

EMILIA FRÖLICH

Bob Marley som kulturarv

Andrafiering, autenticitet och kom-modifiering i reggaeturismen på Jamaica

Abstract

This article uses the UNESCO World Heritage designation of Jamaican reggae as its starting point for a critical discussion of the perceptions of culture and authenticity within the tourist industry. Research shows that cultural heritage sites are prone to economic and cultural exploitation, as tourist industry actors use the UNESCO label for commercial benefit. In my study, I highlight how these tendencies already exist within the reggae-tourism business in Jamaica. Using material from Jamaica Tourist Board's Instagram account and user comments on Tripadvisor regarding the Jamaican tourist attraction "Rastafari Indigenous Village", the paper explores how dominant colonial perceptions of "primitive cultures" and "happy natives" are visible among tourists visiting Jamaica, and used by local travel companies and organisations in their marketing of tourist attractions related to reggae. My findings demonstrate how reggae tourism is entangled in processes of cultural commodification, where meaning and symbolic associations have been attached to material objects and people, making them marketable to western tourists. Accordingly, the representations of reggae culture in Jamaican tourism can be traced to colonial discourses of authenticity and exoticism, where western modernity operates as a hierarchal indicator of power.

Keywords: Cultural commodification, reggae tourism, authenticity, exoticism, cultural heritage

JAMAICANSK REGGAE BLIR ETT UNESCO-MÄRKT KULTURARV

I november 2018 beslutade UNESCO att reggaemusik från Jamaica ska klassificeras som ett immateriellt kulturarv och därmed finnas med på UNESCO:s kulturarvslista. Så fort beslutet klubbades igenom under UNESCO-kommissionens möte, startade Jamaicas representanter sitt firande och bjöd in till allsång till tonerna av Bob Marleys »One Love«. ¹ Men bakom den avslappnade baktakten, som idag kommit att symbolisera fredliga budskap, solsken och bekymmersfri sinnesstämning för stora delar av världen, väcks frågor om vad ett sådant beslut egentligen innebär för Jamaicas befolkning. Många forskare inom kulturarvsfältet poängterar vilka risker kulturarvmärkningar kan bära med sig för kulturtraditioner och dess berörda lokalbefolkning. ² Bland de kritiska argument som ofta lyfts fram i kulturarvsdebatten har turistindustrin och dess koppling till kulturarv ofta diskuterats som en växande problematik, där både kulturarvet och lokalbefolkningen exploateras genom processer av kommersialisering och kommodifiering av kultur.

Kulturarv har visat sig spela en alltmer betydelsefull roll för den växande kulturturismen. Kulturarvsforskaren Rodney Harrison menar att de senaste 30 årens ökade intresse för att uppleva kultur och historia på semestern har bidragit till utvecklingen av en kulturarvsindustri, en så kallad »heritage-boom«. Många av UNESCO:s kulturarv har idag blivit populära turistmål, där världsarvsembelmet har blivit en vedertagen symbol för något eftertraktansvärt att besöka eller uppleva. På både lokala, regionala och nationella nivåer har kulturarv börjat användas i turistmarknadsföring och säljs in som sevärda utflyktsmål. ³ Vidare lyfter Harrison hur kulturarvsturismen har bidragit till en kommersialisering av dåtid, eftersom drivkraften i många turistsammanhang handlar

-
- 1 »Unesco adds Reggae music to World Heritage List« <https://www.youtube.com/watch?v=6OWpa8oKQXk> Hämtad 18/03/19
 - 2 Se till exempel Skounti, Ahmed; Kenny, Mary Lorena och Kearney Amanda i Smith, Laurajane & Akagawa, Natsuko, (red.), *Intangible Heritage*, Routledge, London 2009
 - 3 Harrison, Rodney, *Heritage: Critical Approaches*, Oxon, 2013, s. 84, 89

om att ge turisterna en upplevelse som främst stämmer överens med deras förutfattade förväntningar.⁴ När kulturarv utvecklas till att bli turistattraktioner finns det risker att kulturer och dess historia förstelnas och skildras utifrån statiska narrativ, utan förståelse för de förändringsprocesser som det nyutnämnda kulturarvet ingår i. Eftersom kulturarvets funktion till stor del handlar om att förvalta, skydda och bevara kan dessa kulturella fenomen löpa risken att bli tillskrivna essentialistiska och generaliserade beskrivningar. Kulturarvsindustrin och turistindustrin är därför på många sätt sammanflätade. Även de turistattraktioner som inte står med på UNESCO:s kulturarvslista genomgår ofta liknande processer som officiella kulturarv, där välkända symboler och representationer medvetet lyfts fram för att möta turisternas ofta förenklade och romantiska förståelse av ett kulturellt fenomen och dess historia. Det är för tidigt att avgöra hur den jamaicanska reggae-kulturen kommer att påverkas av sin nya kulturarvsstatus, men det har redan under många år funnits en etablerad och lukrativ turistmarknad kopplad till reggae-kulturen. Framför allt är det reggaeikonen Bob Marleys liv, musik och karriär som lockar turister, men även rastafari-kulturen, som ofta kopplas samman med reggae. En av de stora turistattraktionerna på Jamaica är Bob Marley-museet som är förlagt i Bob Marleys mytomspunna bostad i Kingston. Många turister besöker också den by som Bob Marley växte upp i eller någon av Jamaicas årliga reggaefestivaler, finansierade av lokala och internationella turistentreprenörer och Jamaicas statliga turistorganisation, Jamaica Tourist Board.⁵

Min text har som syfte att genom en kritisk granskning av reggae-turismen på Jamaica skapa djupare kunskaper om turistindustrins kommodifiering av platser, kulturer och människor. Jag undersöker hur kulturturismen bidrar till att reproducera föreställningar och stereotyper om reggae- och rastakultur och intresserar mig för hur reggae- och rastakultur marknadsförs inom olika turismverksamheter på Jamaica. Reggae-turismen på Jamaica kommer att studeras genom teoretiska utgångspunk-

4 Harrison, 2013, s. 106–109

5 På den internationella resesajten Tripadvisor är 3 av de 10 populäraste turistattraktionerna på Jamaica kopplade till reggae/rasta-kultur. <https://www.tripadvisor.se/Attractions-g147309-Activities-Jamaica.html> 11/03/19

ter kopplade till *autenticitet* och *andrafiering*. För att undersöka turismens iscensättande av reggae- och rastakultur analyseras källmaterial från Jamaica Tourist Boards Instagram-konto. Urvalet består av bilduppladdningar från de senaste åren som på olika sätt skildrar reggae- och rastakultur. Källmaterialet utgår också ifrån en av Jamaicas populära reggae/rasta-relaterade sevärdheter *The Rastafari Indigenous Village*. Sedan 2014 kan turister besöka en konstruerad by där medlemmar ur rastafari-rörelsen berättar om sin kultur, sin tro och sin historia. För att förstå hur rastafaribyn skildras och uppfattas av olika aktörer inom turistindustrin har jag använt mig av olika turistarrangörers beskrivningar av detta utflyktsmål, samt hur olika turister har recenserat sitt besök i byn på resesajten *Tripadvisor*.⁶ Att använda sig av material från *Tripadvisor* aktualiserar emellertid en källkritisk aspekt. Det är viktigt att lyfta fram det faktum att många företag utnyttjar recensionssajter såsom *Tripadvisor* genom att producera falska positiva omdömen i syfte att locka nya kunder till den egna verksamheten. Användaren bakom ett omdöme behöver alltså inte nödvändigtvis vara en privatperson, utan kan ha en personlig anknytning till verksamheten som recenserar. Det går därför inte att utesluta att någon av recensionerna som finns med i denna undersökning är falska omdömen. Jag har valt att använda mig av recensionerna trots denna vetskap, eftersom jag framförallt intresserar mig för *hur* man formulerar ett omdöme snarare än att återge en sanningsenlig bild av en turistattraktions popularitet. Vilka dominanta idéer om till exempel autenticitet och kultur som kommer till uttryck genom olika recensioner spelar en väsentlig roll i såväl påhittade som genuina omdömen. Eftersom jag är intresserad av *både* den partiska marknadsföringen och turisternas egna beskrivningar av sina upplevelser ser jag ingen anledning till att avstå från att analysera materialet från *Tripadvisor*.

