan een barak doet denken; ook deze foto's worden als gebouwen gecategoriseerd.

Toeristen maken dus vaak foto's van objecten waarvan niet meteen duidelijk is wat hun functie was. De objecten kunnen wel alleen gefotografeerd worden wanneer je daadwerkelijk in het kamp bent. Voor de makers van de foto's heeft het beeld een zwaardere betekenis dan voor de kijker: zij hebben iets vastgelegd, dat vanwege hun keuze betekenis heeft, maar dat wil niet zeggen dat wij als beschouwers meteen herkennen wat het is.

Hieruit blijkt het persoonlijke van het bezoek van de toerist; het bezoek heeft als zodanig betekenis voor de bezoeker en niet altijd voor de beschouwer van de beelden. Als buitenstaander hebben deze foto's niet veel betekenis voor mij: weet ik hoe Auschwitz er nu uitziet? Ja, misschien beter dan voorheen. Heb ik een idee van hoe het is om daar te zijn? Nee, ik kan geen betekenis uit de gebouwen afleiden en de essentie en functie ervan ontgaan me. Ben ik nu geprikkeld om te gaan? Misschien wel. Blijkbaar zijn deze gebouwen van betekenis voor andere bezoekers, zeker omdat ze zo vaak terugkeren als afbeeldingen van Auschwitz. Mis ik dan iets dat ik alleen kan ervaren als ik er zelf ben? En wat is dit dan?

Anders dan het prikkeldraad, de treinrails en de toegangspoort met de tekst 'Arbeit macht frei', zijn gebouwen beelden die niet vaak voorbij komen in de media wanneer het over Auschwitz gaat. Gebouwen als categorie zijn van belang voor toeristen. Gidsen hechten er minder waarde aan, waarschijnlijk omdat het niet meteen herkenbaar is voor de lezers of kijkers. Maar zij besteden er de afgelopen jaren wel meer aandacht aan. Ook in reisgidsen is het belang van deze categorie beelden groter geworden.

Op een gedeelte tweede plaatst staan de onderwerpen prikkeldraad en gedenktekens met bijna 14 procent. Prikkeldraad wordt ook in gidsen vaak afgebeeld. Dit is een herkenbaar symbool van Auschwitz en spreekt kennelijk veel mensen aan. Dit is wat de toeristen kennen van Auschwitz. Gedenktekens zijn echter een ander verhaal. Die worden niet getoond in reisgidsen van de afgelopen dertig jaar. Toeristen hechten hier blijkbaar wel waarde aan. Een vaak terugkerende foto is een beeld van een gedenkteken op de grond. Op een rij liggen een aantal stenen die doen denken aan grafstenen, waarop in verschillende talen (voor alle joden uit verschillende Europese landen) een oproep staat dat wat er in Auschwitz gebeurd is, nooit vergeten mag worden (zie hoofdstuk 7).

Na deze drie onderwerpen volgen barakken als categorie met ruim 12 procent. Dit zijn vaak beelden die binnen zijn gemaakt en waar de britsen getoond worden. Op een aantal foto's is te zien dat de fotograaf in een brits is gekropen en van daaruit een foto heeft

gemaakt, om de kijker in te laten leven in hoe het ongeveer voelt. Zulke beelden komen nooit voor in reisgidsen. Wel worden barakken in 10 procent van de gevallen getoond in gidsen en dit is best veel in vergelijking tot de blogs. Zeker omdat er veel minder foto's zijn gevonden hier, neemt deze categorie in gidsen relatief veel plek in. Deze beelden zijn echter allemaal overzichten en niet zoals toeristen dit verbeelden vanuit een brits zelf. Voor inleving in de situatie is geen aandacht in reisgidsen.

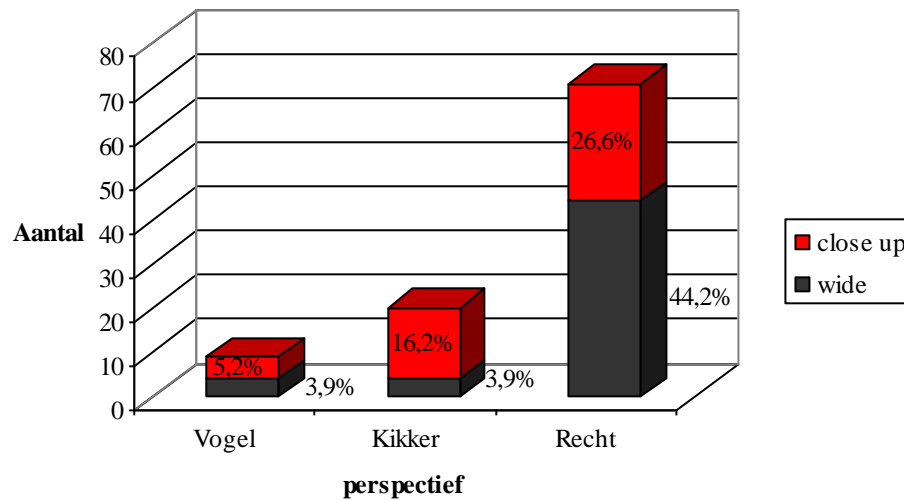
Voor de treinrails hebben toeristen veel minder aandacht dan de gidsen en dit is opvallend aangezien treinrails toch wel een van de bekendste symbolen van Auschwitz zijn. Voor gidsen is dit dus een makkelijk onderwerp, aangezien de informatie door veel mensen herkend wordt. Toeristen hechten hier echter minder waarde aan.

De categorie ovens telt slechts één beeld (0,6 %). Er is één toerist die het aandurfde om dit op de foto te zetten en het vervolgens op internet te publiceren. Het is opvallend dat vrijwel geen van de 154 foto's op blogs zoiets laat zien, terwijl een executiemuur, een galg, bergen haar van vermoorde joden, gaskamers en een modderpoel waar alle overblijfselen (as) in zijn gestort, wel meerdere malen worden getoond door toeristen. Dit zijn stuk voor stuk plekken die letterlijk verwijzen naar de gruwelijke moorden die in het kamp gepleegd zijn en ze worden niet geschuwd in het verbeelden van Auschwitz. Waarom de verbrandingsovens dan wel? Reisgidsen laten helemaal niets van deze aspecten zien. Toeristen kiezen voor het onderwerp gevangenschap in combinatie met de onmenselijke daden die in het kamp zijn verricht waar gidsen de voorkeur geven aan direct herkenbare beelden van Auschwitz. Er is echter wel een verandering waarneembaar bij gidsen in de laatste paar jaar.

Wanneer we kijken naar de camerastandpunten die toeristen hebben gebruikt bij het fotograferen van Auschwitz, blijkt dat zij relatief vaak gebruikmaken van close-ups. In grafiek 9 is dit weergegeven. In vogelperspectief is ruim 5 procent in close-up gemaakt. Dit is niet heel veel, maar in de reisgidsen kwam deze optie helemaal niet voor. Foto's die in dit perspectief zijn gemaakt, tonen vaak een herdenkingssteen op de grond, maar er was ook een foto van een tegelvloer voor een van de gaskamers. De fotografe maakte zich druk over het feit dat er nog moeite was besteed aan het mooi maken van de plek. Zo zegt ze op haar blog bij deze foto: 'This really pissed me off. Why would they bother to decorate, to make this pretty?' ([www.travelblog.org](http://www.travelblog.org)). Dit is een voorbeeld van een zeer persoonlijke foto die alleen dankzij de tekst een context heeft. Dit soort foto's kom je wel tegen bij toeristen, maar niet in reisgidsen.

Wat verder nog opvallend is bij de toeristenfoto's in vogelperspectief, is dat het percentage dat als wijde foto is gemaakt kleiner is dan het percentage dat als close-up is

gemaakt. Toeristen nemen dus vaker foto's van kleine objecten op de grond. Wat ook opvalt is het hoge percentage foto's dat in kikkerperspectief en als close-up is gemaakt. In de reisgidsen waren er juist meer wijde beelden in kikkerperspectief, maar toeristen maken hier vaker close-ups. Het verschil tussen wijde en close-upfoto's is ook erg groot hier.



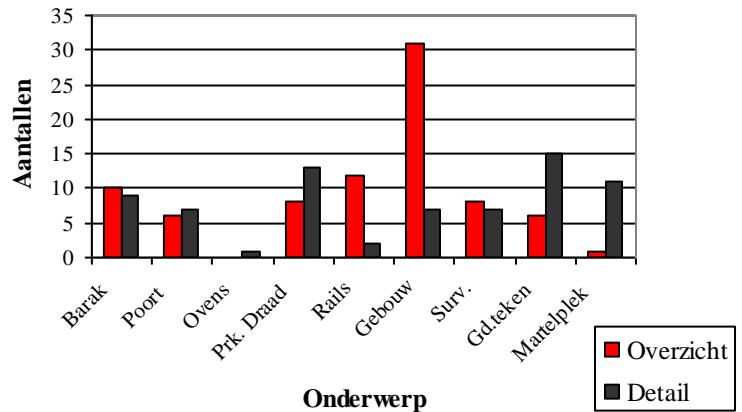
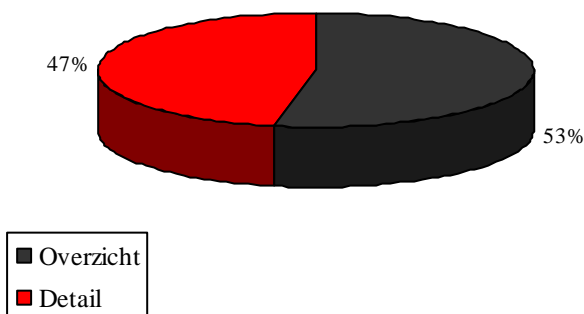
**Grafiek 9: Aantal foto's per perspectief op blogs in procenten.**

Objecten die in kikkerperspectief en in close-up gemaakt zijn, zijn bijvoorbeeld nummers op de gevels van barakken of gevangnissen. Opnieuw wordt pas met de tekst erbij duidelijk waar het hier om gaat, bijvoorbeeld om 'Block 11', het beruchte blok waar mensen gevangen werden gehouden en er op hen geëxperimenteerd werd met technieken van massamoord.

Alleen wanneer een recht perspectief is gebruikt, hebben wijde foto's het grootste aandeel. Ook hier vallen, net zoals bij de reisgidsen, de meeste beelden onder, namelijk 44 procent. Dit zijn vaak beelden die een overzicht geven van het kamp. Er staan veelal uitgestrekte vlaktes op met prikkeldraad eromheen en gebouwen er op. Toch zijn er in deze categorie door toeristen ook veel close-up foto's gemaakt; kleine elementen die van dichtbij worden gefotografeerd, zoals een kamer met afgeschoren bergen haar om tot dekens en isolatiemateriaal te verwerken. Bij elkaar zijn er ongeveer evenveel foto's in close-up gemaakt (48 %) als wijde foto's (52 %). Dit verschilt aanzienlijk met de reisgidsen. Hier wordt er namelijk nog geen 24 procent in close-up gefotografeerd en ruim 76 procent als overzicht.

Deze verdeling is ook terug te zien in de verdeling tussen overzichts- en detailfoto's. Zoals in grafiek 10 is weergegeven, is de verdeling tussen overzichten en details op blogs bijna gelijk, respectievelijk 53 om 47 procent. Bij reisgidsen waren deze percentages

respectievelijk 71 om 29 procent. Niet alleen fotograferen toeristen meer in close-up dan gidsen, ze maken ook veel meer beelden van details. Bij deze details is vaak tekst nodig om het beeld te begrijpen. Voor de fotograaf zijn deze details van belang. Hij kent de context en weet wat hij op dat moment dacht of voelde. Dit is dus meer typerend voor beelden van toeristen dan voor beelden in reisgidsen, waarin veelal herkenbare overzichtsfoto's worden geplaatst.



**Grafiek 10: Percentage foto's dat een overzicht of een detail weergeeft op blogs.**

**Grafiek 11: Verdeling overzichts- en detailfoto's per onderwerp in aantallen op blogs.**

In grafiek 11 is een overzicht te zien van het aantal foto's in overzicht of detail per onderwerp op blogs. Wat meteen opvalt is het grote aantal overzichtsfoto's (31 beelden) in de categorie gebouwen. Slechts een klein aantal foto's waarop gebouwen staan, geeft details weer (zeven beelden). Ook hier zijn het beelden van het interieur van het gebouw.

De categorie waar de meeste detailfoto's in vallen is die van de gedenktekenen (vijftien beelden). Foto's van beelden, grafstenen of bloemenkransen zijn vaak ingezoomd en gedetailleerd. Hierna volgen de onderwerpen prikkeldraad (dertien foto's) en martelplekken of voorwerpen (elf foto's). Van deze laatste categorie worden heel weinig overzichtsfoto's gemaakt (één foto). Waarschijnlijk lenen deze plekken zich niet voor overzichtsbeelden omdat dan niet goed te zien is wat het voorstelt. Een foto van lege blikken waar ooit het beruchte Zyklon B in heeft gezeten, is hier een voorbeeld van. Of de galg waaraan mensen, later ook nazi-officieren, werden opgehangen. Van de treinrails zijn vrijwel alleen overzichtsfoto's gemaakt (twaalf om twee beelden). Dit is ook het geval bij de reisgidsen. Het grote verschil tussen de twee media is dat de objecten die toeristen in detail hebben gefotografeerd in reisgidsen niet eens voorkomen. Dit zijn niet alleen de objecten die erg

schokkend zijn, het is ook de manier waarop de objecten in deze categorieën worden verbeeld. Die manier is persoonlijker; de objecten worden vaker in close-up en als detail gefotografeerd, opdat het object dichterbij komt. Gidsen tonen deze beelden niet. Toeristen maken dus meer detailfoto's van (on)menselijker en schokkender objecten.

Van barakken (tien om negen beelden), surveillance (acht om zeven foto's) en de entrepoorten naar Auschwitz I en Birkenau (zes om zeven beelden), worden ongeveer evenveel overzichts- als detailfoto's gemaakt door toeristen. Bij foto's van surveillance bestaan detailfoto's uit beelden met bordjes met teksten als 'HALT!' of doodshoofden erop in detail; tekens die je laten weten dat je in de gaten wordt gehouden. Gidsen tonen deze details niet. Wanneer zij surveillance verbeelden, tonen ze uitgestrekte vlakten met houten wachttorens langs het prikkeldraad dat de vlakke omheint.

Tussen de manieren waarop gidsen en toeristen zo'n onderwerp verbeelden, bestaan nuances en de nadruk ligt op andere punten binnen dezelfde categorie. Een overeenkomst tussen beide media is dat er uitsluitend beelden van Auschwitz I en Birkenau worden geplaatst op blogs en in reisgidsen. Auschwitz III wordt nooit getoond. Dat was een werkkamp, waar Auschwitz I en Birkenau vooral bekend stonden als vernietigingskampen.

