

3 Crazy Signs. Instant gemeenschap in Club Med¹¹

3.1 Vakantie en instant gemeenschap

In het vorige hoofdstuk zagen we dat bezoekers van camping Bakkum door de jaren heen hechte gemeenschapsbanden ontwikkelden. Door steeds naar dezelfde bestemming terug te keren, konden (buurt) contacten uitgroeien tot multifunctionele relaties, gedeelde normen en een wijgevoel. De aldus ontstane gemeenschap lijkt erg op het beeld dat veel mensen van gemeenschap hebben. Dit heeft mede te maken met de lange adem van de Bakkumse gemeenschap. De vakantiegangers die er aan deelnemen, delen een verleden en waarschijnlijk ook een toekomst.

Camping Bakkum trekt echter geen doorsnee vakantieganger. De meeste mensen gaan niet met vakantie om vrienden en bekenden te ontmoeten en keren niet jaar in jaar uit terug zodat zij bestaande relaties in stand kunnen houden. Het merendeel bezoekt een bestemming slechts een enkele keer en vaak ook maar voor korte tijd. Voor het langzaam ontwikkelen van gemeenschapsrelaties is daardoor geen ruimte. Het is dan ook de vraag of ook deze vakantiegangers van een gemeenschap deel uit kunnen maken.

In dit hoofdstuk onderzoeken we of gemeenschappen ook in korte tijd tot stand kunnen komen. Wanneer we het bestaan van zulke *instant gemeenschappen* kunnen aantonen, hebben we mogelijk een sleutel in handen voor het begrijpen van de wijze waarop mensen hun sociale doelen realiseren in een samenleving waarin gegroeide gemeenschappen tot de marge zijn teruggedrongen.

¹¹ Philips, C., R. Wielers & S. Lindenberg (2002/3) Crazy Signs. Instant community in Club Med. In: *Vrijetijdstudies*, 20 (2) 21-35.

Onze werkwijze is tweeledig, theoretisch en empirisch. We beginnen met een uiteenzetting van het concept van de 'instant gemeenschap' en leiden daaruit een hypothese af over relaties in instant gemeenschappen. Vervolgens onderzoeken we of één van de Club Med dorpen aan die voorwaarden voldoet. De reden om voor dit vakantiedorp te kiezen is dat vrijwel alles er op is gericht om mensen op ongedwongen wijze met elkaar in contact te brengen. Als we ergens in de context van vakanties een instant gemeenschap mogen verwachten, zal het in een dergelijk dorp zal zijn. We beginnen met de theoretische uitwerking.

3.2 Theorie van instant gemeenschap

Het is geenszins vanzelfsprekend dat tijdens vakanties nieuwe sociale relaties ontstaan, laat staan gemeenschappen. Op grond van de beschikbare literatuur zijn er zeker twee redenen waarom dat niet gemakkelijk zal gebeuren.

3.2.1 Schaduw van het verleden

Sociaal-psychologen stellen dat goede relaties niet tot stand komen zonder, wat we zouden willen noemen, een schaduw van het verleden. Deze literatuur beschrijft verschillende fasen in de ontwikkeling van vriendschappen, waaronder de fase van oriëntatie en selectie, de fase van interactie en daarmee samenhangend de normontwikkeling en de fase waarin een vertrouwensband tot stand wordt gebracht (zie ook Fehr 1996, Perlman en Fehr 1986).

Oriëntatie en selectie. Voor elke relatie geldt dat mensen elkaar in het begin aftasten. Mensen *oriënteren* zich. Op grond van observaties, informatie van anderen en direct contact *selecteren* zij vervolgens die personen met wie zij eventueel interessante relaties aan zouden kunnen gaan (Fehr 1996). In deze fase geven mensen ook informatie over zichzelf. Miell en Duck spreken van 'disclosure'. De hoeveelheid informatie blijft, vooral in het begin, beperkt. Informatie waar anderen op af zouden kunnen knappen of waar misbruik van gemaakt zou kunnen worden, wordt voor een later stadium bewaard (Miell en Duck 1986), als een vertrouwensband is ontstaan.