Forskning om turism tenderar att delas in i två olika riktningar. Eftersom stora delar av turismforskningen har finansierats av aktörer inom turistindustrin har många studier fokuserat på hur turistverksamheter kan skapa tillväxt och generera intäkter. Sådan forskning ligger nära områden som ekonomi, entreprenörskap och

6 Användarnas kommentarer på *Tripadvisor* har citerats utan att redigera eventuella stavfel.

marknadsföring. Men det finns också röster inom turismforskningen som menar att det behövs ett mer tvärvetenskapligt och kritiskt perspektiv, där turismen förstås utifrån större historiska, kulturella och sociala processer.⁷ Dessa förespråkare är istället måna om att till exempel belysa de maktstrukturer och sociala relationer som ligger till grund för att turismen blivit en framgångsrik massindustri och vilka konsekvenser turismen bidragit till i lokala miljöer. Det finns ett intresse att undersöka de föreställningar som ligger bakom turistens intresse i att uppleva och konsumera »exotisk« och »autentisk« kultur.⁸ För de forskare som ser turismen som en del i en global kapitalistisk ekonomi är begreppet *kommodifiering* ofta förekommande. Det syftar till den process som leder till att ett kulturellt fenomen (eller en materiell artefakt) börjar tillskrivas ett kommersiellt värde och således blir till en kommersiellt attraktiv plats, vara eller service. Turismforskarna Llewellyn G Watson och Joseph P Kopachevsky menar att turismen måste förstås som en komponent i det moderna konsumtionssamhället och således också *ingår* i de kommodifieringsprocesser som existerar i det kapitalistiska samhället i övrigt;

From the glamorous and romanticized advertising of the tourism vacation itself, to the return of the trip with trinkets, mementos and artifacts, it is the symbolism embedded in many of these products, experiences, and their delivery that constitutes their appeal, and that furnishes strong justification for their purchase and consumption as touristic commodities.⁹

Watson och Kopachevsky belyser hur en resa kan förstås som en process – från dröm till souvenir – där samtliga element genomsyras av konsumtion. Köpkraften skapas genom att före-

7 Franklin, Adrian, Crang, Mike, "The Trouble with Tourism and Travel Theory?" i *Tourist Studies*, 2001, Vol 1:1, s. 5–8, 17

8 Se exempelvis Appadurai, Arjun, (red.), *The Social Life of Things: Commodities in Cultural Perspective*, Cambridge Univ. Press, Cambridge, 1986; MacCannell, Dean, *The Tourist: A New Theory of the Leisure Class*, Schocken books, New York, 1976; Tomlinson, Alan, (red.), *Consumption, Identity and Style: Marketing, Meanings and the Packaging of Pleasure*, Routledge, London, 1989

9 Watson, G Llewellyn, Kopachevsky, Joseph P, Interpretations of Tourism as Commodity. *Annals of Tourism Research*, Vol. 21: 3, 1994, s. 656

mål, upplevelser eller geografiska platser associeras och laddas med starka värden och symboler (till exempel social status, frihet, lycka, äventyr, bildning). Turismen verkar således på olika nivåer genom ekonomiska, sociala och kulturella relationer och praktiker, såväl hemmavid som på främmande mark och även innan, under och efter resans inträffande.

KULTURTURISMEN TAR FORM – MUSIK SOM KULTURARV OCH TURISTMÅL

Att definiera och lokalisera det autentiska kan på många sätt ses som en praktik med ursprung i Upplysningens ideal, där den moderna människan strävar efter att utvecklas, förbättras och utbildas genom att göra nya »upptäckter«. I kontrast till det rationella rutinfyllda samhället längtar den moderna människan också efter spontanitet och ovisshet bortom den förutsägbara vardagen. Etnologen Orvar Löfgren menar att resandet står för en flykt från det moderna samhällets plikter, ett alternativ till den inrutade verkligheten.¹⁰

Som en reaktion på den massuturism som utvecklats längs Medelhavets kuster växer det under 1970-talet fram en mer nischad form av turism, där västvärldens turister söker sig till platser som sägs erbjuda en rikare kulturell upplevelse, ofta kopplad till en spännande och tilltalande historia. Inom den mer nischade turismen blir olika arkeologiska platser och gamla stadskärnor populära platser att besöka, ofta i syfte att lära sig mer om det förflutna. Det ökade intresset leder till utvecklingen av en kulturarvsturism, där lokala regeringar, turistföretag och intresseorganisationer tar tillfället i akt att utöka och stimulera den regionala ekonomin.¹¹ Med en generellt utökad ledighet och fritid, större tillgänglighet för privatpersonen att kunna transportera sig längre sträckor och ett bredare institutionellt och statligt deltagande i turistmarknaden utvecklas turismen till att bli världens största internationella industri. Med tiden blir den nischade turismen ännu mer distinkt. Den involverar inte enbart antika byggnader, utan även kulturella och historiska fenomen som återfinns i den mer tidsligt närlig-

10 Löfgren, Orvar, *On holiday: A History of Vacationing*, Berkeley, 1999, s. 168–170

11 Harrison, 2013, s. 85, 88–89

gande populärkulturen. Platser där filmer spelats in, där musikgenrer vuxit fram eller där böcker utspelat sig blir populära resmål. Att få återuppleva det förflutna fortsätter att vara en viktig aspekt, men det ökade intresset för en mer närliggande dåtid leder till en förståelse av det förflutna som ligger närmare personliga erfarenheter och minnen. Av de turistupplevelser som relaterar till musik förekommer det ofta någon form av retrospektiv, nostalgisk ansats.¹²

Intresset för musikens historiska narrativ har varit en bidragande faktor till att musik idag kan ses som ett kulturarv, en tradition värd att bevara. Kulturarvsmärkningen av musik från olika delar av världen, till exempel argentinsk tango och jamaicansk reggae har utmanat traditionella eurocentriska föreställningar där endast musik förknippad med finkultur, som opera och klassisk musik, kännetecknar en god musikmak. Men etnologen Stefan Bohman poängterar att trots kulturarvsbegreppets uppluckring styrs kulturarvsmärkningen av olika ideologiska och ekonomiska intressen, där bland annat den västerländska turistindustrin fått ett allt större spelrum. I motiveringarna bakom nyutnämnda kulturarv idag trycks det till exempel ofta på vikten av mångkulturalitet och inkludering av marginaliserade grupper.¹³ Sådana värden underbyggs ofta av en hegemonisk separation, där sociala, kulturella och etniska olikheter lyfts fram mellan lokalbefolkningen och de utomstående aktörer som ansvarar för kulturarvsproduktionen.¹⁴ Bland kulturarvsaktörer och företrädare inom turistbranschen finns det en stark uppfattning att kulturarvsmärkningar gynnar den lokala befolkningen. Ett argument som lyfts fram är att ett ökat intresse för lokala kulturella fenomen kan leda till både regional och nationell ekonomisk tillväxt. Detta anses i sin tur öppna upp för fler arbetstillfällen. Emellertid finns det flera exempel, inte minst på Jamaica, där platser med stor turistindustri ofta bidrar till en exploatering av lokala verksamheter och arbetskraft. Som

12 Gibson, Chris & Connell, John, *Music and Tourism: On the Road Again*, Clevedon, 2005, s. 1–2, 7–8

13 Bohman, Stefan, »Musik som kulturarv och kanon« i *Kanon och kulturarv: historia och samtid i Danmark och Sverige*, 2008, s. 122–123, 132–133

14 Gravari-Barbas, Maria, "Tourism as a Heritage Producing Machine" i *Tourism Management Perspectives*, no 26, 2018, s. 6

Löfgren betonar, riskerar ofta lokalbefolkningar att förlora makt och inflytande över sin närmiljö när turistmarknadens krav allt mer tillgodoses i området. Eftersom turistdestinationer i »tredje världen« ofta befinner sig i en ekonomisk utsatthet och är i behov av turisternas pengar, försöker lokala auktoriteter ofta möta turisternas önskemål, genom att bygga ut den lokala omgivningen efter turisternas behov. När en region blir överexploaterad minskar attraktionskraften och turisterna flyttar till områden som anses ha mer »autentisk« kultur. Den stora förtjänsten gör de utländska investerarna, som lämnar lokalborna i ett landskap av övergivna hotellkomplex, golfbanor, hamnar och parkeringsplatser.¹⁵ Även musikturismen ingår i en liknande process, där lokala ekonomier ofta strategiskt använder sig av en konstruerad, men välbekant idé om en särskild musikkultur i syfte att generera ekonomisk tillväxt. Eftersom musikens dragningskraft kan spela en betydelsefull roll i hur en plats eller en destination uppfattas av potentiella besökare, bygger ofta musikturismen på en upprepning av generella representationer eller stereotyper som sammanfaller med turisternas förväntade föreställningar.¹⁶