De onderwerpen kunnen per gebruikt camerastandpunt bekeken worden. Zoals uit grafiek 9 valt op te maken, gebruiken toeristen vaak close-ups om een beeld vast te leggen, in tegenstelling tot reisgidsen. Rechte en wijde beelden komen in gidsen het meest voor en dit zijn, zoals eerder aangekaart, veelal foto's van uitgestrekte vlaktes met gebouwen erop en prikkeldraad eromheen. In grafiek 12 is een beeld gegeven van de gebruikte camerastandpunten per onderwerp<sup>10</sup>. Binnen het rechte en wijde perspectief vallen, net zoals bij het rechte en close-up en close-up en kikkerperspectief, acht van de negen onderwerpen. Bijna alle onderwerpen zijn dus op deze manier verbeeld. Van alle foto's van gebouwen wordt deze categorie het meest verbeeld in een recht en wijd perspectief. Maar liefst 71 procent van alle foto's van gebouwen staat in een recht en wijd perspectief. De meeste beelden van barakken vallen in de categorie rechte beelden in close-up (42 %). Hier komen vaak de afbeeldingen in voor waar ingezoomd is op een brits om de afmeting ervan te tonen.

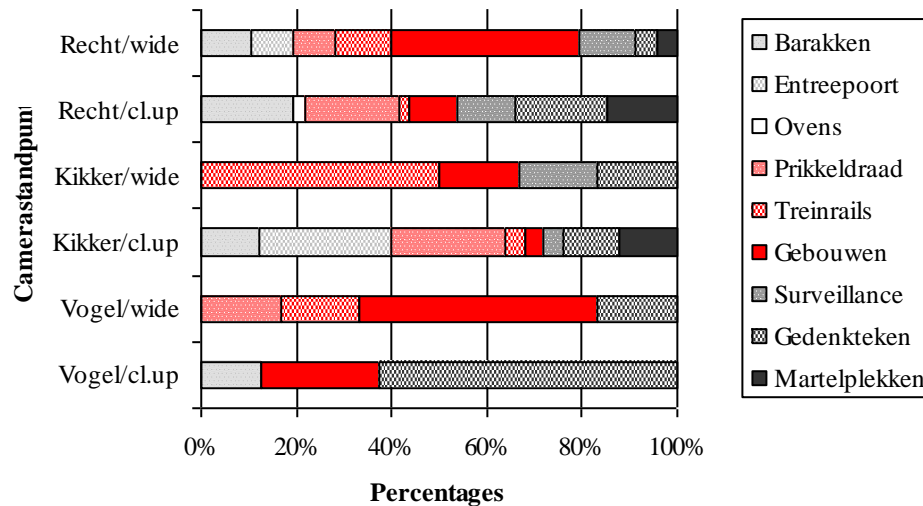
Eerder is gezegd dat er ongeveer evenveel wijde als close-up beelden zijn gemaakt door toeristen. Wat opvalt, is dat de close-up beelden veel meer onderwerpen tellen dan de wijde beelden. De wijde perspectieven concentreren zich veelal op een paar onderwerpen

---

<sup>10</sup> N.B. de grafiek is aangevuld tot 100 % en laat dus geen absolute maar relatieve getallen zien. Gebouwen staan dus niet het meest in vogel- en wijdperspectief, maar er zijn slechts een aantal vogel- en wijdperspectieven en gebouwen is daar een van. Dan neemt dit meteen een groot gedeelte in van de grafiek.



waarbij gebouwen (bijna 39 %) en de treinrails (15 %) vaak voorkomen. Van de treinrails wordt een groot deel (bijna 22 %) in kikkerperspectief en breed gemaakt. Veel toeristen gaan hierbij, zoals ook in gidsen naar voren is gekomen, op hun hurken zitten om zo de rails uitgestrekt te tonen. Er wordt geprobeerd om een esthetisch mooier beeld te maken van de treinrails; wellicht omdat die zo herkenbaar zijn als symbool worden er meer foto's van gemaakt.



**Grafiek 12: Verdeling van camerastandpunten per onderwerp op blogs in procenten.**

Van prikkeldraad is 38 procent gemaakt in recht- en close-up perspectief. Vaak wordt op het prikkeldraad sterk ingezoomd waarbij er op de achtergrond nog een deel van het kamp te zien is, zoals gidsen dit doen. De beelden die toeristen van prikkeldraad maken in close-up, zijn echter vaker details (zie grafiek 11). Het draait hier dus echt om het prikkeldraad op zich en niet om de omgeving erachter.

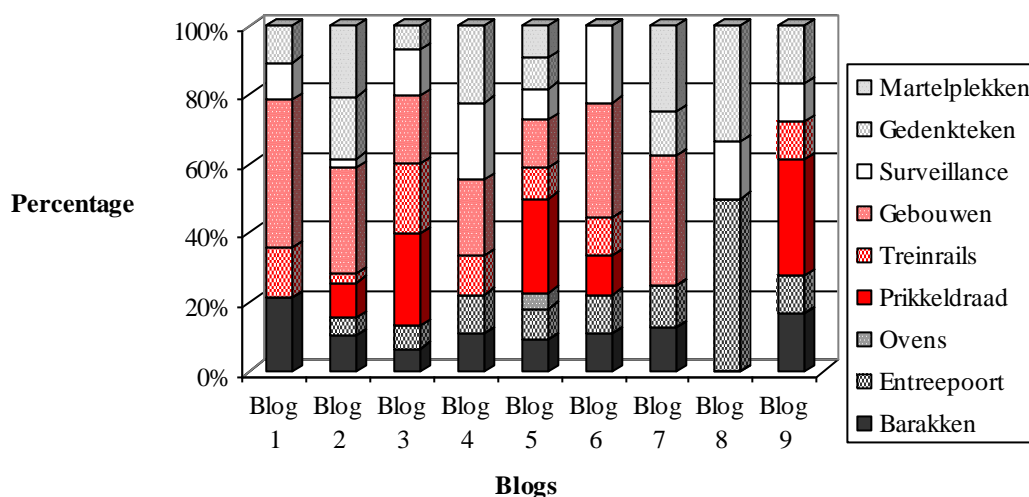
Van surveillance wordt 53 procent in een recht en breed perspectief getoond; dit betekent dat het beelden zijn zoals gidsen ze ook maken binnen dit onderwerp, namelijk als overzicht met prikkeldraad dat een grote vlakte omheint. Maar waar gidsen geen ander perspectief gebruiken binnen deze categorie, tonen toeristen in 33 procent van de gevallen surveillance in recht en close-up. Dit zijn de eerder besproken foto's van bordjes met 'HALT!' en doodshoofden, of van close-ups van de wachttorens zelf.

De laatste grafiek die hier besproken wordt, toont de syntagmatische relatie van verschillende blogs. Wat tonen toeristen bij elkaar op hun blog? In grafiek 13 is hier een

overzicht van gegeven. Iedere staaf staat voor een blog en de onderwerpen zijn in relatieve getallen, aangevuld tot 100 procent.

Het eerste wat hier opvalt, is dat iedere blog (op het eerste oog) een ander beeld laat zien. De blogs verschillen toch al in het aantal beelden dat zij geplaatst hebben. Maar daarnaast lijken de zwaartepunten vaak ergens anders te liggen. Of dit ook zo is, zal blijken wanneer we beter kijken naar wat toeristen op hun blogs geplaatst hebben.

Blog 1 heeft als belangrijkste element gebouwen en heeft binnen deze categorie ook de meeste beelden geplaatst (43 %) op de eigen blog. Daarna zijn barakken het belangrijkste (ruim 21 %). Blogs 8 en 9 hebben helemaal geen beelden van gebouwen geplaatst en vormen hiermee een uitzondering op de rest. Bij alle andere blogs neemt gebouwen als onderwerp vaak een belangrijke positie in: op blog 7 neemt het ruim 37 procent in, blog 6 toont in ruim 33 procent van de gevallen gebouwen en blog 2 doet dat voor ruim 30 procent.



**Grafiek 13: Syntagmatische relatie per blog in procenten.**

Barakken worden op de meeste blogs (behalve blog 8) getoond en nemen vaak een vergelijkbare positie in. Blog 1 toont meer dan de rest in deze categorie, maar bij alle andere blogs (behalve 9 waar ruim 16 % wordt getoond) zit het percentage beelden met dit onderwerp tussen de 10 en 12 procent. Andere belangrijke onderwerpen zijn prikkeldraad, gedenktekens, surveillance en entreepoorten. Binnen deze onderwerpen bestaat echter meer differentiatie per blog. Vooral blog 8 toont een heel ander beeld dan de rest: 50 procent van de beelden toont de entreepoorten en 33 procent laat gedenktekens zien. Hiermee is blog 8 een uitzondering in wat hij of zij belangrijk vindt in Auschwitz. Bijna iedere blog toont deze

categorieën en de percentages van foto's van entrepoorten en gedenktekens liggen respectievelijk tussen de 6 en 12 procent en 9 en 22 procent.

Hoewel prikkeldraad een belangrijk herkenningsteken van Auschwitz is, wordt het niet op iedere blog en ook niet in gelijke mate getoond. Voor blog 9 is dit nog wel een belangrijk onderwerp (33 %) en op blogs 3 (bijna 27 %) en 5 (ruim 27 %) is dit ook het geval. De andere blogs tonen het weinig of niet. Hetzelfde gaat op voor de treinrails, ook een bekend symbool.

Ten slotte valt op dat martelplekken en objecten voor sommige mensen wel belangrijk zijn en voor andere helemaal niet. Hier zit misschien wel het meeste verschil in. Deze categorie is relatief veel gefotografeerd door toeristen (8 %), maar er zijn slechts drie van hen die hiervoor hebben gezorgd. Vooral blog 7 (25 %) en 2 (bijna 21 %) hebben hier een groot aandeel in. Deze beelden, van vaak toch wel gruwelijker objecten die direct doen denken aan het onmenselijke, worden niet door iedereen belangrijk gevonden, of gepast, in de verbeelding van Auschwitz.

Hoewel de blogs op het eerste oog veel verschillen vertonen, blijken bepaalde onderwerpen bij nader analyse veel voor te komen.

### *6.2.1 Afsluiting*

Toeristen fotograferen uitbundig bij hun bezoek aan Auschwitz. Hierbij hebben gebouwen vaak het grootste aandeel, maar ook barakken, prikkeldraad en gedenktekens zijn van belang. De onderwerpen verschillen nogal van wat gidsen tonen; die tonen categorieën als gedenktekens en martelplekken helemaal niet. Ook bestaat er een grote discrepantie tussen het afbeelden van gebouwen bij gidsen en blogs.

De manier waarop beelden worden gemaakt, loopt uiteen bij gidsen en blogs. Zo tonen toeristen veel vaker details en foto's in close-up, terwijl gidsen voornamelijk overzichtsfoto's maken van herkenbare elementen binnen Auschwitz. De foto's van toeristen hebben vaak tekst en uitleg nodig om ze te kunnen begrijpen. Toeristen maken vooral foto's voor zichzelf, zoals zij zich toen voelden en wat zij nu belangrijk vinden. Het esthetische element komt daar ook vaker in voor, omdat er in zwart/wit wordt gefotografeerd en er vaker gebruik wordt gemaakt van vogel- en kikkerperspectief.

Voor veel toeristen zijn een aantal onderwerpen bij hun bezoek van belang. Dit blijkt uit de vergelijking van syntagmatische relaties op hun blogs. Alleen martelplekken zijn een zeer specifiek onderwerp, dat niet door iedereen afgebeeld wordt. Verder vinden zij gebouwen, prikkeldraad, barakken, gedenktekens en entrepoorten belangrijk. Gidsen

concentreren zich vooral op treinrails, barakken en entreepoorten. Zij tonen die vaak overzichtelijk, waar toeristen meer in detail fotograferen.

In de volgende paragraaf worden de effecten van medialisering besproken op gidsen en blogs. De vraag is of zij elkaar beïnvloeden bij het fotograferen van een dark site als Auschwitz.

### *6.3 Effecten van medialisering*

Internet is een invloedrijk medium dat bestaande media zoals kranten en televisie sterk heeft beïnvloed en dit nog altijd doet. Ook reisgidsen ondergaan deze invloed. Naast het feit dat veel bekende reisgidsuitgeverijen een eigen website hebben en hier ook blogs op bijhouden, neemt internet de taak van gidsen steeds meer over. Of de uitgevers van reisgidsen de inhoud daarvan aanpassen aan het format en het beeldmateriaal van reisblogs, zal blijken uit deze paragraaf.

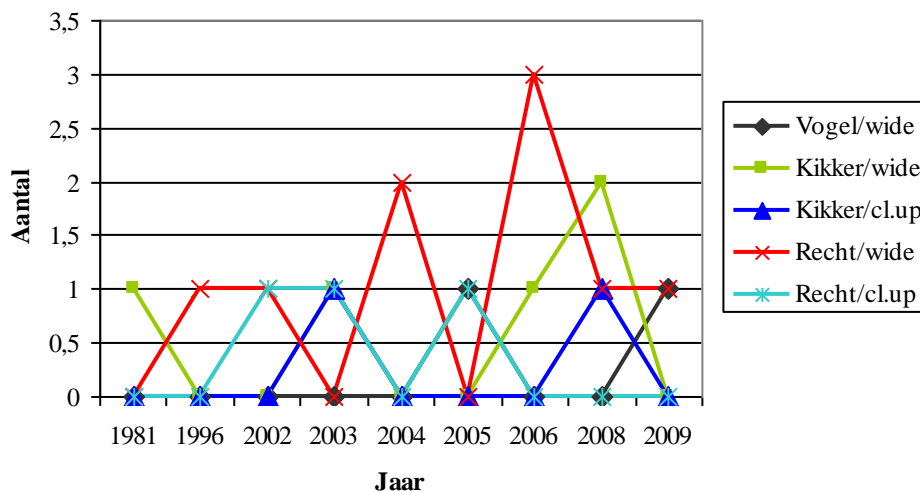
Zoals in paragraaf 6.1 is besproken, bevatten gidsen in de jaren '80 en '90 weinig beelden van Auschwitz. Vanaf de jaren '00 is dit echter veranderd. Ruim 90 procent van alle beelden is in de jaren '00 gepubliceerd. In reisgidsen is steeds meer gebruik gemaakt van beelden. Zoals uit het theoretisch kader (hoofdstuk 4) is gebleken, zijn blogs sinds het einde van de jaren '90 actief. Travelblog.org is in 2002 opgezet en dus een product van de jaren '00. Het feit dat reisgidsen pas vanaf de jaren '00 relatief veel foto's van Auschwitz plaatsen, wijst er op dat of beelden van Auschwitz belangrijker zijn geworden, of dat die meer geaccepteerd worden dan voorheen. In de volgende paragraaf wordt hier uitgebreider op ingegaan.