Interactie. Na, maar vaak ook al tijdens de oriëntatie en selectie, volgt de *interactie*: het samen bedenken en ondernemen van activiteiten. Dit kan alleen naar tevredenheid verlopen als mensen ook enige (omgangs-) *normen* delen. Niet alleen het delen van normen betreffende de wijze waarop men met elkaar om zou moeten gaan, maar

ook het (doen) naleven ervan vergt inspanning in de vorm van tijd en energie. Het zijn inspanningen die mensen eerder bereid zijn te maken naarmate de relatie ze nu maar ook in de toekomst meer waard is. Hierover bestaat echter lang niet altijd zekerheid. Er moet daarom ook een basis van vertrouwen zijn.

Vertrouwen. Vertrouwen in anderen reduceert onzekerheid wat betreft het nut van de tijd en moeite die mensen in hun relaties steken (Coleman 1990). Het geeft zekerheid van wederkerigheid op termijn. Een dergelijke zekerheid is vooral gewenst als affectieve gevoelens en persoonlijke ervaringen gedeeld worden (Miell en Duck 1986). Beide kunnen namelijk misbruikt worden. Er kan op een vervelende manier op ervaringen en gevoelens gereageerd worden en het kan tot onderwerp van roddel gemaakt worden. Met name intieme, affectieve relaties verlangen daarom dat mensen ook een vertrouwensband ontwikkelen. Het ontwikkelen van zo'n vertrouwensband neemt tijd in beslag (vergelijk Coleman 1990).

Ook het doorlopen van de twee andere stadia kost tijd. Zonder tijd kunnen multifunctionele relaties dus minder gemakkelijk tot stand komen. Bij gebrek aan een *schaduw van het verleden* moeten we ons dus afvragen of het ontstaan van een gemeenschap tijdens de vakantie wel tot de mogelijkheden behoort.

3.2.2 Schaduw van de toekomst

Speltheoretici benadrukken bovendien dat vruchtbare relaties tot stand komen onder het gesternte van een *schaduw van de toekomst* (Axelrod 1984). De vooronderstelling is dat mensen relaties aanknopen om er zelf beter van te worden en opportunistisch zullen handelen als hun dat uitkomt. Speltheoretici grijpen deze schaduw van de toekomst graag aan om het bestaan van sociale relaties überhaupt te verklaren: mensen doen aardig tegen elkaar om er in de toekomst beter van te worden. Dit verklaart echter niet waarom mensen tijdens een kort bezoek aan een all-in vakantiedorp aardig zouden doen tegen onbekenden, en ook nog, zoals bij Club Med, bereid zijn daarvoor te betalen. De vakantiegangers zouden immers tegen aanzienlijk lagere kosten een ongestoord en luxueuzer verblijf op een anonieme camping, vakantiepark of hotel kunnen regelen.

De vraag die we in dit hoofdstuk onderzoeken is of tijdens vakanties instant gemeenschappen tot stand kunnen komen. De relaties waaruit dergelijke gemeenschappen zijn opgebouwd, hebben dezelfde kenmerken als de relaties die in

het theoretische deel van hoofdstuk twee zijn beschreven: ze zijn multifunctioneel, voorzien dus tegelijkertijd in het fysiek en sociaal welzijn van de leden. De leden van de instant gemeenschap zijn net als die van de gegroeide gemeenschap via een netwerk van multifunctionele relaties met elkaar verbonden: er zijn gedeelde waarden en normen, er is een sociale identiteit, een wijgevoel en het is de leden duidelijk wie er wel en wie er niet bijhoren.

Het grote verschil tussen de instant en de gegroeide gemeenschap is dat de instant gemeenschap slechts een heel beperkte levensduur heeft. Relaties in de instant gemeenschap hebben verleden noch toekomst. Belangrijke fasen in de ontwikkeling van sociale relaties, zoals die van oriëntatie en selectie, normontwikkeling en het creëren van een vertrouwensband worden overgeslagen of dusdanig gecomprimeerd dat ze eigenlijk geen betekenis meer hebben. Buiten de context van de instant gemeenschap waarin ze tot stand zijn gekomen, zijn ze dan ook nauwelijks levensvatbaar.