REGGAETURISM PÅ JAMAICA

Jamaica var bland de första länderna som utvecklade en framgångsrik turistindustri i Karibien. En av anledningarna hör ihop med att Jamaica redan under 1950-talet införde särskilt gynnsamma skatteregler för utländska turisminvestorer som önskade etablera sig i landet. Med de vita sandstränderna och det kristallblåa havet såldes Jamaica effektivt in som en »paradisö«.¹⁷ I samband med att en ny medvetenhet kring jamaicansk nationalitet och identitet växte fram efter Jamaicas självständighet 1962, började turistnäringen även lyfta fram och marknadsföra landets mer kulturella attribut och traditioner i olika turistsammanhang. Under mitten av 1970-talet fick Bob Marley sitt stora internationella

15 Löfgren, 1999, s. 174

16 Gibson & Connell, 2005, s. 14–17

17 Johnson, Lauren C, *Selling Masculinity and Profiting from Marginality: Sex Work and Tourism in a Jamaican Resort Town*, Diss, University of South Florida, 2012, s. 23

genombrott och intresset för reggae och rastafarirörelsen började spridas utanför Jamaicas gränser. I takt med reggaens ökade popularitet i västvärlden fick Jamaica en ny innebörd för internationella turister, som nu ville veta mer om musikkulturen och Bob Marleys ursprung. I samband med det växande intresset började rastafari- och reggae-referenser förekomma allt mer i Jamaicas turistkampanjer och såldes in som en del av Jamaicas kulturella arv. Reggaens stereotypa fredliga och glada teman framhävdes i resebroschyrer, medan den revolutionära anda som återfinns i många av reggaemusikens låttexter istället tonades ner. Efter Bob Marleys död 1981 hedrades reggaestjärnans minne genom upprättandet av ett Bob Marley-museum i hans tidigare bostad. Muséet har blivit en av Jamaicas mest populära turistattraktioner och reggaeturismen är idag utbredd och väletablerad i landet. En uppsjö av olika rastafari- och reggaesymboler säljs idag som souvenirer i de turisttäta områdena på Jamaica där till exempel rastafärgerna grön, gul och röd återkommer på koppar, t-shirts, handdukar, flaggor och i fasadmålningar på strandbarer och pensionat.¹⁸

I det material som används för att marknadsföra Jamaica framhålls reggaemusik och rastafarianism ofta som en del av nationens rika kultur. Den jamaicanska regeringen har sedan slutet av 1970-talet tillsammans med utländska och inhemska turistentreprenörer aktivt medverkat till att göra reggaekulturen till en övergripande kultursymbol för hela Jamaicas befolkning. Men som Stephen A King och Renée P Foster lyfter fram har den jamaicanska regeringen inte alltid stöttat reggaemusiken och rastafarirörelsen. Enligt King och Foster är marknadsföringen av en särskild reggae- och rastafarikultur en medveten strategi för att kontrollera en rörelse som historiskt sett har varit kritisk mot den politik den jamaicanska regeringen fört. Genom reggaemusiken har rastafari-anhängare skildrat den korruption och polisbrutalitet som människorna i Kingstons ghetton systematiskt utsatts för. Rastafarirörelsen har i många sammanhang beskrivits som en rebellisk motståndsrörelse och i ett försök att tysta ner rörelsen har särskilda reggaesånger förbjudits att spelas upp på nationella radiostationer. I vissa fall har även reggae-musiker arresterats på

18 King, Stephen A, *Reggae, Rastafari, and the Rhetoric of Social Control*, Jackson, 2002, s. 121–124, 128

grund av för kritiska eller revolutionära texter.¹⁹ Innan reggae-musikens genombrott var rastafari-anhängare påtagligt marginaliserade i det jamaicanska samhället. De ansågs vara okultiverade och udda, och med sin anti-koloniala kritik uppfattades de som politiskt farliga. De förföljdes och trakasserades ofta, både av lokalbefolkningen och på direktiv från myndighetsföreträdare. Det var inte ovanligt att rastafariläger brändes ner eller att deras odlade grödor förstördes av polisen.²⁰

Reggaeens växande popularitet, både nationellt och internationellt, satte press på den jamaicanska auktoriteten och deras tidigare intoleranta attityd mot rastafari-rörelsen. Bob Marley sågs som en exotisk och rebellisk stjärna som tilltalade de politiskt medvetna ungdomarna i väst som var intresserade just av musikens radikala och samhällskritiska innehåll. Jamaicas regering ändrade inställning till rastafari-rörelsen och reggaemusiken och började istället lyfta fram hur musikkulturen representerade något typiskt jamaicanskt. Genom att ställa sig positiv till reggae och bidra med finansiering till reggaefestivaler och andra tillställningar kopplade till reggaeturismen, kunde den jamaicanska regeringen påverka hur reggae marknadsfördes och skildrades, samtidigt som de tog del i de ekonomiska förmåner som reggaeturismen förde med sig.²¹

TURISM UR ETT POSTKOLONIALT PERSPEKTIV

Antropologen Malcolm Crick ser den internationella turistindustrin som en del i ett neo-kolonialt system som bottnar i den uppenbara maktrelation som existerar mellan de västerländska länder som turister främst kommer ifrån och de utvecklingsländer de väljer att besöka och utforska. Kontrasterna existerar på olika plan i relation till både klass, genus, etnicitet och kultur, och genomsyras av den koloniala historiska kontext som före-

19 King, Stephen A, & Foster, Renee P, "No Problem, Mon': Strategies Used to Promote Reggae Music as Jamaica's Cultural Heritage" i *Journal of Non-profit & Public Sector Marketing*, 2001, 8:4, s. 4, 8

20 Campbell, Horace G, "Coral Gardens 1963: The Rastafari and Jamaican Independence" i *Social and Economic Studies*, Vol. 63:1, 2014, s. 209

21 King, Stephen A, & Foster, Renee P, 2001, s. 9

ställningarna kring till exempel »det paradisiska Karibien« växt fram ur. Crick menar att den internationella turismen ofta bidrar till en exploatering av lokalbefolkningen, då de utländska hotellföretagarna inte samarbetar med det lokala samhälle de väljer att bygga upp sin verksamhet i. De använder marken de investerat i för att bygga hotellkomplex, men använder sig sällan av lokal arbetskraft eller av råvaror från lokala bönder och småföretagare. Mat och personal importeras ofta utifrån. Crick ser den internationella turismen som en form av »leisure imperialism«, där de lokala invånarnas intresse och behov blir åsidosatta för turisternas nöjeskonsumtion.²² Enligt Crick besöker turister resmål i »tredje världen« »because a holiday there is cheap, and that cheapness is, in part, a matter of the poverty of the people, which derives in some theoretical formulations directly from the affluence of those in the formerly metropolitan centers of the colonial system«.²³ Cricks beskrivning går att applicera på den jamaicanska turismutvecklingen. Med förhoppningar om en bättre ekonomi för landet infördes särskilda skatteincitament för utländska hotellinvesterare, men snart visade det sig att vinsterna från turistindustrin sällan kom Jamaicas befolkning till del utan istället hamnade hos de utländska turistföretagen. Utbyggnaden av stora hotellkomplex har dessutom gjort det svårt för lokala hotellägare att överleva, då de inte alltid klarat av att matcha de pressade priserna.²⁴

Den karibiska semestern bygger delvis på fantasi och drömmar, som i sin tur är konstruerade genom en massindustri där känslor och stämningar paketeras och säljs. Löfgren menar att turister inte enbart konsumerar en flygstol eller en hotellsäng, utan även fantasier om exotiska äventyr, där vackra landskap förvandlas till köpbara versioner av kulturen man förväntar sig uppleva. Vidare poängterar Löfgren att det sällan handlar om att skildra en kultur som den är, utan att standardisera kulturella former som matchar turisternas behov och som lätt går att bygga upp och sälja in.²⁵ En stor del

22 Crick, Malcolm, "Representations of the International Tourism in the Social Sciences. Sun, Sex, Sights, Savings, and Servility", *Annual Review of Anthropology*, 1989, No 18, s. 317–322