In paragraaf 6.1 is een grafiek (6) gegeven waarin de onderwerpen tegen de tijd worden afgezet in reisgidsen. Hieruit bleek dat onderwerpen zoals prikkeldraad en treinrails gedurende de gehele periode relatief vaak worden afgebeeld; bekende symbolen van Auschwitz. In de laatste jaren zijn er een aantal onderwerpen bijgekomen: surveillance, gebouwen en barakken.

In ieder geval worden twee van deze onderwerpen (gebouwen en barakken) veelvuldig afgebeeld door toeristen op hun blog. Surveillance wordt meer door gidsen getoond (14 %) dan door toeristen (10 %), maar wel pas vanaf 2003. Gebouwen worden vanaf 2005 getoond in gidsen en barakken pas vanaf 2008. Of toeristen voor 2009 ook veelvuldig gebouwen en barakken afbeeldden, valt in dit onderzoek helaas niet te zeggen, omdat het zich tot de blogs uit 2009 beperkt. Gezien het hoge percentage foto's dat in ieder geval aan gebouwen wordt besteed, kan echter wel gezegd worden dat dit waarschijnlijk een trend is die eerder dan in 2009 is begonnen.

Hoe dan ook bevatten gidsen pas vanaf de jaren '00 meer beelden dan voorheen en worden nieuwe onderwerpen gepresenteerd die eerder niet afgebeeld werden. Met de wetenschap dat blogs pas vanaf de jaren '00 echt actief werden en dat uitgevers van reisgidsen de laatste jaren eigen websites met blogs opgezet hebben, kan niet worden uitgesloten dat internet invloed heeft gehad op de foto's van Auschwitz in reisgidsen.

Reisgidsen plaatsen vaak overzichtsfoto's. Wanneer gekeken wordt naar het plaatsen van overzichten en detailfoto's afgezet tegen tijd, valt op dat er geen verband bestaat tussen meer detailfoto's en recentere foto's (zie grafiek 7). In de onderstaande grafiek is weergegeven welk camerastandpunt foto's in gidsen hadden, afgezet tegen tijd.



**Grafiek 14: Camerastandpunten in gidsen afgezet tegen tijd in aantallen.**

Zoals af te lezen valt, bestaat er geen exponentiële lijn bij de meeste perspectieven. De gebruikte camerastandpunten schommelen sterk en naarmate de foto's recenter worden, worden er niet meer close-up foto's geplaatst. Alleen foto's die in close-up en kikkerperspectief gemaakt zijn, zijn recenter. Vogelperspectief in close-up komt niet voor in gidsen en rechte close-ups nemen juist af naarmate de foto's recenter zijn. Het rechte, kikker- en vogelperspectief die met wide shot zijn gemaakt, voeren de boventoon. Het rechte en wijde perspectief springt er duidelijk bovenuit. Eerder is besproken dat deze foto's vaak onpersoonlijker zijn en niet gemaakt zijn met een esthetische inslag, maar meer een overzicht laten zien. Deze foto's zijn in gidsen veelal overzichtsfoto's, namelijk negen van de vijftien overzichtsfoto's zijn met dit camerastandpunt gemaakt (60 %).

De perspectieven die wel vaker een esthetische inslag hebben of waarbij de fotograaf deze bedoeling had, zijn de kikker- en vogelperspectieven. Deze beide perspectieven zijn pas gebruikt in gidsen vanaf 2005 (kikkerperspectief) en 2008 (vogelperspectief). Er wordt dus wel iets meer gekeken naar andere dan traditionele camerastandpunten door gidsen naarmate de foto's recenter zijn. Maar gidsen gebruiken toch vooral standaardperspectieven en tonen veelal overzichtsfoto's. Juist close-ups en details betrekken de kijker meer bij het object waar hij of zij naar kijkt en spelen meer in op inleving (zie paragraaf 6.4 hiervoor, p. 64). Deze soort perspectieven wordt in gidsen toch erg weinig toegepast en ook niet meer naarmate de beelden recenter zijn.

De twee formele aspecten die nog behandeld worden, zijn foto's in kleur of zwart/wit en het gebruikte diafragma. In tabel 7 zijn beide aspecten weergegeven, afgezet tegen de tijd.

	Kleur/Zwart/wit		Diafragma		
	Kleur	Zwart/wit	Scherp	Wazig	Deels wazig
<b>Jaar</b>					
1981	0	1	1	0	0
1996	0	1	1	0	0
2002	2	0	1	0	1
2003	3	0	3	0	0
2004	2	0	2	0	0
2005	2	0	0	1	1
2006	4	0	4	0	0
2008	4	0	4	0	0
2009	2	0	2	0	0
<b>Totaal</b>	<b>19</b>	<b>2</b>	<b>18</b>	<b>1</b>	<b>2</b>

Tabel 7: Aantal foto's in kleur of zwart/wit en diafragma in gidsen.

Als we naar kleuren- of zwart/witfoto's kijken, valt op dat juist in de minst recente jaren er foto's in zwart/wit zijn geplaatst. Toeristen die foto's uit 2009 plaatsten, maakten juist regelmatig zwart/witfoto's. Eerder is aangekaard dat dit niet om technische redenen wordt gedaan, aangezien men in 2009 allemaal kleurenfoto's kan maken, maar waarschijnlijk wel om de foto meer kracht (wellicht authenticiteit) bij te zetten, dus vanwege het esthetische element. Gidsen doen dit niet en wat dat betreft is de hypothese niet houdbaar dat gidsen zich zouden laten beïnvloeden door toeristenfoto's op blogs.

Bij het diafragma kan geen trend worden afgelezen over de tijd: er worden überhaupt weinig foto's door gidsen geplaatst die bewust deels wazig zijn, en als ze dit wel doen, kan niet van een trend gesproken worden.

Reisgidsen hebben zich voor een deel laten beïnvloeden door de komst van internet en de foto's die toeristen plaatsen op blogs. Gidsen plaatsen opvallend veel meer foto's van Auschwitz in de laatste jaren dan voorheen. Ook de onderwerpen zijn anders geworden, hoewel de bekende symbolen van het kamp sterk vertegenwoordigd blijven. Daarentegen plaatsen ze niet meer detailfoto's en gebruiken ze ook niet meer camerastandpunten die een esthetische inslag verraden. Deze ontwikkeling is te zien in het verloop van minder recente naar recentere beelden. Over de hele jaren '00 genomen, kan wel gezegd worden dat gidsen meer gebruik maken van andere dan gewone perspectieven, zij het met ups en downs. Details worden echter niet vaak gefotografeerd, op enkele uitzonderingen na.

Als we kijken in hoeverre toeristen zich laten beïnvloeden door beelden uit gidsen, moeten we in ons achterhoofd houden dat toeristen beelden uit de media meenemen en hier aanvullingen op maken. Gidsen plaatsen regelmatig beelden van prikkeldraad (14 %). Ook toeristen nemen dit symbool regelmatig als onderwerp (14 %). De aanvulling die zij maken, is dat ze het onderwerp met meer inleving proberen over te brengen, zoals door close-ups. Uit paragraaf 6.2 kwam naar voren (grafieken 11 en 12) dat foto's van prikkeldraad vaker detailfoto's zijn dan overzichtsfoto's en dat zij vaak worden genomen vanuit een close-up. Er zou gesteld kunnen worden dat zij het beeld uit gidsen meenemen en hier een aanvulling op maken door dat bekende beeld anders te fotograferen. Aan de andere kant gaat dit niet altijd op. Zo fotograferen toeristen andere objecten dan die in reisgidsen getoond worden en nemen ze niet alle bekende symbolen over die gidsen wel publiceren. In de volgende paragraaf wordt hier meer over uitgewijd.

Ten slotte wordt de vraag gesteld of blogs overeenkomsten vertonen qua functie met reisgidsen. Reisgidsen plaatsen meer beschrijvende, informatieve teksten. De functie van reisgidsen is het informeren van de (potentiële) bezoeker<sup>11</sup>. Toch ben ik na het zien van foto's op blogs meer geïnformeerd over Auschwitz dan na het bestuderen van de gidsen. De informatiefunctie wordt in dit geval overgenomen door blogs, omdat die niet alleen meer beelden tonen, maar ook onderwerpen fotograferen die ik in reisgidsen niet terugzie en die blijkbaar onderdeel van Auschwitz zijn. Internet is in dit opzicht een geduchte concurrent voor reisgidsen.

---

<sup>11</sup> In hoofdstuk vier is de functie van reisgidsen aan bod gekomen.

### *6.3.1. Afsluiting*

De effecten van medialisering komen niet altijd naar voren wanneer er gekeken wordt naar de onderwerpen en de manieren waarop reisgidsen en toeristen foto's van Auschwitz tonen. Bovendien kan niet altijd met zekerheid gezegd worden dat het een het ander heeft beïnvloed. Hoe dan ook valt op dat reisgidsen tot de jaren '00 nauwelijks foto's van Auschwitz opnemen en dit daarna wel regelmatig doen. Daarnaast tonen de foto's van reisgidsen andere onderwerpen dan de foto's van toeristen. Vergeleken met toeristenfoto's hebben die in de gidsen minder detailfoto's en zijn close-upbeelden schaars. In de jaren '00 worden er in de reisgidsen wel regelmatig andere perspectieven dan het rechte en wijde gebruikt, maar omdat er weinig tot geen beelden voor dit decennium op blogs zijn geplaatst, kan moeilijk geconstateerd worden dat dit beïnvloed is door blogs.

Toeristen nemen beelden mee die zij uit de media kennen, objecten die zij kennen en herkennen als symbolen van Auschwitz. Zij maken hier vervolgens persoonlijke foto's van door close-ups, detailopnamen en esthetische camerastandpunten.

In de volgende paragraaf worden de belangrijkste elementen van Auschwitz voor toeristen en gidsen belicht. Wat vinden gidsen en toeristen belangrijk om vast te leggen van het bezoek aan deze dark site?

### *6.4 Belangrijkste elementen bij het verbeelden van Auschwitz in gidsen en op blogs*

Van de 175 gevonden foto's is, zoals eerder is gebleken, het leeuwendeel op blogs geplaatst (88 %) en een veel kleiner aandeel in reisgidsen gepubliceerd (22 %). Vooral toeristen plaatsen foto's van Auschwitz. Wanneer we kijken naar wat van belang is bij het afbeelden van dark sites, zou uit het gegeven dat toeristen veel meer beelden plaatsen van Auschwitz dan (professionele) media zoals reisgidsen, afgeleid kunnen worden dat dark sites meer tot de verbeelding van toeristen spreken, dan tot die van reisgidsen. In dit onderzoek kan dit echter niet direct geconcludeerd worden. Zoals uit paragraaf 6.1 is gebleken, plaatsen reisgidsen inderdaad relatief weinig beelden over een periode van dertig jaar. Of dit te wijten is aan een gebrek in interesse of belang van de dark site, valt te betwijfelen. Alle reisgidsen die in de genoemde periode zijn gepubliceerd, plaatsen namelijk wel lange stukken tekst over Auschwitz. Beelden plaatsen zij er niet vaak bij. Op kwantitatief niveau zou dit kunnen betekenen dat beelden voor reisgidsen niet van belang zijn bij het uitbeelden van een dark site zoals Auschwitz. Wie beter kijkt en leest, ziet dat dit vooral te maken heeft met het feit dat gidsen niet weten welke beelden ze erbij zouden moeten plaatsen. De ANWBgids schrijft dat als je niet per se naar Auschwitz wilt, het wordt afgeraden omdat het geen prettig uitstapje is



en je dit er niet even tussendoor doet als je toch in de buurt bent. Deze gids toont liever een kerk of foto's van het oude stadscentrum van Krakau dan van de dark sites die het land kent.

Het specifieke karakter van het medium reisgids speelt hierin ook een rol. Reisgidsen hebben een informatieve en dienstverlenende functie voor een lezerspubliek dat de reisgids voornamelijk gebruikt voor hun vrije tijd. Er kan verwacht worden dat de gids het leuke element van vakantie in het aanbod van tekst en beeld benadrukt. Als deze gedachtegang klopt, dan lijkt het erop dat auteurs van de reisgidsen worstelen met de vraag hoe zij een dark site als Auschwitz goed kunnen presenteren, aangezien hun voorlichtingsrol en het feit dat vakantie vooral gezellig moet zijn hen parten spelen. De auteurs hebben wel degelijk oog voor de geschiedenis van Auschwitz en besteden er ook veel tekst aan, maar qua afbeeldingen zijn ze terughoudend.

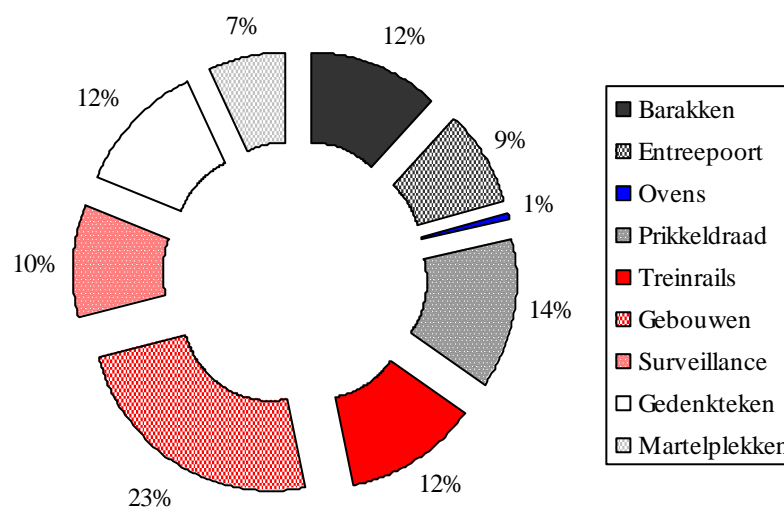
Toeristen hebben minder moeite met het afbeelden van Auschwitz. Auschwitz mag gezien worden, gezien het grote aantal beelden dat zij plaatsen (in totaal en per blog). Hierbij worden beladen onderwerpen niet geschuwd, zoals uit paragraaf 6.2 is gebleken. Uit het theoretisch kader (hoofdstuk 2) blijkt dat dark sites bezocht worden om verschillende redenen. Of Auschwitz uit sensatieoverwegingen wordt bezocht, omdat men op zoek is naar een kijkje in de dood, valt moeilijk te zeggen. Uit het commentaar dat bij foto's wordt geplaatst, komt steeds het collectieve motief naar voren. Dit blijkt ook uit beelden die toeristen maken van gedenkstenen met de tekst 'Forever let this place be a cry of despair and a warning to humanity where the nazis murdered about one and a half million men, women and children, mainly Jews form various countries of Europe' ([www.travelblog.org](http://www.travelblog.org)).