3.2.3 Technologie

Om te kunnen ontstaan moeten de condities op de vakantieplek dusdanig zijn dat het proces van gemeenschapsvorming in hoog tempo kan verlopen. Voor zover die voorwaarden niet spontaan aanwezig zijn (en vakantiegangers om die reden die plek opzoeken), moeten ze tot stand worden gebracht, moet er een '*organizer*' zijn die de voorwaarden creëert. Deze moet niet alleen beschikken over de fysieke middelen, maar ook over een *technologie* om het proces van gemeenschapsvorming snel te laten verlopen. Met dat laatste doelen we op de middelen die het mogelijk maken om in hoog tempo individuen die niets met elkaar hebben tot een groep van multifunctionele relaties met gevoelens van verbondenheid en solidariteit om te smeden.

Uit de literatuur over vriendschapsnetwerken maken we op dat relatievorming onder bepaalde condities soepeler verloopt. Het betreft kenmerken van de fysieke omgeving, kenmerken van de sociale omgeving en kenmerken van mensen zelf. De *technologie* zou op deze kenmerken in moeten spelen.

Fysieke omgeving. Voor wat betreft de invloed van de fysieke omgeving verwijzen we naar onderzoek van Festinger, Schachter en Back (1950), Ebbesen, Kjos en Konecni (1976) en Nahemow and Lawton (1975). Hieruit blijkt dat de kans op relatievorming toeneemt naarmate de 'functional distance' tussen mensen kleiner

wordt, immers: er is een grotere kans dat mensen elkaar tegen het lijf lopen. Terwijl dat gebeurt is er gewild of ongewild sprake van informatie uitwisseling (Argyle 1972). Wanneer de interesse vervolgens gewekt is, vergroot een geringe 'functional distance' de mogelijkheden om met elkaar af te spreken (vergelijk Van de Bunt 1999). We kunnen stellen dat de fysieke omgeving van groot belang is voor de snelheid en het gemak waarmee de fasen in de ontwikkeling van (multifunctionele) relaties doorlopen kunnen worden.

Sociale omgeving. Net zo is de sociale omgeving van belang. Mensen zullen eerder contact leggen naarmate ze meer drempelverlagende of zelfs interactie stimulerende normen delen. Voorts zal er meer gelegenheid voor relatieontwikkeling zijn als de mobiliteit laag is, omdat er dan meer overlap van tijd is waarin mensen relaties aan kunnen gaan. Het gemak waarmee de relaties tot stand komen neemt verder toe als de mensen in de groep meer homogeen zijn wat betreft onder meer hun interesses (dan kunnen er meer activiteiten ontplooid worden die voor iedereen de moeite waard zijn) (Brehm 1985), als de aanwezige mensen taal en cultuur delen (dit vergroot het onderlinge begrip en mogelijkheden tot communicatie), en als er al relaties bestaan (via via gaat de oriëntatie en het contact leggen een stuk sneller (o.a. Parks en Eggert 1991)).

Persoonskenmerken. Wat betreft de persoonskenmerken mag tenslotte aangenomen worden dat relatievorming een stuk eenvoudiger en sneller verloopt als mensen niet verlegen zijn¹², goede communicatieve vaardigheden hebben en vooral ook, als zij interesse in contact met anderen hebben. Omdat het aantal relaties onderhevig is aan afnemend marginaal nut neemt die interesse toe naarmate mensen over minder boeiende contacten beschikken (Van de Bunt 1999). Ook zal de interesse toenemen naarmate de alternatieven (zoals solitaire bezigheden) minder interessant worden.