23 Crick, 1989, s. 319

24 Johnson, Lauren C, 2012, s. 24–25

25 Löfgren, 1999, s. 172–174

av turistindustrin är sammanflätad med dominanta föreställningar om kulturell och etnisk skillnad, där idéer om det exotiska och det annorlunda går att spåra till det historiska arv kolonialismen fört med sig. De representationer som ofta återupprepas i turistmaterial från destinationer i »tredje världen«, är bekanta stereotyper som kulturgeografen Katarina Mattsson menar måste förstås som en vidare reproduktion av koloniala diskurser. Hon menar att det finns en underton i bildspråket som fokuserar på idéer om det ursprungliga, äventyrliga och autentiska, som står i kontrast till det västerländska samhället.²⁶ I ett liknande resonemang belyser filosofen Étienne Balibar hur dessa representationer kan förstås som »annanhetens stigma«, styrda genom konstruerade »känlostereotyper« som i sin tur kan framkalla rasistiska gemenskaper. Representationerna kan mobilisera känslor kopplade till rädsla och oro, men också till nyfikenhet och fascination. Balibar betonar att dessa gemenskaper inte enbart involverar de som objektifierar, utan även de som objektifieras tvingas ingå i föreställningar om en gemenskap kopplad till ras och hudfärg.²⁷ Sådana situationer är inte ovanliga i turistsammanhang där den lokalbefolkning som lever på turism ofta deltar i arrangemang där turisternas förenklade uppfattningar om *kulturell andrafiering* inte ifrågasätts, utan istället aktivt reproduceras från båda håll. Den stora skillnaden ligger i att turisterna i många fall ser den konstruerade versionen som en del av ett genuint kulturellt utforskande, medan lokalbefolkningens deltagande i den förväntade iscensättningen ingår som en del av deras ekonomiska försörjning.

DEN EXOTISKA, EROTISKA OCH AUTENTISKA ANDRE

De postkoloniala turistforskarna C. Michael Hall och Hazel Tucker menar att representationerna av Den Andre baserades på olikheter för att kunna rättfärdiga kolonisationsmaktens över den inhemska befolkningen. Vidare ser forskarna samband mel-

26 Mattsson, Katarina, *Turistisk vithet och begäret till den andra*, Hägersten, 2016, s. 40

27 Balibar, Étienne & Wallerstein, Immanuel Maurice, *Ras, nation, klass: mångtydiga identiteter*, Göteborg, 2002, s. 33–34

lan de representationer som förekommer i turistmaterial idag och de reseberättelser som skildrar utforskandet av tidigare kolonier på 1600- och 1700-talen. Romantiska föreställningar kopplade till den exotiska naturen och miljön inkluderade även de människor som tillhörde den främmande kulturen. Stereotyper som skapades då rörde till exempel den tillgängliga orientaliska kvinnan eller den sexuellt virile och vilda svarta mannen. De erotifierade föreställningar som utvecklades kring den icke-vita kroppen är i högsta grad levande än idag, inte minst inom den internationella sexturismen. Hall och Tucker menar att denna utveckling bör förstås som en kontinuitet av de historiska representationer som bygger på idéer om autentiska kulturer och den exotiske Andre.²⁸ Stuart Hall menar att idén bakom de binära motsatserna där vita tillhör kulturen och svarta naturen kan beskrivas som en process av *naturalisering*. I denna dikotomi anses vita ingå i en levande kultur, förmögna till förändring och utveckling. Däremot anses svarta stå närmare naturen, vilket försäkrar en åtskillnad där svartas tillvaro istället är fixerad och historielös. Hall menar att en sådan diskursiv strategi bidrar till en stark och begränsad föreställningsvärld gällande i detta fall svarta människor, en så kallad »racialised regime of representation«.²⁹

Idén om att det förekommer mer eller mindre autentiska kulturer kan sammankopplas med föreställningen kring hur det moderna samhället står i kontrast till de mer »primitiva« samhällen som anses existera utanför västvärlden. Det autentiska och ursprungliga har gått förlorat i den moderna vardagen och går därför enbart att finna i samhällen som upplevs som förmoderna eller primitiva. Människor förknippade med sådana platser anses ofta vara mer oförstörda och genuina. Dessa antaganden tar sig uttryck i en längtan efter att få uppleva »autentisk« kultur, vilket turistindustrin ofta tagit fasta på. Många turistattraktioner strävar efter att iscensätta känslor och föreställningar kring just äkthet och autenticitet.³⁰ I letandet efter en äkta kulturupplevelse ingår

28 Hall & Tucker, (red.), *Tourism and Postcolonialism: Contested Discourses, Identities and Representations*, London, 2004, s. 9–11

29 Hall, Stuart, (red.), *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*, London, 1997, s. 245

30 Mattsson, 2016, s. 49–53

ofta olika identiteter och stereotyper, som genom en särskild klädkod eller förutbestämda egenskaper förstärker en förväntad version av ett förflutet eller en kultur. Hall betonar vikten av att förstå hur skapandet av stereotyper är kopplat till ojämlikhet. Att ha möjligheten att applicera en världssyn eller ett värdesystem som en universell sanning är enligt Hall en form av kulturellt och symboliskt maktutövande. Att klassificera och tillskriva människor särskilda karaktärsdrag menar Hall »reduces, essentializes, naturalizes and fixes 'difference'«. Stereotyperna bidrar till att skapa en social ordning mellan normal och avvikande, ett vi och dom.³¹ Inom reggae- och rastakulturen existerar dominanta svarta stereotyper som till exempel den glada, naturliga rastamusikern, eller den mystiska, sexuellt virila rastamannen. Dessa ligger nära den koloniala stereotypen som Hall kallar för »the happy native«, en svart underhållare som gärna sjunger och dansar för den vita publiken.³²

»RENT-A-DREAD« – DEN EROTIFIERADE RASTAMANNEN

En av de mest extrema varianter av kommodifiering av kultur förekommer i den internationella sexturismen, som till stor del bygger på idéer om olikhet och andrafiering. Här uppfattas »den Andre« som ett sexuellt objekt, som ingår i konsumtionen av den främmande kulturen. Lauren Johnson lyfter fram i sin avhandling om sexturismen på Jamaica hur upprepadet av ett särskilt bildspråk med sexuella undertoner i turistreklamer bidrar till att förstärka den sexuella myten kring den karibiska ö-befolkningen, där svarta människor framställs som hypersexualiserade. Många av de män som säljer sina kroppar kallas för »Rent-a-dread« eller »Rastitutes«, vilket anspelar på den stereotypa identitet som finns kopplad till den jamaicanska rastamannen. I den sexturism som jamaicanska »rent-a-dread« ingår i, spelar uppfattning om etnicitet, hudfärg och kultur en avgörande roll, då den sexualiserade Andre föreställs besitta både sensationella

31 Hall, 1997, s. 258–259

32 Hall 1997, s. 245

färdigheter och fysisk utrustning.³³ Deborah Pruitt och Suzanne Lafont, som specifikt forskat kring den kvinnliga sexturismen på Jamaica menar att reggaemusikens internationella genombrott också har spelat in i utvecklingen av fenomenet kring »rent-a-dread«. Kvinnor som deltagit i Pruitt och Lafonts studier menar att erfarenheten av att ha sexuella förbindelser med en så kallad rastaman, ses som en del i utforskandet och förståelsen av den jamaicanska kulturen. Pruitt och Lafont förklarar att attraktionen bakom rastamannen ofta bygger på »idealizations fueled by the discourse of hegemonic relations constructed through 'race' in which the exotic and the erotic are intertwined«. ³⁴ Den exotiske Andre har konstruerats som både mer passionerad och naturlig, där historiska stereotyper kopplat till den svarta manliga kroppen återfinns i rastamansidealet. Vidare är dreadlocks i dessa sammanhang en viktig symbol för de föreställningar som existerar kring den stereotypa rastamannen. Rastamannen framstår som mystisk, naturlig och spirituell samtidigt som han utstrålar självständighet, maskulinitet och virilitet. Efter Bob Marleys internationella framgångar började fler manliga jamaicaner använda sig av rastaidealet, eftersom det visade sig vara populärt och lukrativt bland europeiska och amerikanska kvinnliga turister. Medvetet började männen iscensätta en rasta-stil, med en jargong och dialekt som passade in på stereotypen om den exotiske rastamannen, för att på så sätt närma sig turistens fantasi.³⁵ Processen kring hur reggae och rastafarikultur kommodifieras inom sexturismen skiljer sig inte nämnvärt från övrig kommodifiering av kultur i andra turistsammanhang. Turismen reproducerar dominanta vi- och dom-relationer, som har funktionen att uppfylla turistens fantasier och förväntningar. Detta sker övervägande genom en konstruerad och kommersialiserad version av den lokala kulturen.