Naast het collectieve motief speelt ook het herbeleven van de ramp en van wat mensen doorgemaakt moeten hebben een belangrijke rol. Toeristen zijn zeer gericht op het inleven in de situatie en proberen te begrijpen wat daar gebeurd is. Er zijn veel foto's geplaatst vanuit een brits, waarbij de fotograaf (en dus de kijker) in de kleine ruimte zit, zoals in paragraaf 6.2 aangetoond is. Ook maken veel toeristen foto's van achter het prikkeldraad; het gevoel van gevangenschap wordt door toeristen vaak verbeeld. Deze beelden en bijbehorende teksten tonen niet zozeer een sensatie-element - maar wie zou ooit toegeven dat hij Auschwitz bezoekt uit sensatie?

Wel worden er foto's geplaatst van martelwerktuigen of plekken, zoals een executiewand, een galg, lege blikken waar Zyklon B in zat, verbrandingsovens of een modderpoel waar de as van verbrande joden in werd gedeponeerd. Deze beelden kunnen gemaakt zijn vanuit inleving, maar het lugubere ligt er wel erg dik bovenop. Hieruit kan niet geconcludeerd worden dat mensen Auschwitz bezoeken uit sensatieoverwegingen, of om een

kijkje te nemen in de dood, maar het zijn wel beelden die kracht bijzetten aan het toch al gruwelijke idee dat we van het kamp hebben. Het zijn beelden die de nieuwsgierigheid van de kijker bevredigen naar hoe gruwelijk het echt was.

Foto's die die gruwelijke plekken weergeven, worden in het kwalitatieve gedeelte besproken. In dit hoofdstuk worden ook foto's geanalyseerd waarop de fotograaf inleving toont en beelden die blijk geven van herdenking en rouw. Op kwantitatief niveau kan eveneens worden aangetoond welke onderwerpen zowel in de gidsen als bij de toeristen het meest aan de orde komen. In grafiek 14 is weergegeven hoe de verdeling naar onderwerp van het totaal aantal foto's is verdeeld.



**Grafiek 15: Verdeling foto's naar onderwerp op blogs en in gidsen in percentages.**

In deze grafiek is te zien dat de meeste foto's gebouwen laten zien. Prikkelraad staat op een tweede plaats, waarna de onderwerpen gedenkteken, treinrails en barakken een gedeelde derde plaats innemen. Over het algemeen zijn gebouwen het meest van belang voor Auschwitzbezoekers. Die zijn ook het meest te zien in het kamp. Wat op de dark site direct in het oog springt en het meest aanwezig is, wordt ook het meest gefotografeerd.

Vervolgens neemt prikkeldraad als categorie de meeste ruimte in. Prikkelraad is een bekend specifiek symbool van Auschwitz, maar ook van concentratiekampen in het algemeen. Herkenbaarheid speelt een belangrijke rol bij het fotograferen van dark sites. Wat in het collectief geheugen is opgeslagen als symbool voor de dark site, wordt op de site veelvuldig gefotografeerd. Op de derde plaats staan deels herkenbare elementen van het concentratiekamp (treinrails), deels elementen die het collectief geheugen aanspreken

(gedenkteken) en deels objecten die wel bekend zijn als onderdeel van een concentratiekamp, maar die niet direct als symbool van de dark site te binnen schieten (barakken).

In tabel 7 is een overzicht gegeven van de verdeling van onderwerpen per medium. Er bestaat een verschil tussen beide media. Zo is het onderwerp treinrails veel belangrijker bij de gidsen dan bij de blogs of in het totaal. Doordat er veel meer foto's op blogs zijn gepubliceerd, wordt het gemiddelde voornamelijk door de blogs bepaald. Toeristen fotograferen veel minder treinrails dan gidsen. Zij leggen de nadruk meer op barakken en gedenktekens, terwijl treinrails als categorie wegvalt, waar deze in het totaal wel tot de top drie meest gefotografeerde onderwerpen hoort.

Onderwerp	Gidsen	Blogs
Barakken	10 %	12 %
Entreepoort	10 %	8 %
Ovens	0 %	1 %
Prikkeldraad	14 %	14 %
Treinrails	33 %	9 %
Gebouwen	19 %	25 %
Surveillance	14 %	10 %
Gedenkteken	0 %	13 %
Martelplekken	0 %	8 %
<b>Totaal</b>	<b>100 %</b>	<b>100 %</b>

Tabel 8: Verdeling onderwerpen per medium in percentages.

Wat in het algemeen van belang is, zijn de elementen die zich in het collectief geheugen bevinden. Dat collectief geheugen wordt gevoed door de geschiedschrijving en voortdurend geactualiseerd door de media. Nieuwe indrukken worden daaraan toegevoegd door de directe confrontatie met de dark site. De ervaring op de plek wordt versterkt door het 'nieuwe' wat op de plek aanwezig is en dat zijn in het geval van Auschwitz gebouwen. Die zijn voor de beschouwer (de outsider) niet zo direct herkenbaar, en die kunnen niet direct gerelateerd worden aan de dark site: ingestorte gaskamers, houten gebouwen, barakken.

Uit paragraaf 6.2 is gebleken dat toeristen vaker gebruik maken van ongewone camerastandpunten en zwart/wit fotografie dan in de gidsen gebruikelijk is. Dit doen de toeristen om de inleving in de plek beter te documenteren. Het gaat om foto's van prikkeldraad in een sterke close-up, close-ups van details zoals bloknummers vanuit kikkerperspectief of detailfoto's van gedenktekens of persoonlijke objecten van slachtoffers (koffers met namen erop, schoenen of foto's van foto's).

Gidsen tonen, zoals in paragraaf 6.1 naar voren komt, vooral traditionele en daardoor makkelijk herkenbare elementen zoals treinrails, entrepoorten en prikkeldraad. Hoewel de gidsen later meer plaats inruimen voor een meer gedetailleerde en daardoor emotionele weergave (de gebouwen worden gefotografeerd, zie hoofdstuk 7), blijven de traditionele beelden als deel van het collectief geheugen en herhaling van wat eerder in andere media zoals film is getoond, van belang. Toeristen nemen de traditie wel degelijk mee in hun eigen fotografische weergave van de dark site die zij bezoeken (prikkeldraad is bij beide media een belangrijk onderwerp), maar ze verruimen het traditionele beeldenrepertoire met eigen beelden, die op een emotionele manier de ervaring op de plaats zelf representeren.

#### *6.4.1 Afsluiting*

Er is een verschil in het afbeelden van een dark site als Auschwitz tussen toeristenfoto's en foto's in reisgidsen. Gidsen lijken zich vooral bewust van hun voorlichtingsfunctie voor vakantiegangers en weten kennelijk niet goed raad met hoe Auschwitz af te beelden. Wanneer zij dit wel doen, tonen zij vooral de traditionele, algemeen herkenbare elementen. Toeristen fotograferen die ook wel, maar gebruiken hierbij meer ongewone camerastandpunten en zwart/witbeelden, opdat de foto de kijker uitnodigt om zich in te leven. Daarnaast fotograferen toeristen veelal op de site aanwezige objecten waarmee de bezoeker direct geconfronteerd werd en die de ervaring van het bezoek vasthouden.

In het volgende hoofdstuk zullen enkele foto's kwalitatief besproken worden. Hierbij kan beter getoond worden, hoe Auschwitz wordt gefotografeerd door toeristen en gidsen.

## 7. Resultaten - Kwalitatief

In hoofdstuk zes zijn de kwantitatieve resultaten behandeld. Deze resultaten zijn verkregen door alle beelden op cijfermatige wijze te coderen. In dit hoofdstuk zullen een aantal beelden op semiotische wijze worden besproken. Bij de beelden die zijn gekozen, is gekeken hoe Auschwitz wordt afgebeeld in de verschillende media. Aan de hand van de kwantitatieve resultaten, is gebleken dat toeristen Auschwitz op andere wijze afbeelden dan reisgidsen. Vanuit die wetenschap zijn er vervolgens beelden geselecteerd, die representatief zijn voor de manier waarop de twee media Auschwitz afbeelden. Door middel van de semiotische analyse zullen de deelvragen, evenals door middel van de resultaten uit het kwantitatieve gedeelte, beantwoord worden.

Uit hoofdstuk zes is gebleken, dat toeristen zich wel laten beïnvloeden door beelden uit reisgidsen, maar dat zij aan deze beelden eigen interpretaties geven en ook andere onderwerpen fotograferen. Bovendien maken zij meer gebruik van verschillende camerastandpunten en zwart/wit beelden en staat inleving in de situatie centraal. Vanuit deze resultaten zijn enkele beelden geselecteerd van verschillende blogs, die de bovengenoemde eigenschappen zo goed mogelijk weerspiegelen. Van de blogs twee, vijf en negen zijn beelden geselecteerd, uit de maanden augustus, juni en februari.

Reisgidsen tonen voornamelijk algemeen geaccepteerde symbolen van Auschwitz vanuit een recht en wijd camerastandpunt. In de jaren '00 zijn er echter enkele veranderingen waarneembaar. Deze veranderingen zijn meegenomen in de keuze voor de beelden die geanalyseerd worden. In de jaren '80 en '90 waren slechts twee beelden gepubliceerd. Deze beelden worden zodoende beide besproken. Vervolgens zijn er twee beelden uit de jaren '00 gekozen; beelden die de verandering in de onderwerpen van de foto's weerspiegelen. Uit 2009 is ten slotte één foto geselecteerd.

### 7.1 Auschwitz door reisgidsen gefotografeerd

#### *'Auschwitz' – ANWB, 1981*

De eerste foto die hier geanalyseerd wordt, is een foto afkomstig uit een reisgids over Polen uitgegeven door de ANWB in 1981. Dit is binnen de onderzochte periode de eerste reisgids die is gevonden. In de gids is één foto van Auschwitz



gepubliceerd en dit is de enige foto die in de jaren '80 is geplaatst. Het beeld is geplaatst in een gids met alleen maar zwart/wit beelden en het onderschrift geeft weinig toelichting; slechts het simpele 'Auschwitz' moet volstaat. Alle reisgidsen zijn ingedeeld naar regio. Auschwitz wordt altijd genoemd binnen de regio Klein-Polen.

De foto geeft een vrij druk beeld weer: er staan veel objecten dicht bij elkaar op. Op de voorgrond is uiterst links in beeld een gestreepte hefboom zichtbaar. De hefboom staat open en in het midden is een bordje met 'HALT' erop bevestigd. Achter de hefboom is een hek zichtbaar en het hek staat open. Uiterst rechts in beeld is op de grond de schaduw te zien van het andere deel van het hek, dat eveneens openstaat. Voor dit deel van het hek staat een bordje met 'Vorsicht' erop. Bovenop het hekwerk loopt van links naar rechts een ijzeren boog, in een golfbeweging. Op deze boog prijkt de leus 'Arbeit macht frei'. Deze tekst is niet volledig zichtbaar, maar kan wel herkend worden als er langer naar gekeken wordt. Links van het hek, aansluitend op het hek, loopt prikkeldraad. Onder de poort door kijk je naar binnen. Er loopt een pad dat leidt naar gebouwen die links op de foto staan. De gebouwen nemen de hele linkerkant van de foto in beslag. De gebouwen hebben drie verdiepingen en ramen. Rechts zijn een boom en de schaduwen van meerdere bomen op de grond zichtbaar.

De kijker krijgt het idee ergens naar binnen te gaan, een afgesloten park of, in dit geval, een kamp. Doordat er een toegangspoort, hefboom en prikkeldraad zichtbaar zijn, komt deze betekenis naar voren. De bordjes 'HALT!' en 'Vorsicht' tonen dat het om een plek gaat die beveiligd is, het moet om een gevangenis gaan. Daarnaast zijn deze bordjes in het Duits, wat aangeeft dat het hier een Duits kamp betreft. De hefboom en poort staan echter open, wat het geheel een meer uitnodigend karakter geeft.

Wat op deze foto vooral belangrijk is als herkenningspunt, is de tekst boven de poort: 'Arbeit macht frei'. Deze tekst is herkenbaar als detail van Auschwitz doordat het in de geschiedenisboeken staat en vele malen aan onze ogen voorbij is gegleden in de media. De beveiligde poort, het afgesloten kamp en het prikkeldraad duiden op gevangenschap. De herkenbare tekst boven de poort geeft de beschouwer een idee van waar hij naar kijkt, omdat deze tekst als onderdeel van het concentratiekamp Auschwitz herkenbaar is.

Het beeld is gefotografeerd in kikkerperspectief en als wijd shot. De boog boven de poort trekt echter niet de meeste aandacht. De tekst die zo herkenbaar is voor Auschwitz valt deels weg tegen de donkere achtergrond van de bomen. De fotograaf staat niet recht voor de poort waardoor de tekst niet goed op de foto is gekomen en het oog wordt hierdoor niet naar de tekst getrokken, maar naar de gebouwen onder de poort door. Deze zijn niet direct herkenbaar als onderdeel van Auschwitz. De foto is als wijd shot geclassificeerd omdat er niet

is ingezoomd op een bepaald punt, ondanks het feit dat het oog wel naar een bepaald punt getrokken wordt, namelijk het gebouw links. Het is wel als detail benoemd. Dit komt doordat er slechts een klein deel te zien is van het kamp, namelijk de toegangspoort tot Auschwitz I.

Het feit dat dit beeld een in wezen zeer herkenbaar onderdeel van Auschwitz toont, maar dat dit niet duidelijk naar voren komt, geeft weer hoe deze reisgids uit de jaren '80 Auschwitz wil tonen. Het toont niet teveel, en zeker geen lugubere elementen, maar voor wie beter naar de foto kijkt geeft het genoeg informatie om te weten wat het voorstelt en wat de context is. Auschwitz is wel herkenbaar in deze foto, maar voor de minder geoefende kijker ligt de herkenbaarheid er niet dik bovenop. De foto heeft een vriendelijke uitstraling, doordat de plek niet direct als Auschwitz herkenbaar is. Auschwitz als onherbergzame plek wordt in deze reisgids uit de jaren '80 vriendelijk afgebeeld voor de niet getrainde kijker.

*'Auschwitz' – Gottmer Reisgidsen, 1996*



Het tweede beeld dat uit reisgidsen afkomstig is en hier geanalyseerd wordt, is het enige beeld dat in de jaren '90 is gepubliceerd. In de jaren '90 zijn veel gidsen over Polen uitgebracht (12 gidsen), maar slechts één gids, uit 1996, plaatste een beeld van Auschwitz. Dit beeld is door Gottmer Reisgidsen gepubliceerd in zwart/wit en draagt als onderschrift: 'Het poortgebouw in Birkenau. Ter herinnering aan de miljoenen slachtoffers is het nazivernietigingskamp Auschwitz-Birkenau nu een museum en een monument'.