Samenvattend kunnen we stellen dat diverse factoren het ontstaan van (multifunctionele) relaties kunnen versnellen. Gestuurd door de centrale vraag van dit hoofdstuk willen we in de komende paragrafen onderzoeken of deze factoren ook ruimte kunnen bieden voor de totstandkoming van (instant) gemeenschap. We

¹² Onder meer Jones en Carpenter (1986) vonden dat verlegen mensen minder snel gesprekken initiëren (Fehr 1996). Verlegen mensen zijn trager in hun reacties, lachen minder, maken minder oogcontact en zijn over het algemeen minder responsief dan niet verlegen mensen. Tenslotte worden verlegen mensen negatief beoordeeld (o.a. niet warm, leuk of gezellig om mee te zijn) (Fehr 1996)

bestuderen daartoe het Club Med vakantiedorp in Porto Petro. We beschrijven in hoeverre we tussen de bezoeker, die vaak kort en in kleine groepjes of alleen komen, multifunctionele relaties, eventuele normen en wijgevoel hebben aangetroffen. De reden om voor Club Med te kiezen was dat veel van de eerder genoemde factoren hier aanwezig zijn. Club Med lijkt te beschikken over een uitgewerkte technologie om instant gemeenschappen tot stand te doen komen. Als in dorpen van Club Med geen multifunctionele relaties tot stand komen is het onwaarschijnlijk dat die elders wel tijdens de vakantie ontstaan. In het navolgende geven we een beschrijving van dit Club Med dorp en gaan we over tot toetsing van onze hypothesen over. Eerst echter, wordt stilgestaan bij het onderzoeksdesign.

3.3 Onderzoeksdesign

Om een beeld van Club Med te kunnen schetsen, de technologie te kunnen beschrijven en na te kunnen gaan of die technologie voldoende is voor het ontstaan van instant gemeenschap, is gebruik gemaakt van literatuur over Club Med en van participerende observatie en het uitzetten van vragenlijsten onder haar bezoekers, welke in Club Med terminologie GM's, ofwel Gentils Membres genoemd worden, analoog aan de organisatoren, die GO's, ofwel Gentils Organiseurs heten.

De participerende observatie vond plaats in de zomer van 1998 en duurde van 4 tot 25 juli. Omdat de meeste vakantiegangers rond de tien dagen komen en het entertainment programma van Club Med iedere week wordt herhaald, kon in deze periode gekeken worden naar het ontstaan van gemeenschapsrelaties in drie min of meer verschillende lichten.

Het participeren omvatte regelmatige deelname aan uiteenlopende Club Med activiteiten, waaronder groepsgewijs eten, *Crazy Signs*, *foamparty's*, uitgaan, *steps* en op het strand liggen. Hiernaast werd een kamer gedeeld met twee andere GM's, eerst met Joanne, later met Amelie (zie figuur 3.1). Door elke activiteit steeds met een aantal GM's te herhalen kon voor een groep van 29 GM's vastgesteld worden wie met wie omgaat, hoe de ontmoetingen verlopen en hoe de relaties er uit zien: heel oppervlakkig en van korte duur of meer intens en van langere duur. Ook was de participerende observatie geschikt om wijgevoel en solidariteit te bestuderen omdat deze methode, meer dan andere methoden, de onderzoeker in staat stelt diep in de relaties van de GM's door te dringen door enerzijds hun interacties en gesprekken te observeren (hoe vaak wordt er gesproken in termen van wij versus zij en houden de

mensen rekening met elkaar) en anderzijds zo nodig vragen te stellen (o.a. Morril en Fine 1997, Gans 1968, Emerson, Fretz en Shaw 1995).

Via participerende observatie kan niet precies worden vastgesteld hoe multifunctioneel de nieuwe contacten zijn en in hoeverre het ontstaan van nieuwe relaties afhangt van de technologie. Bovendien is het lastig om via participerende observatie een compleet overzicht te krijgen van uiteenlopende achtergrondkenmerken. En vanwege de tijdsintensieve aard blijft het aantal respondenten tot slot gedwongen klein. Om deze redenen is aan dezelfde 29 GM's plus nog 42 andere GM's die langer dan drie dagen aanwezig waren gevraagd een vragenlijst in te vullen. Alle 76 GM's waren bereid mee te werken. Een groot deel van de vragenlijsten moest mondeling worden afgenomen omdat de respondenten de Nederlandse taal niet beheersten. Deze werden dus niet door de respondent zelf, maar door de onderzoeker ingevuld.