33 Johnson, 2012, s. 61–67

34 Pruitt, Deborah & LaFont, Suzanne, "For Love and Money. Romance Tourism in Jamaica" i *Annals of Tourism Research*, 1995, vol 22:2, s. 430

35 Pruitt & Lafont, 1995, s. 430–431, 437

AUTENTICITET INOM KULTUR- OCH MUSIKTURISMEN

Inom musikturismen spelar föreställningar om autenticitet också en viktig roll. Särskilda musikaliska versioner eller platser som förknippas med den specifika musikhistorien utgår ofta från diskurser kopplade till äkthet och ursprung. Föreställningar bakom autentisk musik bottnar ofta i idén om trovärdighet, att musiken ligger nära artistens intentioner och egen kreativitet. Att musik är autentisk kan också ses som en form av kvalitetsmärkning, något som ofta är eftersträvt när musik ska marknadsföras och nå ut till en bredare publik. För att framställa musik som autentisk används ofta associationer till olika platser, som står för musikens rötter och ursprung. Eftersom musikturister ofta förväntar sig att höra musik som ligger nära ursprunget blir idén om det autentiska ofta kommodifierat i turistsammanhang. För att möta turisternas efterfrågan upprepas och reproduceras ofta ett särskilt igenkännande sound för att skapa en upplevelse kopplad till idén om musikens härkomst och kärna. Musikkulturer utanför västvärlden beskrivs ofta som autentiska i kontrast till de kommersiella och känslökalla musikproduktioner som förknippas med amerikansk eller europeisk hitmusik. En musikstil som anses vara mer »kulturell« eller innehålla mer »känsla« förutsätts ofta komma ifrån en främmande och tidlös värld. Men en sådan association bygger ofta på ett fixerat förflutet som utsatts varken för förändringar eller moderniseringar. I sådana fall är det inte ovanligt att lokala musikers kreativitet måste begränsas och tyglas, för att musikupplevelsen ska tillgodose turisternas förväntan och önskan att lyssna på mer bekanta och traditionella versioner.³⁶

JAMAICA ENLIGT JAMAICA TOURIST BOARD

Den statliga organisationen Jamaica Tourist Board har som syfte att marknadsföra Jamaica som turistmål. Genom bland annat sociala medier når den ut till potentiella besökare, där bildmaterial lyfter fram olika attraktiva scener från Jamaicas natur- och kulturliv. Jamaica Tourist Board driver bland annat ett konto

36 Gibson & Connell, 2005, s. 137–142

på fotodelningstjänsten Instagram under användarnamnet *visitjamaica*.³⁷ Förutom de bilder som publiceras av Jamaica Tourist Board, erbjuds även turister möjligheten att dela sina semesterbilder på kontot. Det är emellertid Jamaica Tourist Board som gör urvalet av semesterbilderna som läggs ut och hur Jamaica ska representeras på kontot. Många av bilderna skildrar soliga strandbilder, yngre kvinnor i färgglada bikinis, kärlekspar vid vattenfall och tropiska djungellandskap. Men det finns också många bilder som går att sammankoppla med reggae- och rastakulturen. Bilder på Bob Marley, videoklipp från reggaekonserter, samt olika motiv där rastafärgerna röd, gul och grön förekommer regelbundet. Man kan även finna uttryck som »one love« i samband med bildbeskrivningar, som refererar till Bob Marleys låt med samma titel men även till ett av Rastafarirörelsens främsta budskap. Många bilder fångar någon form av glädje, lycka eller skönhet. En skildring av ett paradiset.



På Bob Marleys födelsedag, (som också blivit en nationell helgdag på Jamaica), publicerade Jamaica Tourist Board en bild på den staty av musikstjärnan som står upprättad utanför Bob Marley-muséet i Kingston. Bilden på statyn tillsammans med bildtexten »The one, the only, the legend. Happy birthday Bob Marley!« förstärker bilden av artisten som en nationell hjälte och en viktig representation av landets kultur och historia. Hyllandet av Bob Marleys minne håller artistens symbolvärde vid liv

37 <https://www.instagram.com/visitjamaica/> Hämtad 07/03/19

och skapar en kontinuitet, dels med den positiva historieskrivning som Bob Marleys framgång och fredsarbete har bidragit till, men också med hur omvärlden uppfattar jamaicansk kultur. För Jamaica Tourist Board, och även andra turistsammanhang, är konstruktionen av en tydlig och positiv kulturell identitet viktig, eftersom en sådan lätt kan fångas upp och locka till intresse. Att ständigt belysa Bob Marleys betydelse för Jamaicas kultur och historia är en avgörande faktor för att kunna bibehålla landets omfattande turistflöde.



De karaktäristiska och ständigt återkommande rastafärgerna pryder inte enbart jamaicanska husfasader, olika textilier och andra souvenirer, utan används även vid försäljning av alkohol. I bildtexten till en bild från visitjamaica-kontot som visar två cocktails i färgerna röd, gul och grön benämns drinken som en *jamaicansk* cocktail, vilket förstärker hur rastafärgerna i turistsammanhang inte enbart representerar rastafari-rörelsen, utan även symboliserar nationell identitet. I turistsammanhang har färgerna kommodifierats, och utvecklats till något som turister förknippar landet och kulturen generellt med. Att alkohol är något som man inom rastafari-rörelsen allmänt tar avstånd ifrån är i denna kontext inte relevant. Här representerar istället rastafärgerna en förenklad och turistanpassad version av en glad och avslappnad rastakultur i paradismiljö, snarare än en samhällskritisk religiös rörelse som förespråkar en anti-kolonial svart medvetenhet.

Som en del i konsumtionen av en plats och ett resmål, förekommer det också föreställningar om särskilda identiteter, ofta kopplade till kultur, genus och etnicitet. Reggae- och rasta-kul-

turen på Jamaica manifesteras genom fysiska föremål, men också genom kroppar och stereotyper, som bidrar till iscensättandet av en förstådd kultur. På en av bilderna från Jamaica Tourist Boards instagramkonto syns en äldre jamaicansk man med dreadlocks och rastafari-mönstrad halsduk. Han visar tummen upp, och deltar med ett vänligt leende på bild tillsammans med glada turister. Representationen av en munter äldre jamaicansk rasta-gubbe står ofta i centrum när den jamaicanska befolkningen skildras i olika turistsammanhang och går att koppla samman med den representation som Stuart Hall kallar »the happy native«. Stereotypen bakom den äldre rastamannen är glad, naturlig och förnöjsam. Den återkommande representationen har gjort att den gladlynta rastamannen har kommit att uppfattas som en del av den autentiska jamaicanska kulturen.



Turisters resefotografier understödjer i allra högsta grad reproduktionen av idéer om stereotypa skillnader mellan oss och dem, eftersom fotografiet i sig har en tendens att objektifiera. Det är viktigt att göra sig påmind om att skildringen, avsikten och kompositionen i ett fotografi alltid har en upphovsman. Enligt Susan Sontag innebär det att ett fotografi i viss mån skapar ett ägandeskap över personerna eller händelserna i fotografiet. Där finns antaganden i bilder om ett givet samförstånd, vilket i verkligheten kan vara mer komplext än vad en bild antyder.³⁸ Även om mannen som deltar i bilden ovan visar samtycke genom ett

38 Sontag, Susan, *Att se andras lidande*, Stockholm, 2004, s. 12, 87



leende och tummen upp, kan bilden också förstås som ett spår i den koloniala tradition, där tidiga upptäcktsresande från Europa dokumenterade urbefolkningar för att sedan kunna dra vetenskapliga slutsatser om »primitiva« folkslag. I dagens turistbilder framstår de fotograferade individerna snarare som en sorts rekvisita i en eftertraktansvärd reseupplevelse, som bekräftar relationen mellan turisten och den exotiske Andre. Att fotografera sig tillsammans med en »rastaman« blir här ett bestående bevis för hur nära man lyckats komma den främmande och ursprungliga kultur man hoppats få uppleva under sin resa.