Zichtbaar op de voorgrond zijn, iets rechts van het midden, treinrails. Van de rails is een stukje zichtbaar omdat zij voor de rest overwoekerd zijn door gras. Links van de rails loopt een pad. De kijker kijkt recht tegen een gebouw aan, in het midden van de foto bij het verdwijnpunt. De rails leiden naar het gebouw evenals het pad dat links van de rails loopt. Het gebouw is laag en erg breed, met in het midden een doorgang en daarboven een uitkijktoren. Links en rechts van het gebouw is vaag iets te zien. Doordat er een doorgang in het gebouw zit en er een uitkijktoren bovenop staat, denk je bij het zien hiervan aan een toegangspoort. De rails leiden naar de poort en lijken eronderdoor te gaan. Omdat het een poort is, moet dat wat erachter ligt een afgesloten terrein zijn. Omdat er slechts één spoor loopt, krijg je het idee dat niemand de andere kant meer opgaat. Dit sluit aan bij de indruk dat het hier om een gevangenis gaat. Het gras dat de rails overwoekerd heeft, toont dat het spoor al lang niet meer

gebruikt is. Het pad dat langs de rails loopt, geeft aan dat er nu ook een andere manier is om bij de poort te komen.

Het onderschrift maakt de kijker duidelijk waar hij naar kijkt en geeft, in tegenstelling tot de foto van Auschwitz uit 1981, een toelichting. Maar zonder deze kennis had de kijker ook kunnen opmaken uit de foto dat dit een toegangspoort naar Auschwitz is, die van Birkenau. Het spoor en de poort zijn, net als de tekst 'Arbeit macht frei', herkenbare symbolen van Auschwitz-Birkenau.

Het gegeven dat er maar één spoor naar de poort toe loopt en niet een er vanaf geeft samen met de uitkijktoren de sfeer die rond Auschwitz hangt weer zoals die vele malen in de printmedia besproken is: de laatste stop. De overwoekerde rails laten zien dat dit al enige tijd geleden is gebeurd omdat ze nu niet meer worden onderhouden. Het pad dat ernaast loopt en dat wel is onderhouden, laat zien dat je nu nog wel naar het kamp kan, zij het voor andere redenen, zoals het onderschrift duidelijk maakt.

De foto toont een recht en breed beeld en er is niet ingezoomd op elementen (overzicht). Het beeld is niet per se gemaakt met de bedoeling esthetisch te zijn, gezien het rechte perspectief. Er is gefotografeerd wat zichtbaar is wanneer je deze plek bezoekt. Het belangrijkste is dat de plek meteen herkenbaar is. Ook in de jaren '90 stond een informatieve, herkenbare foto centraal. In vijftien jaar is er niet veel veranderd in het fotograferen van Auschwitz door reisgidsen.

*'Tweede Wereldoorlog' – Wereldwijzer, 2006*

Tien jaar na de enige gepubliceerde foto uit de jaren '90 in reisgidsen over Polen, zien we dit beeld. Het beeld is in 2006 in de gids *Wereldwijzer* gepubliceerd. Het onderschrift vertelt ons: 'Concentratiekamp Auschwitz II, hier kwamen tussen '40-'45 miljoenen mensen om het leven'.



Op de voorgrond is zand zichtbaar, dat van links naar rechts over het beeld loopt. Door het zand lopen, evenwijdig eraan, rails. Achter de rails is een pad zichtbaar, door het midden van het beeld. Links en rechts van het pad ligt gras, kort gemaaid. Links staat op het gras een houten toren. Achter de toren staat, in het midden, een poort van ijzer met aan weerszijden prikkeldraad, dat doorloopt tot aan het einde van de foto. De poort staat open, maar kan gesloten worden. De toren staat voor het prikkeldraad, aan de kant van de fotograaf. Achter



het prikkeldraad is een kilometers uitgestrekte vlakte zichtbaar met ruïnes. Het enige dat nog overeind staat zijn schoorstenen. Onder de poort door loopt het zandpad tot aan het verdwijnpunt van de foto. Langs het pad loopt aan weerszijden een manshoog hek van prikkeldraad, zodat de uitgestrekte vlaktes er door omheind worden. Achter de vlaktes is bos zichtbaar.

Er is niet veel meer te herkennen van wat de ruïnes ooit geweest zijn. Ze worden omgeven door prikkeldraad en men moet door een poort, die afgesloten kan worden, om erbij te komen. De houten toren die voor het prikkeldraad staat, doet denken aan een wachttoren, die uitkijkt uit over de ruïnes. Er valt niet aan af te lezen wat de ruïnes ooit geweest zijn. Doordat de gehele vlakte omheind is door prikkeldraad, er één poort is en er een uitkijktoren naast staat, geeft het wel de indruk dat je binnen het hekwerk gevangen zat. Als je er zat, zat je gevangen en op eigen houtje kon je er niet zomaar in of uit. Als dat al zou lukken kwam er nog een poort of een tweede hek prikkeldraad en een uitkijktoren. Het prikkeldraad geeft aan dat het een kamp of gevangenis is, maar dat het Auschwitz is, is niet zonder meer duidelijk. Daarom is het onderschrift hier van groot belang. Zonder dit onderschrift is de kijker niet helemaal zeker dat dit ook daadwerkelijk Auschwitz is, het zou bijvoorbeeld ook Amersfoort kunnen zijn. Daar zijn ongeveer identieke houten wachttorens geplaatst.

Hoewel het camerastandpunt nog steeds recht en wijd is en er een overzicht wordt weergegeven, wordt er wel een onderwerp (surveillance) afgebeeld dat niet meteen tot Auschwitz te herleiden is. Daar is het onderschrift, dat ook hier meer toelichting geeft, voor nodig. Bij deze foto draait het dus niet alleen om een duidelijke, informatieve foto die weinig te raden overlaat. Er is door de reisgids gekozen voor een foto waarop de tekens van toren en prikkeldraad naar voren komen in een verder kaal en doods landschap. De uitgestrektheid van het landschap waar verder alleen ruïnes in te zien zijn, doet denken aan een verlaten slagveld. Er wordt door de reisgids meer ingespeeld op het symbolische en het esthetische. De foto toont rechte lijnen en abstracte vormen als troosteloos en doods geheel. Dat weerspiegelt meer hoe wij nu aan Auschwitz terugdenken.

*‘Auschwitz-Birkenau’ – Meinema/Averbode. Gids voor de bewuste reiziger, 2008*

Beeld nummer vier dat geanalyseerd wordt is een foto uit 2008, zeer recent dus. Het is gepubliceerd in de gids Meinema/Averbode. De uitgever van de gids zegt dat dit een gids is voor de bewuste reiziger. Dit geeft aanleiding tot denken dat deze gids meer inspeelt op achtergronden van plaatsen en op mensen die bewust plekken bezoeken en er niet per toeval stranden. Het onderschrift bij deze foto luidt: ‘Auschwitz, kamp Birkenau’.

Deze foto geeft niet veel weer en richt zich op enkele elementen. De gehele foto wordt in beslag genomen door een muur met een deur erin. De deur staat open en je kan er doorheen kijken, wat nog iets weggeeft van de omgeving van dit gebouw. We zijn binnen het gebouw en zien het interieur ervan. De muur waar we op



uitkijken, is grijs en van beton met grijze vlekken en verkleuringen. In de muur staan krabbels gekrast. Rechts van het midden is de houten doorgang zichtbaar met het portaal dat zich buiten het gebouw bevindt. Links hiervan staat op de muur geschilderd: 'Wassertrinken verboten – Seuchengefahr!'. Boven de deur staat op de muur: 'Sauber sein ist deine Pflicht'. Door de doorgang kun je naar buiten kijken. Buiten zijn vaag dezelfde schoorstenen van ruïnes te zien als op de vorige foto. Voor het gebouw ligt gras.

Ook deze foto geeft niet meteen weg dat dit in Auschwitz is. Dit beeld geeft, op het eerste gezicht, zelfs niet weg dat we in een concentratiekamp zijn. Dat dit geen gezellige ruimte is, is duidelijk: de muren zijn kaal en de toegang ziet er niet uitnodigend uit. De teksten op de muur geven aan dat dit een ontsmettings- of wasruimte is. Het is de plicht van diegenen die hier komen om zich te reinigen, maar het water mag niet gedronken worden wegens besmettingsgevaar, wat niet duidt op goede hygiëne van de plek. De deur is nu open en er is ook geen slot of hekwerk zichtbaar, wat niet duidt op een gevangenis. Het onderschrift moet hier uitsluitsel geven. Wanneer dit duidelijk is, valt de tekst op de muur beter op zijn plaats en komt het cynische ervan naar boven. Dit vereist achtergrondkennis van de Tweede Wereldoorlog en Auschwitz op een diepere laag dan het algemeen bekende. Waarschijnlijk was deze ruimte bedoeld om mensen of hun kleren te ontsmetten van luizen om een epidemie te voorkomen. Met een epidemie in het kamp kon niemand meer werken en dat was schadelijk voor de productie. Dat deze mensen uiteindelijk toch vermoord zouden worden, maakt het wrang dat de illusie wordt gewekt dat, door middel van de tekst boven de deur, (persoonlijke) hygiëne hoog in het vaandel staat.

Het beeld is in kikkerperspectief en als close-up gefotografeerd en als detail gecodeerd. Dit laat een ander beeld zien dan reisgidsen tot nu toe hebben gedaan. Bovendien is hier ook een ander onderwerp gefotografeerd (gebouwen) dan voorheen. De titel van de gids, voor de bewuste reiziger, is zeker van toepassing op hoe deze gids Auschwitz verbeeldt. Namelijk op een meer esthetische manier, met een onderwerp die de context niet verraadt

zonder bijschrift waardoor achtergrondkennis van belang is. Deze foto laat meer aan de verbeelding over en speelt beter in op het inlevingsvermogen: wanneer eenmaal bekend is waar het om gaat, krijg je een beter inzicht in het functioneren van het kamp dan met wijde overzichtsbeelden van herkenbare symbolen.

*‘Oświęcim, Auschwitz’ – ANWB, 2009*



De laatste foto die geanalyseerd wordt en afkomstig is uit een reisgids, is een foto die door de uitgever van de ANWBgids in 2009 is gepubliceerd. Deze foto is in 2005 eveneens geplaatst door dezelfde uitgever, maar was toen bijgesneden. Alleen de gebouwen waren daarop zichtbaar, de mensen waren eraf geknipt. Het onderschrift van deze foto luidt: ‘slechts een zeer gering aantal van de ruim 1,5 miljoen gevangenen heeft Auschwitz overleefd’.

Op de voorgrond van deze foto is uiterst links een pad zichtbaar. Ernaast loopt gras. Het pad loopt naar achter op de foto en gaat over een greppel heen. Voor de greppel staat prikkeldraad. Erachter ligt grasland met daarop een rij lange, houten gebouwen. De deur van het voorste gebouw staat open. Voor het eerste gebouw loopt een groep mensen langs. De mensen dragen kleurrijke en zomerse kleren. Aan de achterkant van de houten gebouwen loopt weer prikkeldraad. Daarachter ligt een uitgestrekte vlakte met schoorstenen als enige overblijfselen van gebouwen. Helemaal in de verte ligt bos.

Wat aan deze foto opvalt zijn de kleuren. De foto heeft een warme gloed over zich. Het uitgestrekte landschap waar de schoorstenen staan, is helemaal oranje en geel. Deze foto is waarschijnlijk in de herfst gemaakt, hoewel de bezoekers zomerse kleding dragen. De kleuren vallen op omdat ze behoorlijk fel zijn en de foto een bepaalde sfeer meegeven. Op geen andere foto van Auschwitz komen kleuren zo sterk naar voren.

Van de foto kan niet direct worden opgemaakt dat dit Auschwitz is. Het prikkeldraad op de voorgrond en om de grote vlakte heen, doet wel denken aan een kamp. Ook de rij grote houten gebouwen doet hieraan denken, al had het ook een legerkamp kunnen zijn. De schoorstenen die op de achtergrond staan, geven aan dat er nog veel meer gebouwen hebben gestaan en tonen de uitgestrektheid van het kamp. Weer helpt het prikkeldraad op de foto bij

het herkennen van de plek als kamp. Dat het hier Auschwitz betreft, moet uit het onderschrift opgemaakt worden.

Het camerastandpunt dat hier gebruikt wordt, is anders dan normaal in reisgidsen, namelijk vogelperspectief. De fotograaf staat hoger dan wat hij fotografeert, hij staat dus op of in een hoger gebouw. De fotograaf heeft op deze foto bewust mensen toegelaten. Dat dit toeristen zijn, is af te leiden aan de kleding die ze dragen en het feit dat het een groep is die bij elkaar loopt en rondkijkt. Dat dit element er in 2005 afgesneden is, duidt erop dat men Auschwitz toen wellicht niet als toeristisch reisdoel wilde neerzetten. Aan toerisme heersen toch vaak negatieve associaties, namelijk dat de plek uitgebuit zou worden voor massatoerisme waarbij respect ondergeschikt wordt gemaakt aan commerciële doelen. Blijkbaar mag dat in 2009 wel getoond worden. Het bruggetje over de greppel is waarschijnlijk voor toeristen aangelegd en toont dat het kamp is aangepast aan de nieuwe functie. Deze mensen kunnen eruit als ze willen.

Vanaf de jaren '00 wordt Auschwitz meer getoond in reisgidsen en worden de foto's gewaagder qua camerastandpunt, onderwerp én visie. Inleving krijgt meer ruimte. Inleving is het enige dat de bezoekers van nu met de tijd van toen verbindt. Bijna alle bezoekers zijn toeristen. Dat is een onmiskenbaar feit en dat kan getoond worden. Auschwitz is geschiedenis geworden.

## *7.2 Auschwitz door toeristen gefotografeerd*

*'Memorial at Auschwitz and a Polish priest' – Blog, 16 februari 2009*

De eerste foto die door toeristen op hun blog (via [travelblog.org](http://travelblog.org)) is geplaatst en die hier besproken wordt, is een foto van een blog die op 16 februari 2009 is aangemaakt. De titel van deze blog luidt: 'Memorial at Auschwitz and a Polish Priest'. Op deze blog zijn 19 foto's geplaatst. Het onderschrift bij deze foto luidt: 'Let this place be a warning to humanity'.

Op het beeld is uiterst links onderin een platte, rechthoekige steen op de grond zichtbaar. Op de steen staat tekst en onderin een jaartal. Rechts van deze steen liggen, op rij, nog een aantal van dezelfde soort stenen op de grond. Op iedere steen staat tekst, maar op sommige stenen is de tekst langer dan op andere. Op de vierde steen van links liggen bloemen. Helemaal rechts in beeld staan bossen bloemen



in vazen. Achter de stenen op de grond ligt een ophoging. Op de ophoging staan, achterin het beeld, beelden van steen. In het midden van de foto, achterin, is een hoog beeld dat enkele meters boven de rest uittorent te zien. Er rechts naast staat een beeld met figuren. Links ervan staat een rechthoekige, lage steen. Achter deze beeldenpartij zijn vlaggenstokken zichtbaar. Daarachter zijn bomen te zien.