Om de multifunctionaliteit te meten, vroegen we de respondenten aan te geven of ze het gevoel hadden dat anderen in het dorp 'om je geven zoals je bent' (affectie), 'jouw gedrag waarderen?' (gedragsbevestiging), 'onder de indruk zijn van jouw gedrag of (sport)prestaties?' (status), 'goede sport-, uitgaans- of spelpartners zijn?' (stimulans), en 'mensen zijn bij wie jij je echt kunt ontspannen' (comfort). De antwoordcategorieën waren: (bijna) nooit, soms, vaak en (bijna) altijd, met de respectievelijke codes .0, .33, .67 en 1. Mensen die geen contact met anderen hadden gehad en deze vragen over moesten slaan kregen de score '0'.

De aldus verkregen scores zijn vervolgens ingevuld in de volgende formule: $M = (A + G + Sta) * (Sti + C) / 6$, waarin M staat voor Multifunctionaliteit, A voor de vraag over affectie, G voor gedragsbevestiging, Sta voor status, Sti voor stimulans en C voor comfort. In het eerste deel van de formule staan dus de drie doelen van sociaal welzijn, in het tweede deel de doelen van fysiek welzijn. De formule is zo ingericht dat als in relaties óf alleen sociale doelen óf alleen fysieke doelen worden gerealiseerd de waarde van M 0 is, er dus geen sprake is van Multifunctionaliteit. Als alle vijf doelen maximaal worden gerealiseerd is M gelijk aan 1.

Om meer inzicht te krijgen in de rol van de technologie is aan 22 respondenten gevraagd hoe en waar zij contacten legden. Ook is gevraagd welke factoren volgens hen van belang zijn voor het al dan niet ontstaan van relaties en groepen relaties in Club Med.

Tot slot bevatte de vragenlijst een aantal vragen over de respondent en zijn of haar relatie met Club Med. Hieruit bleek dat er ongeveer even veel mannen (53 procent) als vrouwen mee deden. De gemiddelde leeftijd is 28 jaar. De meerderheid is ongetrouwd of niet-samenwonend (88 procent), heeft geen vaste relatie (71 procent). Ongeveer een kwart is student, de rest heeft een baan of is ernaar op zoek. Het gaat om banen met status, zoals architect, arts en advocaat. Bijna 90 procent heeft een opleiding op universitair of Hbo-niveau afgerond of is daarmee bezig. Vanwege het gemak van dezelfde taal zijn de meeste respondenten Belg of Nederlander, maar uiteindelijk zijn in de steekproef 12 nationaliteiten vertegenwoordigd (vragenlijst werd vertaald en mondeling afgenomen). Meer dan de helft van de 76 ondervraagden is dit keer voor het eerst in een clubdorp; een vijfde kwam één keer eerder, het overige kwart kwam nog vaker. Vooral qua nationaliteit en leeftijd (jonger) zijn de 76 respondenten niet representatief voor de bezoekers van Porto Petro op dat moment. Ook qua opleiding is de groep waarschijnlijk niet representatief, aldus de inschatting van twee Italiaanse GM's. Zij waren althans van mening dat de Italianen over het algemeen laag opgeleid waren. Voor ons doel, het vastleggen van instant relaties, is dit echter geen bezwaar.

De antwoorden van op de vragenlijsten zijn in SPSS ingevoerd, en met behulp van rechte tellingen, t-toetsen, correlaties en regressie analyses geanalyseerd. De antwoorden op de 'extra' vragen en de notities van de observaties zijn per respondent uitgetypt.

De literatuur over Club Med is voorafgaande aan en na afloop van het bezoek aan het Club dorp verzameld en vormt samen met de kwalitatieve onderzoeksgegevens de hoofdmoot voor de beschrijving van Club Med die nu volgt.