Inom turistindustrin förekommer »rastamannen« i olika exotifierade former. Förutom den glada rastagubben existerar även en yngre och mer sexuellt attraktiv version som också finns representerad på visitjamaica-kontot. På en av de utvalda instagrabilderna syns två svarta män, iklädda endast badshorts, varav en av männen har dreadlocks. De sitter och står i till synes arrangerade poser framför ett vackert vattenfall. Männens ansikten är bortvända från kameran och de blickar ut över landskapet, vilket framkallar en känsla av naturromantisk mystik, där kropparna snarare än ansiktsuttrycken står i centrum. I tolkningen av denna bild kan det som Stuart Hall kallar för naturalisering tillämpas. Här framkallar bildspråket ett särskiljande av den vilda och den civiliserade, genom ett förstärkt fokus på den svarta avklädda kroppen, placerad i ett exotiskt naturlandskap. Precis som inom den jamaicanska sexindustrin är rastamansidealet i bilden ovan en kombination av både exotiska och erotiska föreställningar. Att den exotiske och primitive Andre har en närmare relation till naturen



än den moderna västerlänningen är en traditionell föreställning, som hänger samman med idén om den autentiska ursprungsmänniskan. Mattsson har uppmärksammat att i de kulturskildringar som ofta lyfts fram i turistbroschyrer och liknande verkar lokalbefolkningen »fungera som 'estetiska objekt' för det turistiska begär som är inriktat på skillnad och annanhet«. ³⁹

En annan bild från visitjamaica-kontot med liknande tema föreställer avklädda muntra män längs strandkanten spelandes på afrikanska djembe-trummor. En av männen har dreadlocks och en man bär en huvudbonad med rastafärgerna. I bildtexten intill bilden står det: »Even when we're working, Jamaicans always have a BIG smile on their face.« I den värld som turistmarknaden skildrar här, har den jamaicanska (rasta)mannen reducerats till att vara glad och arbetsvillig, en skildring som återigen kan knytas samman med den dominanta stereotypa »happy native«, den svarta underhållaren. Bildtexten hänvisar till den arbetande jamaicanen och kopplar samman honom med lättsamhet och glädje, egenskaper som anses vara viktiga i turisternas möte med lokalbefolkningen. Att vara service-minded framstår enligt denna bildtext som ett nationellt karaktärsdrag. Den manliga svarta kroppen spelar en central roll även i denna bild, där det fysiska arbetet med att bära och spela på trumman får en starkare kroppslig association när männen har bar överkropp. Den afrikanska trumman kan vidare förstås som stark symbol för föreställningar om både svarthet, ursprunglighet och primitiv äkthet.

39 Mattsson, 2016, s. 38

THE RASTAFARI INDIGENOUS VILLAGE

The Rastafari Indigenous Village is delicious, enlightening, entertaining and authentic. Be prepared to get your toes wet, your senses awakened and your spirits renewed.⁴⁰

I-travel Jamaicas hemsida

2014 öppnade en grupp Rastafari-anhängare med ekonomiskt stöd från Jamaica Social Investment Fund och Jamaica Tourist Board en konstruerad rastafari-by, i syfte att informera turister om rastafari-rörelsens historia och kultur. På Jamaica Information Services (JSI) hemsida⁴¹ beskriver man byn som ett kulturturism-projekt med syfte att hjälpa agrikulturella arbetare och rurala småföretagare att genom »community-based tourism« skapa möjligheter för ekonomiska investeringar. Vid öppningen beskriver ministern från den statliga myndigheten Industry, Investment and Commerce projektet som »a shining example of the great things that can be achieved when we harness the immense potential of our culture to create world class tourist attractions at the community level.« Ministern har också uppmärksammat att »our culture remains extremely attractive to persons from all across the globe«, och kan därför se hur rastafari-byn erbjuder möjligheter att »significantly enhance the island's tourism product.«⁴² Den konstruerade rastafari-byn är ett tydligt exempel på hur man i turistsammanhang iscensätter en föreställd kultur och marknadsför turistattraktionen utifrån idéer om autenticitet och ursprunglighet. Men trots föreställningen om autenticitet, är representanten från den jamaicanska regeringen samtidigt tydlig med att poängtera att rastafari-byn är en produkt som värderas i sin egenskap av att vara en lukrativ turistattraktion i världsklass. Trots att reggaemusiken nyligen blivit kulturärvmärkt är Rastafari Indigenous Village ett exempel på hur rastafari-kultur sedan tidigare marknadsförts som ett av Jamaicas kulturarv. Flera

40 <http://itravel-jamaica.com/places-to-go/montego-bay/the-rastafari-indigenous-village/> Hämtad 07/03/19

41 JSI är en statlig organisation vars syfte är att upplysa allmänheten om olika statliga program och policys.

42 "Rastafari Village Opened in St. James" <https://jis.gov.jm/rastafari-village-opened-st-james/> Hämtad 07/03/19

olika lokala turistföretag som arrangerar resor till Rastafari Indigenous Village beskriver turistattraktionen som något unikt och representativt för jamaicansk kultur. Att platsen är konstruerad och har som syfte att informera och demonstrera rastafari-kultur för turister påverkar inte skildringen av platsen som genuin och autentisk. Turistföretaget Jamaica Getaway Travels beskriver Rastafari-byn utifrån föreställningar om kulturell autenticitet:

Come experience authentic Rastafarian way of life, culture and philosophy. Learn about their history, traditional practices and the lifestyle of the movement that started in Jamaica and that has become an international symbol of the island.⁴³

Turistforskaren Dean MacCannell menar att autenticitetsbegreppet i turistsammanhang ofta handlar om en föreställning om att det finns en iscensatt framsida och en genuin baksida, där autentisk kultur går att finna bakom kulisserna. Många turistarrangörer är medvetna om kulturturisternas intresse i att komma åt något autentiskt som man upplever existerar bakom den uppenbara turistfasaden och försöker därför förstärka dikotomin som antyder att det finns en möjlighet att upptäcka en »riktig« verklighet, ett ursprung.⁴⁴ Denna tendens är tydlig i de beskrivningar som olika turistaktörer använder sig av när de marknadsför rastafari-byn. Till exempel beskriver Jamaica Tourist Board turistattraktionen som en kontrast till resort-turismen:

The Jamaican vacation you know is the one with the four S's. You know... sun, sand, sea and swanky all-inclusive resorts. Which is well and good for the first time visitors to the island [...]. For those who want to get a little closer to the action, to the heart and soul of what makes Jamaica what it is, this one's for you. We present you [...] awesome locations that lives and breathes the spirit of Jamaica in pure authenticity.⁴⁵

43 <https://jamaicagatewaytravels.com/product/rastafarian-indigenous-village-tour-from-montego-bay/> Hämtad 07/03/19

44 MacCannell, Dean, "Staged Authenticity. Arrangements of Social Space in Tourist Settings in Smith, Laurajane, (red.), *Cultural heritage: Critical Concepts in Media and Cultural Studies. Volume 3, Heritage as an Industry*, London, 2007, s. 297–299

45 <https://www.visitjamaica.com/listing/rastafari-indigenous-village/51/> Hämtad 07/03/19

I syfte att möta turisternas förväntan om en autentisk upplevelse framställs det här som att vissa turistattraktioner ligger närmare Jamaicas själ och kan erbjuda turisten en bit av det rena och orörda Jamaica. Texten gör också en distinktion mellan resort-turister och de turister som är intresserade av mer än ett »snofsigt all-inclusive hotell«. Ofta är turistaktiviteterna som tillhör den föreställda baksidan färgade av en mystik där baksidan utgör en källa till nyfikenhet och intresse.⁴⁶

Intresset för en »autentisk« kulturell upplevelse visar sig vara påtagligt bland den stora mängd turister som besökt rastafaribyn. På Tripadvisors⁴⁷ hemsida finns det i skrivande stund 95 omdömen lämnade av förmodade⁴⁸ turister som besökt The Rastafari Indigenous Village.⁴⁹ Turistattraktionen ger ett intryck av att vara omtyckt bland de som lämnat omdömen, då 74 av dessa har gett upplevelsen maxbetyg eller strax där under. Endast 5 omdömen har gett besöket det lägsta eller näst lägsta betyget.

En av Tripadvisors användare beskriver upplevelsen som en erfarenhet av det äkta Jamaica:

This is a must journey. Get out of the All Inclusive hotel, away from the beaches and experience real Jamaica while learning a bit about the past and present of the people.

Användare Xhawg52, 22 dec, 2016

I linje med MacCannells resonemang uppmanar användaren Xhawg52 att man som turist borde lämna den så kallade »framsidan«, och istället besöka rastafaribyn för att lära sig om den lokala historien och kulturen. Bildning är ett av kulturturismens främsta ideal och står i kontrast till den turism som är associerad

46 MacCannell, 2007, s. 291–293

47 Tripadvisor är en webbplats för resenärer, där man som användare kan recensera turistattraktioner, hotell och restauranger som man besöker under sina resor.