Op het eerste gezicht kan uit deze foto opgemaakt worden dat het om een herdenkingsmonument gaat. De stenen op de grond met tekst en jaartal en de bloemen geven aan dat er iets herdacht wordt, en de beelden op de achtergrond zijn ter herdenking van wat er op de plek waar ze staan gebeurd is. De beelden zijn vrij abstract en geven niet aan waar ze voor staan. De tekst op de eerste steen is voor veel mensen onleesbaar, waarschijnlijk is in het Hebreeuws. Hieruit kan voor de meeste beschouwers niet opgemaakt worden waar we zijn en wat er herdacht wordt. Dat de tekst er in het Hebreeuws op staat, doet wel vermoeden dat het hier om een joods monument gaat.

Het onderschrift dat bij de foto is geplaatst, geeft iets meer aanwijzingen. Wat herdacht wordt moet volgens de tekst in ons geheugen blijven bestaan als waarschuwing voor de gehele mensheid, en dus niet alleen voor de joodse gemeenschap. De Hebreeuwse letters in relatie tot 'de waarschuwing voor de mensheid' wijzen wel naar de Holocaust.

De tekst staat tussen aanhalingstekens. Het is dus geciteerd en het is aannemelijk dat dit de tekst van een van de stenen op de grond of van het monument is. Zo komt de kijker dichter bij wat dit voor moet stellen. Maar dat dit een monument in Auschwitz is, is niet direct duidelijk. Alleen door de titel van de blog wordt duidelijk dat dit beeld in Auschwitz is genomen. De tekst op de stenen is wellicht herkenbaar als monument in Auschwitz, maar dat is alleen herkenbaar voor ingewijden; mensen die er zelf ook geweest zijn. Deze foto heeft vooral voor de fotograaf zelf betekenis.

Het perspectief dat hier gebruikt is, is het kikkerperspectief, in close-up. De fotograaf is gehurkt bij de voorste steen gaan zitten om zo zowel de stenen van dichtbij erop te kunnen zetten, als de beelden op de achtergrond. Het is een close-up omdat er ingezoomd is op de voorste steen, opdat zichtbaar is wat erop staat. Dit is waarschijnlijk ook gedaan om het te laten corresponderen met het onderschrift, opdat het elkaar versterkt. De foto is tegelijk een overzicht omdat die ook de nadruk legt op de achtergrond en de omgeving van het monument.



Het tweede beeld dat besproken wordt, is afkomstig van dezelfde blog als foto 1. Het onderschrift bij deze foto is: 'Auschwitz I' en geeft verder niet veel informatie.

Het beeld is een sterke close-up waarbij er scherp is gesteld op de voorgrond. De achtergrond is wazig. De foto laat niet heel veel zien. Er is maar een object duidelijk te zien, dat is het belangrijkste element van

de foto. Uiterst rechts in beeld, direct op de voorgrond, is een soort knop zichtbaar. De knop is roestig en verweerd. Over de knop loopt bovenlangs roestig prikkeldraad. De knop is bevestigd aan een betonnen paal, waarvan slechts een klein stukje zichtbaar is. Het prikkeldraad dat over de knop is gespannen, loopt van rechts naar links midden door het beeld. De rest van de foto is wazig, maar toont wel een omgeving. Zowel onder als boven in beeld, op de achtergrond, is nog meer prikkeldraad zichtbaar. Onderin, achter dit prikkeldraad, ligt een grindpad. Aan de andere kant van het pad is een hek van prikkeldraad zichtbaar met links in beeld eenzelfde betonnen paal met knoppen er aan. Achter dit prikkeldraad is de wand van een gebouw zichtbaar. In het gebouw zitten ramen.

Op het eerste oog geeft dit beeld weinig weg van het zou kunnen zijn en waar het zou kunnen zijn. Maar doordat er zo weinig anders te zien is en de achtergrond ook wazig is, wordt je gedwongen je te richten op dat wat scherp en op de voorgrond is afgebeeld en ga je langer kijken om er toch een context aan te verbinden. Prikkeldraad is een bekend symbool van concentratiekampen. Je kunt wel zien dat het om het terrein waar dit staat gespannen is en dat het terrein hierdoor afgesloten wordt. Het prikkeldraad moet iets of iemand binnen of juist buiten houden. De roestige knop doet denken aan hoogspanningspalen bij elektriciteitshuisjes. Dat het roestig is, geeft aan dat het waarschijnlijk niet meer gebruikt wordt. Het beeld van het schrikdraad dat het gebouw omheint, geeft de indruk van een gevangenis. De fotograaf heeft sterk ingezoomd op het prikkeldraad en blijkbaar is dit hier het belangrijkste object. Hierdoor ga je als kijker denken waar het voor kan staan, omdat er verder niet veel context is. Met het idee van gevangenis en prikkeldraad als belangrijkste element, kun je denken aan een concentratiekamp, maar zonder het onderschrift is niet duidelijk waar dit is.



*'The concentration camps Auschwitz-Birkenau' – Blog, 15 juni 2009*

Deze foto is gepubliceerd op een blog op 15 juni 2009. Op deze blog zijn in totaal 22 foto's geplaatst en alle beelden zijn in zwart/wit. Het onderschrift bij dit beeld is: 'Auschwitz'.

Te zien is een langwerpige ruimte. Door het midden naar achter loopt een kale, betonnen vloer. Op de vloer, redelijk vooraan, ligt een bloemenkrans. Helemaal achterin staan deuren open. De gehele linkerwand wordt ingenomen door houten britsen in drie lagen. De rechterwand toont hetzelfde. Bovenin het dak van het gebouw zijn kleine raampjes te zien. Het hele gebouw is van hout.



Ook bij deze foto valt niet direct te zien dat dit een beeld van Auschwitz is. De krans op de vloer geeft aan dat op deze plek herdacht wordt. De britsen geven aan dat er mensen in deze ruimte hebben geslapen. Dat het niet comfortabel of goed verzorgd was, is wel te zien: de wanden zijn dun zodat eventuele kou er makkelijk doorheen komt. Er is geen kachel te zien en de britsen zien er erg gammel en oncomfortabel uit. De foto straalt stilte uit, alsof de ruimte doodstil is. De eenzame krans op de vloer en de vele britsen tegen de wanden, geven aan dat er ooit veel mensen hebben gelegen en het rumoerig was. Het zwart/wit versterkt de stilte van nu. Zonder onderschrift kan dit wel herkend worden als een barak en de armzalige britsen en kale ruimte zonder kachel laten zien dat dit wel eens een concentratiekamp zou kunnen zijn geweest. Ook de krans zet dit vermoeden kracht bij. Maar pas met onderschrift erbij weten we zeker dat wat we vermoedden, ook zo is: dit is Auschwitz. Dit zet het contrast tussen de stilte met het rumoer van honderden mensen kracht bij. Met de wetenschap dat het Auschwitz is, zie je die mensen nu ook voor je, op elkaar gepakt in de koude ruimte met de ijsskoude betonnen vloer, en er is altijd wel iemand die niet kan slapen, die herrie maakt, die zijn buurman of -vrouw dwarsligt, of die de nacht niet overleeft. Maar nu heerst er stilte en getuigt alleen de krans van die levendigheid die ooit was en nu niet vergeten mag worden.

*'Auschwitz, Poland' – 31 augustus 2009*

De vierde foto die besproken wordt, is afkomstig van een blog van 31 augustus 2009. Op deze blog staan 39 foto's, waarmee deze blog de meeste foto's heeft geplaatst van allemaal. Een

kwart van alle door toeristen gepubliceerde foto's is op deze blog geplaatst. Het onderschrift bij deze foto is: 'Auschwitz I – Barracks'.



Op de foto is op de voorgrond in het midden een stoep zichtbaar. Links op de stoep staat een muurtje van bakstenen. Rechts van de stoep loopt een pad. Aan het pad staan, aan de rechterkant, drie gebouwen op een rij naar achter toe. Voor het eerste gebouw staat een boom. Aan de andere kant van het pad staat ook een boom. De gebouwen hebben drie verdiepingen en ramen. Er leidt een trapje naar de voordeur. Achter het tweede gebouw loopt prikkeldraad. Daarachter staat nog eenzelfde gebouw als de andere twee.

Zonder het onderschrift zou je kunnen denken dat dit een straat met huizen is. Met het onderschrift erbij kantelt het beeld. Er zijn wel enige aanwijzingen dat dit geen gezellige straat is. De 'huizen' hebben weinig kleine ramen waar, als je beter kijkt, tralies voor zitten. Het prikkeldraad achter het tweede huis doet vermoeden dat dit geen woonhuizen zijn. Maar dat dit een concentratiekamp is en zelfs Auschwitz, valt niet af te lezen aan deze foto zonder de tekst. Dit is een beeld dat de meeste mensen, als ze er niet geweest zijn, niet herkennen als Auschwitz. Het is geen beeld dat vaak in de media te zien is, maar de toerist die dit beeld gemaakt heeft moet hebben geweten wat het was, anders zou hij de foto niet gemaakt hebben. De informatie die in het kamp wordt verstrekt kan hem hierbij geholpen hebben. Als beschouwer herken je zonder de tekst niet wat het is. Met de tekst erbij wordt duidelijk dat het woningen waren voor het bewakingspersoneel. Dit is een foto zoals de toerist ze maakt; de context is niet duidelijk voor de buitenstaander maar voor hem of haar wel en zodoende heeft het beeld betekenis.

*'The concentrationcamps Auschwitz-Birkenau' – 15 juni 2009*

De laatste foto die toeristen gemaakt hebben en die hier geanalyseerd wordt, is net als de derde foto, afkomstig van een blog die op 15 juni 2009 geplaatst is. Het onderschrift bij de foto luidt 'Auschwitz'.





De foto geeft verschillende elementen weer die gecombineerd met elkaar een gelaagde betekenis opleveren. Bij deze foto is de syntagmatische relatie binnen deze ene foto van belang. Te zien is een close-up van een hek. In het hek hangt, links van het midden, een geknakte en verdorde roos. Achter het hek, recht door het midden, lopen naar achteren toe treinrails. De rails lopen door tot in de verte, waar bos ligt. Links van het spoor is een deel van een pad zichtbaar. De fotograaf staat achter het hek en kijkt door het hek heen naar de treinrails.

De elementen die hier gecombineerd worden, zijn de roos, het hek en de treinrails. Ook zonder de tekst zou deze foto met niet al teveel moeite herleid kunnen worden tot een concentratiekamp. De treinrails spelen hierbij een belangrijke rol, evenals het hekwerk, dat de kijker het gevoel geeft gevangen te zijn. De rails zijn, zoals vaker naar voren is gekomen, een belangrijk symbool van Auschwitz. De fotograaf is bij het maken van deze foto uitgegaan van inleving. Het theatrale dat er dik bovenop ligt helpt mee bij het herkennen van Auschwitz op deze foto. De roos verwijst naar het hek (gevangenschap) en de rails (de gevangenen). Ook het feit dat de kijker achter het hek staat en naar buiten kijkt, naar de vrijheid, geeft betekenis aan het beeld. De verdorde roos staat voor de herinnering aan al die mensen die hier gevangen hebben gezeten en waarvan de meesten het niet hebben overleefd. Maar de roos kan ook de mensen representeren. De roos is geknakt en verdord tussen de treinrails die maar een kant opgingen en het hek dat dicht bleef.

Een verdorde bloem hoort echter niet bij een monument. Het is waarschijnlijk dat iemand anders de roos in het hek heeft gehangen en dat de fotograaf hem vervolgens zo tegenkwam. De fotograaf van dit beeld heeft inleving op willen roepen. Voor hem of haar kan een verdorde en geknakte roos bij uitstek fungeren als beladen symbool bij de herdenking van de slachtoffers. Zijn inleving komt in ieder geval naar voren op de foto. Hoe dan ook, de kijker kan zich inleven in de intentie van de fotograaf.

Ook deze foto is een voorbeeld van de toerist die elementen die hij kent uit de media overneemt, en er zijn eigen draai aan geeft. Het spoor is, zoals eerder besproken, veelvuldig door gidsen afgebeeld. De toerist neemt dat mee, maar maakt er zijn eigen versie van.

### *7.3 Afsluiting*

De voor de analyse geselecteerde foto's wijken niet af van de manier waarop Auschwitz wordt verbeeld door de reisgidsen en de toeristenblogs, zoals ook uit de kwantitatieve analyse bleek, maar er komen nuances aan bod die bij de cijfermatige analyse over het hoofd gezien zouden worden. Zo plaatsen reisgidsen voornamelijk herkenbare elementen centraal, op een overzichtelijke manier. Maar dat ze in de jaren '00 ook beelden laten zien waar inleving centraal staat, iets wat vooral bij foto's van toeristen te bespeuren valt, blijkt uit de kwalitatieve analyse.

De foto's die toeristen plaatsen, tonen voornamelijk symbolische elementen die sterk uitvergroot zijn, en die achtergrondkennis en bijschriften nodig hebben om het beeld te kunnen plaatsen en begrijpen. Het esthetische element speelt bij beelden die toeristen maken van Auschwitz een belangrijke rol, zoals duidelijk bleek uit de kwalitatieve analyse.

## 8. Conclusie

Dark tourism is een oud fenomeen waarbij mensen interesse hebben in lijden, de dood en rampen en plekken waar iets dusdanigs is voorgevallen bezoeken. De onderkenning van en het onderzoek naar deze behoefte zijn echter relatief nieuw. De media spelen een belangrijke rol bij het distribueren, construeren en herhalen van beelden van de plek en wat zich daar heeft afgespeeld. Auschwitz is in de media vaak verbeeld en evenzo vaak als symbool van de gehele Holocaust gepresenteerd. Auschwitz is een van de meest donkere erfgoederen die wij kennen, zo niet de donkerste, en roept volgens onderzoekers als zodanig rouw, respect en herdenking op. In de verbeelding van Auschwitz zijn echter vele gradaties en variaties te vinden. In dit onderzoek is gekeken naar de mate van verschil en overeenkomst in de wijze waarop reisgidsen en toeristenblogs deze dark site verbeelden, hoewel een relatie bestaat tussen hun foto's. Ze beïnvloeden elkaar.

In dit laatste hoofdstuk zal er een antwoord gegeven worden op de gestelde onderzoeksvragen. Tevens zullen de theorie en de resultaten aan elkaar gekoppeld worden. Ten slotte zal er een aanbeveling voor verder onderzoek gedaan worden.