3.4 Club Med

3.4.1 Achtergrond

Club Méditerranée, nu Club Med, begon met een man: Gerard Blitz. Een opmerkelijke man, zo blijkt uit het verslag van Ranganath Nayak and Ketteringham (1987). Hierin wordt beschreven dat Blitz al als jongen van begin twintig bekend raakte vanwege zijn prestaties in het Belgisch nationale zwemteam. De tweede wereldoorlog maakte echter een abrupt einde aan deze carrière. Blitz (Jood) dook onder en werd actief als verzetsstrijder waarvoor hij na de oorlog werd geprezen. Op dat moment was hij al werkzaam in Parijs, als diamantklover. Hij voelde zich

een gevangene in het grauwe, door geld en werkdruk gedomineerde leven en net als vele anderen ontsnapte hij eraan door zijn vakanties elders door te brengen. Alleen koos hij dan niet voor het veilige Zuid Frankrijk, zoals de meeste Fransen, maar voor een verlaten strook strand op Corsica samen met wat vrienden. Daar, op Corsica, kwam hij tot zichzelf en dat is een ervaring die hij met anderen wilde delen. Op Corsica ontstond de gedachte van een primitief vakantiecamp. Niet lang daarna werd het eerste kamp geopend.

Jaren later, toen Blitz inmiddels 76 jaar oud was waarvan hij de laatste 25 als Zenmonnik had doorgebracht, zei hij: 'Je kan niet zeggen dat het een ingeving was. Het idee was er altijd al ... Ik had toen al het gevoel, en dat heb ik nu nog sterker, dat mensen zich in hun dagelijks leven niet bewust zijn van hun gewoonten, gewoonten die de kwaliteit van hun leven aantasten. Mensen vervallen in een herhaling van automatische cycli en bewegingen. Ze zijn gevangenen van een leefwijze waarin helemaal geen vrijheid bestaat en geen mogelijkheden voor echte relaties, geen hoop om van de eenvoud van het leven te genieten.' (ibid: 211)

Hoezeer dit gevoel in de beginjaren een rol gespeeld moet hebben, blijkt onder meer uit de taboes die zich in de eerste vakantiecampen ontwikkelden. Eén daarvan is het taboe op geld. Geld mocht geen rol spelen en daarom was alles tijdens de vakantie 'all in', wat overigens allerm minst verwees naar een overdaad aan luxe. In tegendeel: afwezigheid van comfort maakte deel uit van de formule. 'Zonder geld, zonder muren, zonder beperkingen kon een enorme, morele rust ontstaan. Argwaan verdween toen er geen geld was. Mensen konden gemakkelijk vrijuit spreken. Er bestond een buitengewone uitwisseling tussen mensen van alle niveaus, jong, oud, arm en rijk. Er waren geen maatschappelijke barrières.' (ibid: 212). Ook het formele 'vous', dat afstand scheidt, was uit den boze, net zoals sloten op de deuren, afzondering (er wordt bijvoorbeeld gezamenlijk gegeten) en overdadige kleding. In de eerste jaren verstrekke Club Med daarom iedereen een pareo. 'Dat was een soort multifunctionele sarong die over een naakt lichaam kon worden gedrapeerd, zodat hij naar believen zo veel of zo weinig mogelijk daarvan bedekte.' (ibid: 214).

De wens om een vakantie te bieden waarin ruimte is voor echte relaties, hoop en eenvoud om van het leven te genieten, blijkt ook uit de organisatie van Club Med. Die wordt geleid door enthousiaste jongeren die niet voor de gasten werken, maar samen met hen het clubleven vormgeven. Er heerst geen hiërarchie en dat geldt, voor zover mogelijk, ook voor de in latere jaren geïntroduceerde 'chef de village'.

‘Their responsibilities are multi-functional as they take care of all the guests as well as manage the whole staff team on site. He or she will ensure the Village is run smoothly to make your holiday a perfect one.’ (Club Med 2004c)

De opzet van Blitz en van Trigano, die hem al vanaf het vroege begin bijstaat, blijkt een groot succes. In 2003, 53 jaar na haar oprichting, telt Club Med zo’n 100 vakantiedorpen in meer dan 40 landen, waar jaarlijks ruim 1,4 miljoen vakantiegangers op af komen (Club Med 2004d). Nog steeds is alles, op de drankjes in bar en disco na, ‘all in’ en is geld taboe. De drankjes in de bar en disco worden niet met geld maar met kralen of bonnetjes betaald. Aanspreken met ‘vous’ is nog steeds niet de bedoeling. Afzonderen evenmin¹³, hoewel de deuren inmiddels wel op slot kunnen.¹⁴ Samen met dit laatste is ook het comfort in de dorpen toegenomen en wordt de pareo alleen nog in de boutiques als souvenir te koop aangeboden. Dit geldt in ieder geval voor Club Med Porto Petro.