48 Som nämnts tidigare är det inte oproblemiskt ur ett källkritiskt perspektiv att använda sig av omdömen från Tripadvisor som källmaterial. Eftersom jag är intresserad av hur ett omdöme är konstruerat och formulerat är just sanningshalten bakom omdömet äkthet inte avgörande för reliabiliteten av min studie.

49 https://www.tripadvisor.com/Attraction_Review-g147309-d2141115-Reviews-or25-Rastafari_Indigenous_Village-Jamaica.html

med sol och bad. Att besöka rastafaribyn ses som en erfarenhet av det riktiga autentiska Jamaica och turistattraktionen värdesätts annorlunda än de aktiviteter som är kopplade till resort-turism.

I de omdömen som förekommer på Tripadvisor's hemsida gällande rastafaribyn beskrivs rastafari-anhängarna med djup respekt och utgår ofta ifrån att de besitter särskild kunskap och vishet. Dessa egenskaper anses ofta stå i kontrast till det egna samhället, som saknar den föreställda autenticitet man läser in hos de rastafari-anhängare som arbetar i byn:

These are the most geniune, enlightened, spiritual people. If you are about healing, growth, awareness you will learn a lot from this group of Rastas...

Användare Ntwydomela, 11 sept, 2018

We have met with respectful, authentic and down to earth people. They have opened their arms with love, were ready to answer any questions and make us laugh like many other Jamaicans know how to do.

Användare wisdom3, 8 april, 2016

Här återkommer beskrivningen av rastafari-guiderna som autentiska, samtidigt som man lyfter hur tillmötesgående de är mot turisterna. Föreställningar kring rastamannen som »the happy native« blir väldigt tydligt i wisdom3s omdöme, där egenskaper som att underhålla och roa framstår som ett naturligt inslag i den nationella kulturen. Att guiderna arbetar och har som arbetsuppgift att svara på turisternas frågor är inget som beaktas, utan snarare verkar man förstå byn som en äkta plats, där rastafari-anhängarna vänligt delar med sig av sin kultur och historia som en del av deras vardag.

För användaren »Natalia H« har turistattraktionen haft en stark inverkan, då besöket lett till en omprövning av hennes värderingar och livsstil:

We all left feeling brand new and it definitely made us think a lot and reconsider our values and way of life.

Användare Natalia H, 14 okt, 2017

Kommentarerna gällande upplevelsen av Rastafari Indigenous Village visar hur en turistattraktion med rätt strategi och iscensättning kan få turister att känna att upplevelsen utgår ifrån något äkta och autentiskt. Även här är kontrasten mot den egna världen påtaglig, då den anses sakna de insikter och den livsåskådning som finns i den mer »naturliga« rastafarikulturen. Precis som Mattson påpekar i sin studie om etnisk turism i Sydafrika kan Rastafari Indigenous Village förstås som en turistattraktion som följer »en kolonial tradition av att hylla ’primitiva kulturer’ som bärare av ett slags ädlare livsform, till vilken överutvecklade västerlänningar kan vända sig i ’jakten på själslig räddning’. Den primitiva andra konstrueras som en ’oppositionell identitet’, utifrån vilken det är möjligt att formulera och uttrycka kritik mot inslag i den västerländska kultursfären.«⁵⁰ I ovanstående omdömen är det svårt att avgöra huruvida turisterna är medvetna om eller har reflekterat över att byn är iscensatt och uppbyggd för turister. Däremot speglar kommentarerna den enligt MacCannell starka längtan som finns bland kulturturister att få uppleva och komma nära det »ursprungliga« och »genuina«.

Av de få turister som lämnat negativa omdömen på TripAdvisor har upplevelsen av Rastafari Indigenous Village uppfattats som konstruerad och kommersialiserad:

Disappointed... Everything looks newly built... This place reminded me of something you would see in a movie. Seems a bit focused on making money. A nice tourist spot. Just not the real thing. Some people were charged \$25 some where charges \$30 a person. Not sure exactly why. I thought with the Rasta religion everyone was equal. If you want the real thing there are Rasta villages in Kingston. They do not charge a fee to get in but do ask for a donation if you can.

Användare MrsJonWeaver, 9 dec, 2017

Användaren MrsJonWeaver ger en annorlunda bild av turistattraktionen än majoriteten av omdömena på TripAdvisor, och har synpunkter kring de kommersiella aspekter som blir synliga när besökarna får betala olika summor. Användaren har visserligen ställt sig kritisk till hur genuin rastabyn egentligen är, men visar samtidigt en övertygelse kring att det faktiskt finns ett alter-

⁵⁰ Mattson, 2016, s. 76

nativ som är autentiskt och äkta. Användaren verkar sträva efter att hitta äktheten, och uttrycker en besvikelse inför att Rastafari Indigenous Village inte var »på riktigt«.

Projektet med Rastafari Indigenous Village är inte något som samtliga Rastafari-anhängare på Jamaica har ställt sig positiva till. Turistattraktionen ses som ett motsägelsefullt projekt som står i kontrast till de anti-kapitalistiska och anti-koloniala rastafarivärderingar som rörelsen grundar sig på. Turistindustrin ses som en produkt av »Babylon«⁵¹ på grund av det ojämlika politiska och ekonomiska förhållande som man uppfattar att turismen på Jamaica innebär för den rurala lågutbildade lokalbefolkningen.⁵² Men de rastafarimedlemmar som varit inblandade menar att byn är ett försök att vidga förståelsen för deras kultur på egna villkor, och utmana de nuvarande kommersiella och ytliga förställningarna som finns om reggae och rastafarirörelsen. Frågan är ifall det är möjligt att sälja en sanningsenlig bild av en komplex kultur genom den upprepade repertoar och det förutbestämda narrativ som ingår i den dagliga guideturen. I detta kommersiella iscensättande av en kultur framställs rastafari-anhängarna som exotiska objekt och blir aktörer i ett turistifierat drama, som kan uppfattas som en kulturell exploatering av den religiösa rörelsen. De förutbestämda iscensättningar som ofta förekommer inom kulturturismen riskerar att förbise de förändringar kulturer ständigt genomgår, vilket leder till att samtida sociala kontexter ofta utesluts ur de konstruerade narrativen.⁵³ Både de aktörer som marknadsför Rastafari Indigenous Village och de som konsumerar turistattraktionen reproducerar en föreställning om byn och dess aktiviteter som »äkta« och »genuin« jamaicansk kultur. På många sätt framställs turistattraktionen som ett kulturarv, där man genom upplysning och uppvisning av utvalda kulturella praktiker också bevarar ett särskilt urval av traditioner. Men reggae och rastafarikultur, precis som många andra kulturarvsmärkta fenomen, befinner sig i en ständigt pågående relation till sin samtida omgivning,

51 Babylon är inom rastafari-rörelsen en metafor för det vita västerländska förtryckande systemet, som innefattar både kolonialism och kapitalism.

52 Scott Lewis, Jovan, "Rights, Indigeneity, and the Market of Rastafari", *International Journal of Cultural Property*, 2017, no 24, s. 58

53 Gibson, C & Connell, J, 2005, s. 150–153

vilket inte lämnar rörelsen fri från att påverkas av yttre faktorer. Problemet när kulturella fenomen fångas upp av turistindustrin är att ekonomiska och kommersiella intressen börjar styra hur kulturen ska representeras. Drivkraften bottenar i en vilja att möta kundernas förväntan för att på så sätt maximera affärsidéns vinster. Kulturen paketeras därför i många fall till en version utifrån vad turister uppskattar och är villiga att betala för.

SAMMANFATTNING

I den här texten har jag lyft fram hur reggae-kulturen på Jamaica genom olika turistsammanhang har kommodifierats, exotifierats och erotifierats utifrån särskilda föreställningar gällande kultur, autenticitet och andrafiering. Genom att undersöka reggaeturismen på Jamaica ur ett postkolonialt perspektiv har dessa föreställningar historiskt förankrats i koloniala diskurser om den Andre, svart-het och ursprung. Dominanta svarta stereotyper som »the happy native« återkommer i Jamaicas statliga turistbyrås marknadsföring på Instagram, liksom i den konstruerade rastafari-byn som dagligen besöks av nyfikna kulturturister. Den stereotypa rastamannen återkommer i olika representationer som har det gemensamt att de syftar till att förmedla en attraktiv jamaicansk kultur för turisten. Rastamannen är glad, tillmötesgående och underhållande, men också spännande, naturlig, spirituell och attraktiv. Rastamannens olika egenskaper är starkt kopplade till den kommodifiering av kultur som turistindustrin ofta bidrar till att producera, där förenklade versioner av kulturella fenomen paketeras för att kunna tillgodose turisternas föreställningar och förväntningar. Kulturer tenderar att förstelnas och isoleras, och de förändringsprocesser och nyanseringar som följer en levande kultur ignoreras.