*8.1 Deelvragen 1, 2 en 3: hoe verbeelden gidsen Auschwitz en welke ontwikkeling laten zij hierin zien, hoe doen toeristen dit op hun blogs en welke verschillen bestaan er tussen die twee?*

De twee onderzochte media beelden elk Auschwitz op een andere manier af. Reisgidsen van 1979 tot en met 2009 publiceerden erg weinig beelden van Auschwitz. In de eerste twee decennia van de onderzochte periode publiceerden zij vrijwel niets. Pas vanaf de jaren '00 gaan zij meer beelden plaatsen. De onderwerpen die reisgidsen tonen, zijn beelden die gedurende decennia altijd afgebeeld werden als beelden van concentratiekampen en vrijwel iedereen zal ze herkennen. Dit zijn beelden van treinrails, prikkeldraad en de entrepoorten naar Auschwitz I of Birkenau. De standpunten die zij hierbij innemen, zijn veelal recht van voren en overzichtelijk, zodat er veel op de foto staat dat direct herkend wordt als Auschwitz. Details en zwart/wit beelden zijn schaars. Gidsen vertonen een ontwikkeling over de jaren. Zij publiceren meer beelden vanaf de jaren '00 met andere onderwerpen zoals gebouwen, surveillance en barakken. Treinrails en prikkeldraad blijven veel geplaatste onderwerpen. Verder doen gidsen enkele voorzichtige uitstapjes naar het kikker- of vogelperspectief. Details blijven echter schaars en zwart/wit beelden worden evenmin getoond. Maar over het

algemeen lijkt de ontwikkeling in gidsen erop te wijzen dat hoe langer geleden de Holocaust gebeurd is, ze meer foto's durven te plaatsen en andere onderwerpen durven aan te snijden.

Toeristen tonen een ander beeld. Auschwitz wordt heel veel gefotografeerd en er worden veel beelden op blogs geplaatst. Van deze beelden is minimaal de helft als close-up en detail gefotografeerd. De toerist gebruikt ook vaak zwart/wit beelden en andere camerastandpunten, zoals foto's vanuit kikkerperspectief. De onderwerpen verschillen ook. Toeristen fotograferen voornamelijk gebouwen; dat wat in het kamp zelf direct zichtbaar is. Daarnaast tonen zij ook, in overeenstemming met gidsen, prikkeldraad en barakken. Wat door relatief veel toeristen wordt vastgelegd en niet door gidsen, zijn gedenktekens en plaatsen van marteling en herdenking. Treinrails zijn voor toeristen minder belangrijk dan voor gidsen; gidsen fotograferen die bijna vier keer zo vaak dan toeristen. Toeristen bedienen zich van dezelfde formats: vaak komen dezelfde onderwerpen in gelijke verhoudingen terug op verschillende blogs.

Mensen worden door gidsen vaker gefotografeerd dan door toeristen. Toeristen zetten zichzelf en andere toeristen er zo min mogelijk op. Gidsen hebben minder last van het feit dat er toeristen rondlopen: zij maken immers foto's voor toeristen die de plek gaan bezoeken.

#### *8.2 Deelvraag 4: welke effecten heeft medialisering op het verbeelden van Auschwitz in gidsen en op blogs?*

Reisgidsen plaatsen niet veel foto's van Auschwitz, maar in andere media zoals kranten, televisie, films of boeken werd dit wel gedaan. In de laatste acht jaar tonen reisgidsen meer beelden.

Dat toeristen beelden uit de media en de kunst overnemen kan bevestigd worden. Of zij zich door reisgidsen als specifieke mediavorm laten leiden valt te betwijfelen. Er komen beelden voor die vrijwel letterlijk naar elkaar verwijzen. Gidsen gaan echter wel meer beelden publiceren vanaf het moment dat de reisblogs actief en daarmee populair werden en ze nemen sommige formats daarvan over. Toeristen maken ongeveer dezelfde foto's als die in de reisgidsen staan, maar met aanpassingen en toevoegingen.

De functie die gidsen oorspronkelijk hebben, namelijk van informatiedragers en -verstrekkers, wordt in ieder geval deels door blogs overgenomen. Toeristen tonen andere en vooral meer beelden dan gidsen en geven hier tekst en uitleg bij, waarbij ze hun persoonlijke ervaringen verbinden met wat zij kennen uit de geschiedenis, de media en wat in het collectieve geheugen gegrift staat. De lezer krijgt een persoonlijk verslag waar dit in reisgidsen niet het geval is.

### *8.3 Deelvraag 5: wat is belangrijk bij het afbeelden van beladen erfgoed zoals Auschwitz?*

Er bestaan verschillende soorten dark sites en deze kunnen ingedeeld worden van donkere, zeer ernstige gebeurtenissen, naar vormen van licht of vermakelijk leed. Auschwitz behoort tot de donkerste categorie dark sites en dat kan als zodanig een andere wijze van afbeelden met zich meebrengen dan een site die lichter is.

Reisgidsen tonen de dark site niet vaak. Ze schrijven er echter wel over. Het lijkt erop dat gidsen worstelen met de vraag of en hoe Auschwitz af te beelden. De informatiefunctie lijkt hen parten te spelen bij het al dan niet afbeelden van het donkerste erfgoed. Wat zij dan tonen, is herkenbaar en overzichtelijk als beeld van de dark site. Maar met de verdergaande beeldcultuur en het steeds meer in het verleden spelende verhaal van de Holocaust, gaan gidsen voorzichtig ook andere onderwerpen tonen en laten ze andere camerastandpunten zien. De beelden zijn echter voornamelijk afstandelijk en komen niet te dichtbij door middel van close-ups of details.

Toeristen hebben minder moeite met het tonen van donker erfgoed zoals Auschwitz. Wat bij toeristen vooral voorop staat, is de inleving in de toenmalige situatie. Het gebruik van zwart/wit, details, close-ups en kikkerperspectieven wijst hiernaar. Er worden veel gedenktekens gefotografeerd en details die doen herinneren aan de onmenselijke situatie waarin de gevangenen verkeerden. Hiernaast is de directe ervaring die bezoekers hebben op de plek van groot belang. De gebouwen die zij tegenkomen en waarvan zij het een en ander kennen, worden veelvuldig gefotografeerd, ook al is het voor de kijker niet herkenbaar zonder uitleg.

### *8.4 Onderzoeksvraag: in hoeverre is er een relatie tussen dark tourism en de wijze waarop Auschwitz wordt verbeeld in reisgidsen en blogs? Welke effecten heeft de toenemende medialisering op de verbeelding van Auschwitz?*

De wijze waarop Auschwitz wordt verbeeld in reisgidsen en op blogs, komt deels overeen met de theorie hoe dark sites worden afgebeeld door en voor dark tourists. Toeristen beelden Auschwitz, als donkerste erfgoed, af zoals Austin, Stone en Tarlow dit omschreven hebben. Auschwitz is een plek die nog altijd tot de verbeelding van toeristen spreekt en die gewaardeerd wordt om zijn historische en herdenkingswaarde. Dit blijkt uit de beelden die toeristen maken van de dark site: hierop komt het inleven sterk naar voren. Het collectief geheugen is een belangrijk element voor de toerist bij het inleven en herbeleven van de site: hierdoor herkent hij plekken en weet hij wat zich er heeft afgespeeld.

Media zijn erg belangrijk bij wat mensen weten van dark sites en wat zij vervolgens vastleggen. Baudrillard en Rojek stelden dat dark tourism bij uitstek een postmodern spektakel is; van rampen zien we via de media meer dan zonder de media het geval zou zijn. De inleving die toeristen willen bewerkstelligen, is ook gevormd door wat zij kennen uit de media en de kunst. Die beelden hadden zij immers nooit kunnen maken als zij niet op de hoogte waren van wat er zich af speelde in het kamp. Volgens Crouch en Lübbren leiden stereotiepen rondom een plek toeristen in wat zij fotograferen en vullen zij deze aan met hun eigen visie. De vele details en close-ups en de foto's vanuit kikkerperspectief tonen dit aan.

Gidsen zijn echter niet uitsluitend de media die beelden verstrekken op basis waarvan toeristen foto's maken. Dit komt omdat zij maar weinig beelden van Auschwitz plaatsen en wat zij plaatsen, zijn andere onderwerpen dan die de toeristen fotograferen. Tussyadiah en Fesenmaier stelden dat reisgidsen geaccepteerde bemiddelaars zijn tussen toeristen en de plek. Bij Auschwitz is dit niet het geval. Het lijkt er eerder op dat toeristen de weg voor reisgidsen gebaad hebben en de gidsen zodoende meer en andere, meer emotionele foto's van Auschwitz opnemen. In het kielzog van de blogs hebben de gidsen zich overgegeven aan de beeldcultuur die op internet al heerste. Toeristenblogs hebben de functie van reisgidsen deels overgenomen en uitgebreid, doordat zij uitgebreid verslag doen van de plek en er informatie over geven. Daarbij hebben zij zich echter niet primair laten inspireren door de beelden in de gidsen.

Gidsen vertonen geen grote overeenkomsten met de wijze waarop volgens Austin, Stone en Tarlow dark sites worden afgebeeld. Gidsen tonen Auschwitz met respect, aangezien vrijwel alle foto's algemeen en afstandelijk zijn. Inleving komt enigszins op in latere jaren, maar valt te verwaarlozen. Vanuit het perspectief van herdenking wordt Auschwitz helemaal niet getoond: gidsen tonen geen gedenktekens of kransen. Gidsen doen vooral een beroep op de algemene kennis van mensen, waardoor ze de iconische tekens rondom Auschwitz zullen herkennen op een foto.

Door de jaren is de nadruk steeds meer op het onmenselijke rondom Auschwitz en de Holocaust komen te liggen. Van Vree heeft in zijn onderzoek aangetoond dat in de media en de kunst het zwaartepunt van de Tweede Wereldoorlog steeds meer bij rassensvervolging is komen te liggen. Wanneer de foto's die toeristen plaatsen op blogs bekeken worden, lijkt het erop dat het onmenselijke en de rassensvervolging bij bezoekers van Auschwitz centraal staat. Er wordt geen melding gemaakt van andere groepen gevangenen zoals Polen of zigeuners, het lijkt wel of de enige slachtoffers joden waren.

Gidsen leggen over het algemeen in mindere mate de nadruk op het onmenselijke en de rassenvervolging. Zij tonen vooral de geaccepteerde symbolen en dan afstandelijk. Er wordt niet nadrukkelijk ingezoomd op de onmenselijke omstandigheden, een enkele foto daargelaten. Ook gedenktekens worden niet gefotografeerd door gidsen, terwijl deze juist letterlijk wijzen op de vele slachtoffers. In detail richten zij zich dus minder op dit aspect, en dat verklaart waarschijnlijk ook waarom toeristen minder de beelden van de gidsen als inspiratie nemen.

### *8.5 Hypothesen en verder onderzoek*

In de inleiding van dit onderzoek zijn een aantal hypothesen opgesteld. Deze hypothesen zijn afgeleid van de gebruikte theorie. De hypothesen die geformuleerd zijn, bestaan uit de veronderstelling dat (1) rassenvervolging centraler komt te staan in beelden van Auschwitz, (2) details die sporen van menselijk leed tonen steeds vaker terugkomen op de beelden en dat (3) beelden in reisgidsen en op blogs qua inhoudelijke en formele aspecten steeds meer naar elkaar toe groeien.

Niet alle veronderstellingen bleken houdbaar. Er ligt vooral een verschil tussen het professionele medium, de reisgids, en de amateurfotografen. Zoals is gebleken uit het onderzoek, maken toeristen veel foto's waar door middel van camerastandpunten en zwart/wit beelden de nadruk wordt gelegd op inleving. Gidsen maken weinig tot geen gebruik van deze methoden om de foto invoelbaar te maken voor de kijker. Auschwitz is dat kamp met een verschrikkelijke geschiedenis, maar die geschiedenis wordt niet uitvoerig in beeld gebracht door reisgidsen. Deze hypothesen kloppen wel voor de toeristen, maar niet voor de reisgidsen.

De derde hypothese is deels houdbaar. Enerzijds nemen blogs de functie als informatieverstrekker over van gidsen, anderzijds volgen gidsen in sommige aspecten de formats van de blogs. Toeristen worden niet echt geïnspireerd door gidsen bij het maken van foto's. Of en hoe sterk de beïnvloeden over en weer is, valt hier lastig te zeggen omdat er van blogs slechts een jaar is onderzocht.

Hoewel dit onderzoek zo betrouwbaar en representatief mogelijk is uitgevoerd binnen de periode en mogelijkheden die gegeven zijn, kan het altijd beter. Ten eerste zou de onderzoeksperiode van blogs uitgebreid kunnen worden. Zo kan uitgebreider vastgesteld worden of er daadwerkelijk sprake is van wederzijdse beïnvloeding tussen reisgidsen en blogs. Ook zou de onderzoeksperiode van reisgidsen verder opgerekt kunnen worden, tot vanaf de jaren vijftig, direct na de oorlog. Vanaf de jaren zeventig stond de rassenvervolging

steeds meer centraal. Hierdoor kan nog beter de verandering in de houding ten opzichte van rassenvolging en Auschwitz bekeken worden.

Ten tweede kunnen er meerdere dark sites bekeken worden in dezelfde categorie, namelijk het donkerste erfgoed, om een completer beeld te genereren van wat mensen zoeken op zo'n plek en of dit per plek verschilt.

Ten slotte zouden afbeeldingen uit andere media, zoals kranten of geschiedenisboeken, bekeken kunnen worden om te zien of deze meer van invloed zijn wat toeristen fotograferen van Auschwitz dan reisgidsen.



## 9. Literatuur

Andén-Papadopoulos, K. 2008. 'The Abu Ghraib torture photographs: New frames, visual culture and the power of images'. In: *Journalism* 9 (1), 5-30. Los Angeles, London, New Delhi, Singapore: Sage Publications.

Austin, N. K. 2002. 'Managing Heritage Attractions: Marketing Challenges at Sensitive Historical Sites.' In: *International Journal of Tourism Research*. John Wiley and Sons, Ltd. Vol. 4: 447-457.

ANWB, 1981. *Polen*. Den Haag.

Braembussche, A.A. van den. 2000. *Denken over Kunst* Bussum: Coutinho.

Bristow, R.S. (2004) Myth vs. Fact: An Exploration of Fright Tourism. *Proceedings of the 2004 Northeastern Recreation Research Symposium* Westfield State College: 215-221.

Crouch, D. (ed.) 1999. *Leisure/Tourism Geographies: Practice and Geographical Knowledge*. London: Routledge.

Crouch, D. en N. Lübbren. 2003. 'Introduction' In: *Visual culture and tourism*. Oxford/New York: Berg: 1-16.

Edensor, T. 1998. *Touring the Taj*. London: Routledge.

Edensor, T. 2001. 'Performing Tourism, Staging Tourism: (Re)producing Tourist Space and Practice' In: *Tourist Studies*, 1, 1:59-81.

Geerts, G. en Boon, T. Den, 1999. *Van Dale Groot woordenboek der Nederlandse taal*. Utrecht/Antwerpen: Van Dale Lexicografie BV.

Groeneveld, A. 1986. 'Toerisme' In: *Beelden van de Oriënt. Fotografie en Toerisme 1860-1900*. Amsterdam: Fragment Uitgeverij/Museum voor Volkenkunde.

Gude, R., M. Huijjer en P. Pekelharing. 2006. 'Rampen, gevaren, pijn, leed.' In: *Filosofisch Elftal. Nederlandse denkers over de actualiteit*. Amsterdam: Nieuw Amsterdam.

Halbertsma, M. *Voor de wet zijn alle monumenten gelijk: de actualiteit van Alois Riegl* (working paper).

Hamel, J.W. 2006. *Polen. Reeks Wegwijzer*. Rijswijk: Uitgeverij Elmar.

Huysmans, F., Haan, J. de & Broek, A. van den. 2004. *Achter de schermen. Een kwart eeuw lezen, luisteren, kijken en internetten*. Den Haag: SCP.

Hus, M. 1998. *Polen*. Den Haag: ANWB: 302.

Hus, M. 2009. *Polen*. Den Haag: ANWB, 4<sup>e</sup> druk.

Jensen, S. 19 augustus 2009. *Wie leeft die lijdt, maar heeft dat zin?* Nrc.next: 18-19.

Kirschenblatt-Gimblett, B. 1998. *Destination Culture. Tourism, Museums and Heritage*. Berkeley, Los Angeles en Londen: 131-149.

Law, R. 2009. 'Internet and Tourism – Part XXVII: Travel Blog'. In: *Journal of Travel & Tourism Marketing*. London: Routledge, Vol. 26: 344-346.

Lennon, L. en M. Foley. 2000. *Dark Tourism : the Attraction of Death and Disaster*. London: Cassell.

Lennon, J. en M. Foley. 1999. 'Interpretation of the Unimaginable: The U.S. Holocaust Memorial Museum, Washington, D.C., and "Dark Tourism".' In: *Journal of Travel Research*. London: Sage, Vol. 38: 46-50.

Lowenthal, D. 1998 [1986]. *The Heritage Crusade and the Spoils of History*. Cambridge: Cambridge University Press.

Meeuwssen, M. 2006. *De betekenis van reisreportages in Avenue*. Rotterdam: Erasmus Universiteit.

Mul, J. de, M. Huijer en R. Gude. 2006. 'Over de pijndrempel'. In: *Filosofisch Elftal. Nederlandse denkers over de actualiteit*. Amsterdam: Nieuw Amsterdam.

Pine, B.J. en J.H. Gilmore (1999). *The Experience Economy. Work is theatre & every business a stage*. Harvard: Harvard Business School Press.

Pollock, G. 2003. 'Holocaust Tourism: Being There, Looking Back and the Ethics of Spatial Memory'. In: D. Crouch en N. Lübbren *Visual culture and tourism*. Oxford/ New York: Berg: 175-189.

Riegl, A. 1996. 'The Modern Cult of Monuments: Its Essence and Its Developments'. In: Nicholas Stanley Price e.a. (ed.) *Historical and Philosophical Issues in the Conservation of Cultural Heritage*. Los Angeles: 69-83.

Rojek, C. 1993. *Ways of Escape*. Basingstoke: MacMillian.

Ros, F. 1986. 'Achtergronden'. In: *Beelden van de Oriënt. Fotografie en Toerisme 1860-1900*. Amsterdam: Fragment Uitgeverij/Museum voor Volkenkunde.

Sontag, S. 2005. *Kijken naar de pijn van anderen*. Amsterdam: Bezige Bij.

Stone, P.R. 2006. A Dark Tourism Spectrum: towards a typology of death and macabre related tourist sites, attractions and exhibitions. *Tourism: An Interdisciplinary International Journal*, Vol 54(2): 145-160

Sturken, M. en Cartwright, L. 2001. *Practices of Looking. An Introduction to Visual Culture*. New York: Oxford University Press.

Tarlow, P.E. 2005. 'Dark Tourism – the appealing “dark” side of tourism and more'. In: M Novelli (ed) *Niche Tourism, Contemporary Issues Trends and Cases*. Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann: 47-58.

Tussyadiah, I. P. en D.R. Fesenmaier. 2008. 'Mediating Tourist Experiences: Access to Places via Shared Videos' In: *Annals of Tourism Research*. Vol. 36, issue 1. Elsevier: 24-40.

Vaart, J. van den, 30 november 2009. *Op een bekentenis hoeven we niet te rekenen. Vandaag begint in Duitsland een rechtszaak tegen Iwan Denjanjuk. De aanklagers krijgen het moeilijk.* Nrc.next: 4-5.

Veelen, A. van, 11 augustus 2009. *Wist je maar wat je zal denken in je laatste uur.* Nrc.next: 22-23.

Veldhuizen, P. 2008. *Polen. Reeks Gids voor de bewuste reiziger.* Zoetermeer: Meinema/Averbode.

Vree, F. van. 1995. *In de schaduw van Auschwitz. Herinneringen, beelden, geschiedenis.* Groningen: Historische Uitgeverij.

Wijnands, S. 1996. *Polen.* Den Haag: Gottmer, 2<sup>e</sup> druk.

Wright, C. 2006. 'Philosophical and methodological praxes in dark tourism: Controversy, contention and the evolving paradigm'. In: *Journal of Vacation Marketing*. London: Sage, Vol. 12: 119-129.

Zoonen, L. van. 2004. *Media, Cultuur en burgerschap. Een inleiding.* Amsterdam: Het Spinhuis.

Zweers, I. 1986. 'Fotografie'. In: *Beelden van de Oriënt. Fotografie en Toerisme 1860-1900.* Amsterdam: Fragment Uitgeverij/Museum voor Volkenkunde.

### 9.1 Websites

[www.absoluteastronomy.com](http://www.absoluteastronomy.com)

Geraadpleegd op 30 september 2009

- [http://www.absoluteastronomy.com/topics/Karl\\_Baedeker](http://www.absoluteastronomy.com/topics/Karl_Baedeker)

www.ad.nl

Geraadpleegd op 15 september 2009

- <http://www.ad.nl/ad/nl/1007/Reiswereld/article/detail/151572/2007/05/10/Hartelijke-groeten-uit-Blogistan.dhtml>

<http://en.auschwitz.org.pl>

Geraadpleegd op 11 augustus en 8 september 2009

- [http://en.auschwitz.org.pl/h/index.php?option=com\\_content&task=view&id=27&Itemid=1](http://en.auschwitz.org.pl/h/index.php?option=com_content&task=view&id=27&Itemid=1)

- [http://en.auschwitz.org.pl/h/index.php?option=com\\_content&task=view&id=14&Itemid=13&limit=1&limitstart=3](http://en.auschwitz.org.pl/h/index.php?option=com_content&task=view&id=14&Itemid=13&limit=1&limitstart=3)

- [http://en.auschwitz.org.pl/h/index.php?option=com\\_content&task=view&id=14&Itemid=13&limit=1&limitstart=0](http://en.auschwitz.org.pl/h/index.php?option=com_content&task=view&id=14&Itemid=13&limit=1&limitstart=0)

- [http://en.auschwitz.org.pl/h/index.php?option=com\\_content&task=view&id=10&Itemid=9&limit=1&limitstart=4](http://en.auschwitz.org.pl/h/index.php?option=com_content&task=view&id=10&Itemid=9&limit=1&limitstart=4)

- [http://en.auschwitz.org.pl/z/index.php?option=com\\_content&task=view&id=56&Itemid=24](http://en.auschwitz.org.pl/z/index.php?option=com_content&task=view&id=56&Itemid=24)

- [http://en.auschwitz.org.pl/m/index.php?option=com\\_ponygallery&func=detail&id=960&Itemid=3](http://en.auschwitz.org.pl/m/index.php?option=com_ponygallery&func=detail&id=960&Itemid=3)

www.blog.nl

Geraadpleegd op 15 september 2009

- [http://www.blog.nl/links\\_watis.php](http://www.blog.nl/links_watis.php)

www.britannica.com

Geraadpleegd op 30 september 2009

- <http://www.britannica.com/EBchecked/topic/48616/Karl-Baedeker>

www.dark-tourism.org.uk

Geraadpleegd op 13 en 20 november 2008

www.grief-tourism.com

Geraadpleegd op 13 november 2008

- <http://www.grief-tourism.com/ground-zero-tragedy-terror-and-grief-tourism/>

www.nrc.nl

Geraadpleegd op 8 en 15 september 2009

- [http://www.nrc.nl/film/article2337797.ece/Inglourious\\_Basterds](http://www.nrc.nl/film/article2337797.ece/Inglourious_Basterds)
- <http://www.nrc.nl/achtergrond/article2337098.ece>

www.rogercremers.nl

Geraadpleegd op 5 augustus 2009

- <http://www.rogercremers.nl/serie/Auschwitz2008/01.html>
- <http://www.rogercremers.nl/menu/info.html>

www.travelblog.org

Geraadpleegd op 16 juni en doorlopend in oktober en november 2009

- [www.travelblog.org/Europe/Poland/Lesser-Poland/Auschwitz/](http://www.travelblog.org/Europe/Poland/Lesser-Poland/Auschwitz/)
- [www.travelblog.org/Photos/4275124.html?popped=1](http://www.travelblog.org/Photos/4275124.html?popped=1)
- [www.travelblog.org/Photos/4016859.html?popped=1](http://www.travelblog.org/Photos/4016859.html?popped=1)
- [www.travelblog.org/Photos/4016832.html?popped=1](http://www.travelblog.org/Photos/4016832.html?popped=1)
- [www.travelblog.org/Photos/3376552.html?popped=1](http://www.travelblog.org/Photos/3376552.html?popped=1)
- [www.travelblog.org/Photos/3376562.html?popped=1](http://www.travelblog.org/Photos/3376562.html?popped=1)

<http://whc.unesco.org>

Geraadpleegd op 31 augustus 2009

- <http://whc.unesco.org/en/list/31>

## 9.2 Overige bronnen

BBC documentaire, 2005. *Auschwitz, the nazis & the 'final solution'*.

## 10. Bijlage

In de bijlage zijn alle beelden die kwalitatief zijn geanalyseerd, opgenomen in dezelfde volgorde als ze zijn besproken in hoofdstuk 7. Ook het codeerschema is opgenomen.

### 10.1 Foto's uit reisgidsen

'Auschwitz' – ANWB, 1981



*'Auschwitz' – Gottmer Reisgidsen, 1996*













*'Oświęcim, Auschwitz' – ANWB, 2009*



10.2 Foto's van blogs

'Memorial at Auschwitz and a Polish priest' – Blog, 16 februari 2009





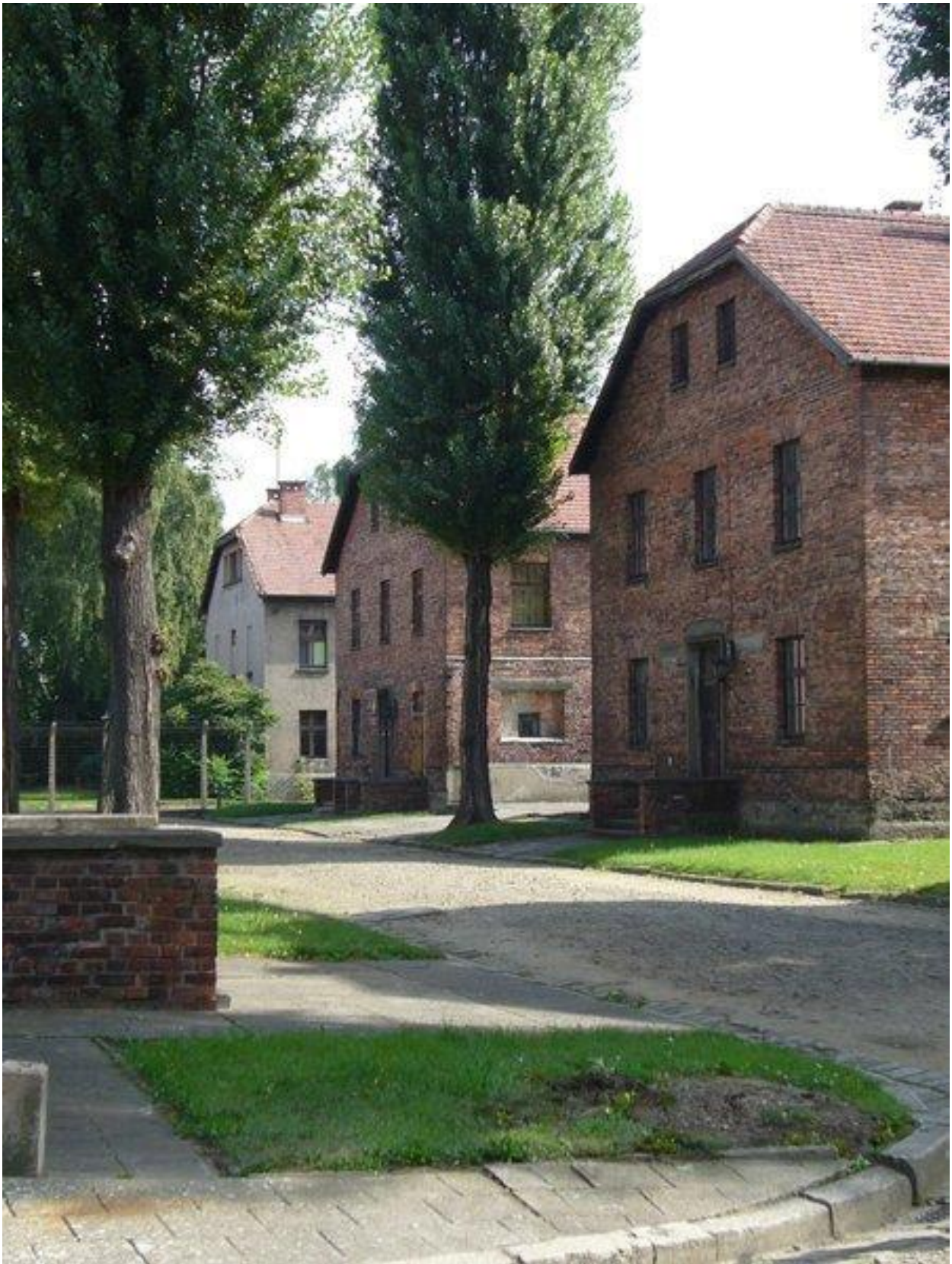
*'Memorial at Auschwitz and a Polish Priest' – Blog, 16 februari 2009*



*'The concentration camps Auschwitz-Birkenau' – Blog, 15 juni 2009*



*'Auschwitz, Poland' – 31 augustus 2009*





*'The concentrationcamps Auschwitz-Birkenau' – 15 juni 2009*





### 10.3 Codeerschema

Medium/ Nummer	
Naam gids	
Datum	
Zw/wit of kleur	
Camerastandpunt	
Diafragma	
Kop foto	
Onder- of bijschrift foto	
Beschrijving beeld	
Wie staat er op? (bekend/onbekend)	
Foto's op 1 pagina/blog/ Onderwerp	
Overzichtsfoto/ detail	

Camerastandpunt: vogel- of kikkerperspectief, close-up of wide shot, objecten op de voor- of achtergrond.

Beschrijving beeld: van voor naar achter.

Onderwerp: gebouw(en), entreepoort, treinrails, prikkeldraad, gedenkteken, surveillance, martelwerktuigen/plekken, ovens en gevangenissen/barakken.