Det finns en påtaglig risk att lokalbefolkningar drabbas av ekonomisk och kulturell exploatering när kulturarv uppmärksammas av västvärldens turister. En sådan utveckling har redan innan kulturarvsmärkningen gått att urskilja i fallet med jamaicansk reggae. Som min text betonar är turismen på Jamaica på många sätt delaktig i reproduktionen av koloniala diskurser om kultur, svarta människor och deras kroppar. Den konsumtion och kommersialisering av reggae- och rastakultur som turismen erbjuder sker ofta utan förståelse för de historiska maktrelationer som existerar

mellan turisterna och den ekonomiskt utsatta lokalbefolkningen. Reggaeturismens problematik kan sammankopplas med kulturarvsbegreppets inneboende dilemma – tendensen att utgå ifrån att kulturer har en bestående äkthet, en essens som bör bevaras. Kulturarvets beskyddande funktion kan därför uppfattas som paradoxal, eftersom ett kulturellt fenomen som reggae snarare behöver skyddas från de konsekvenser och risker en kulturarvs-märkning kan bära med sig.

Käll- och litteraturförteckning

WEBBSIDOR

- Visit Jamaica. Rastafari Indigenous Village. <https://www.visitjamaica.com/listing/rastafari-indigenous-village/51/> Hämtad 07/03/19
- Tripadvisor. Rastafari Indigenous Village. https://www.tripadvisor.com/Attraction_Review-g147309-d2141115-Reviews-Rastafari_Indigenous_Village-Jamaica.html#REVIEWS Hämtad 07/03/19
- Jamaica Get Away Travels. Rastafari Indigenous Village Tour from Montego Bay – Jamaica. <https://jamaicagetawaytravels.com/product/rastafarian-indigenous-village-tour-from-montego-bay/> Hämtad 07/03/19
- Impulse Travel and Tour Services. Rastafari Indigenous Village. <http://itravel-jamaica.com/places-to-go/montego-bay/the-rastafari-indigenous-village/> Hämtad 07/03/19
- Tripadvisor. 10 bästa sevärdheterna i Jamaica. <https://www.tripadvisor.se/Attractions-g147309-Activities-Jamaica.html> Hämtad 11/03/19

VIDEO

- Youtube. *Unesco adds Jamaican Reggae Music to World Heritage List*. Baco Records. (29/11/18) <https://www.youtube.com/watch?v=6OWpa8oKQXk> Hämtad 18/03/19

BILD

- Instagram. VisitJamaica. 06/02/2018, [Bild på Bob Marley staty] <https://www.instagram.com/p/Bc3qJ32ARB8/> Hämtad 07/03/19
- Instagram. VisitJamaica. 21/12/2017, [Bild på cocktail i rastafärger] <https://www.instagram.com/p/BcJEfugs8v/> Hämtad 07/03/19
- Instagram. VisitJamaica. 7/12/2018, [Bild på tre män som spelar trummor] <https://www.instagram.com/p/BrFjMKuBQRJ/> Hämtad 07/03/19
- Instagram. VisitJamaica. 30/08/2018, [Bild på turister med rastafari-man] <https://www.instagram.com/p/BnGomztgJpI/> Hämtad 07/03/19

Instagram. VisitJamaica. 17/05/2018, [Bild på två män vid vattenfall] <https://www.instagram.com/p/Bi5JK9SHZg2/> Hämtad 07/03/19

TIDNINGSARTIKEL
PÅ WEBBEN

Miller, Bryan. Rastafari Village Opened in St. James. *Jamaica Information Service*. 07/04/14 <https://jis.gov.jm/rastafari-village-opened-st-james/> Hämtad 07/03/19

LITTERATUR

- Appadurai, Arjun, (red.), *The Social Life of Things: Commodities in Cultural Perspective*, Cambridge Univ. Press, Cambridge, 1986
- Balibar, Étienne & Wallerstein, Immanuel Maurice, *Ras, nation, klass: mångtydiga identiteter*, Daidalos, Göteborg, 2002
- Bohman, Stefan, »Musik som kulturarv och kanon« i Jönsson, Lars-Eric, Wallete, Anna & Wienberg, Jes (red.), *Kanon och kulturarv: historia och samtid i Danmark och Sverige*, Makadam i samarbete med Centrum för Danmarksstudier, Göteborg, 2008
- Campbell, Horace G, "Coral Gardens 1963: The Rastafari and Jamaican Independence" in *Social and Economic Studies*, Vol. 63:1, 2014, s. 197–214
- Crick, Malcolm, "Representations of the International Tourism in the Social Sciences. Sun, Sex, Sights, Savings, and Servility", *Annual Review of Anthropology*, 1989, No 18, s. 307–344

- Franklin, Adrian & Crang, Mike, "The Trouble with Tourism and Travel Theory?", *Tourist Studies*, 2001, Vol 1:1, s. 5–22
- Gravari-Barbas, Maria, "Tourism as a Heritage Producing Machine" in *Tourism Management Perspectives*, no 26, 2018, s. 5–8
- Gibson, Chris & Connell, John, *Music and Tourism: On the Road Again*, Channel View Publications, Clevedon, 2005
- Hall, Colin Michael & Tucker, Hazel, (red.), *Tourism and Postcolonialism: Contested Discourses, Identities and Representations*, Routledge, London, 2004
- Hall, Stuart, (red.), *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*, Sage, London, 1997
- Harrison, Rodney, *Heritage: critical approaches*, Routledge, Milton Park, Abingdon, 2013
- Johnson, Lauren C, *Selling Masculinity and Profiting from Marginality: Sex Work and Tourism in a Jamaican Resort Town*, Diss, University of South Florida, 2012
- King, Stephen A, *Reggae, Rastafari, and the Rhetoric of Social Control*, University Press of Mississippi, Jackson, [Miss.], 2002
- King, Stephen A, & Foster, Renee P, "No Problem, Mon': Strategies Used to Promote Reggae Music as Jamaica's Cultural Heritage" i *Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing*, 2001, 8:4, s. 3–16
- Löfgren, Orvar, *On Holiday: A History of Vacationing*, Univ. of California Press, Berkeley, Calif., 1999

- MacCannell, Dean, *The Tourist: A New Theory of the Leisure Class*, Schocken books, New York, 1976
- MacCannell, Dean, "Staged Authenticity. Arrangements of Social Space in Tourist Settings in Smith, Laurajane, (red.), *Cultural Heritage: Critical Concepts in Media and Cultural Studies. Volume 3, Heritage as an Industry*, London, 2007
- Mattsson, Katarina, *Turistisk vithet och begäret till den andra*, Tankekraft, Hägersten, 2016
- O'Connell Davidsson, Julia & Sanchez Taylor, Jacqueline, "Fantasy Islands. Exploring the Demands for Sex Tourism" i Kempadoo, Kamala, (red.), *Sun, Sex, and Gold: Tourism and Sex Work in the Caribbean*, Rowman & Littlefield, Lanham, Md., 1999
- Pruitt, Deborah & LaFont, Suzanne, "For Love and Money. Romance Tourism in Jamaica" in *Annals of Tourism Research*, 1995, vol 22:2, s. 422-440
- Scott Lewis, Jovan, "Rights, Indigeneity, and the Market of Rastafari", *International Journal of Cultural Property*, 2017, no 24, s. 57-77
- Smith, Laurajane & Akagawa, Natsuko, (red.), *Intangible Heritage*, Routledge, London, 2009
- Sontag, Susan, *Att se andras lidande*, Bromberg, Stockholm, 2004
- Tomlinson, Alan, (red.), *Consumption, Identity and Style: Marketing, Meanings and the Packaging of Pleasure*, Routledge, London, 1989
- Watson, Llewellyn G & Kopachevsky, Joseph P, "Interpretations of Tourism as Commodity", *Annals of Tourism Research*, 1994, vol: 21:3, s. 643-660