3.4.2 Technologie

Club Med Porto Petro is gelegen op een van de Spaanse eilanden: Mallorca. Het heuvelachtige terrein bevindt zich op 60 kilometer van Palma, de hoofdstad van Mallorca. Participerende observatie toonde de volgende technologie.

Fysieke context

Afgeslotenheid van de buitenwereld. Allereerst is het terrein aan de ene kant begrensd met muren en aan de andere kant door de zee. Vlak buiten het dorp valt weinig te beleven en voor het verderop gelegen stadje is vervoer nodig. Autohuur, alsook het maken van dagtrips is mogelijk, maar prijzig. De gratis verzorgde tripjes duren ongeveer 2 uur, te kort om werkelijk met de buitenwereld in contact te treden. De meeste gasten maken overigens ook van deze uitstapjes geen gebruik: de Club biedt voldoende vermaak.

Omvang en structuur van het dorp. Hoewel het terrein enkele hectaren groot is, kennen veel bezoekers elkaar aan het eind van de week tenminste van gezicht. De

¹³ Dit verschilt per Club Med dorp. Sommige dorpen zijn speciaal ingericht voor families, de zogenaamde Club Med ‘Togetherness Family Villages’, andere juist voor geliefden op huwelijksreis. Hier wordt afzondering met de eigen vakantiegroep wel geaccepteerd.

¹⁴ Sommige dorpen hanteren het ‘geen sloten’ principe nog wel. Het betreft de meest eenvoudige dorpen. Men slaapt hier in hutjes die niet op slot kunnen.

compacte structuur van het dorp speelt daarbij een belangrijke rol. Want met in het hart de belangrijke attracties, zoals het strand, zwembad, bar, disco en amfitheater, komen de mensen elkaar steeds tegen. Daarnaast is het ook moeilijk je terug te trekken. De publieke telefoons en sobere slaapgelegenheden (slechte verlichting, afwezigheid van telefoon, televisie en minibar) bieden weinig soelaas.

Sociale context en persoonskenmerken

Groot aantal gelijkgestemden. De club herbergt 800 gasten. Dat is te veel om iedereen te leren kennen, maar voldoende om interessante metgezellen te vinden. Dat laatste is eenvoudig, want door de wijze van adverteren en zelfselectie trekt dit dorp een groot aantal gelijkgestemden. Immers, niet iedereen kiest voor een club vakantie, en binnen dat genre bovendien een goedkope variant, alleen voor volwassenen, met naast sport en de Crazy Signs twee bars, een disco en een wekelijks foamparty. Hier treft men veel singles, vaak zonder vakantiegenoten, die niet voor cultuur of natuur maar des te meer voor elkaar komen.

Verwelkoming. Een week Club Med begint doorgaans met een warm onthaal bij de ingang met niet lang daarna een wervelende welkomstshow, waarin het personeel wordt voorgesteld. Deze verwelkoming werkt als een initiatieritueel, ze markeert de overgang van de alledaagse leefwereld naar de wereld van Club Med. En het wordt ook meteen duidelijk dat de waarden en normen van die wereld hier niet gelden.

Crazy Signs en ander gemeenschappelijk vermaak. Bezoekers kunnen aan verschillende, zonder uitzondering sociale, activiteiten deelnemen. Deze variëren van tennises, foamparties en volleybalcompetities tot salsales, steps en boogschieten. Het hoogtepunt - en kenmerkend voor Club Med - zijn de driemaal per dag terugkerende Crazy Signs. Op luide vrolijke muziek doen velen in navolging van de animatiechef dezelfde simpele danspasjes bij het zwembad of in het amfitheater. Eenmaal zo 'gek' gedaan hoeft er verder ook niets meer hooggehouden te worden. De gêne is weg en daarmee ook de schroom om op anderen af te stappen.

Gemeenschappelijke maaltijden. Club Med bereidt drie maal daags uitgebreide buffetten die vervolgens aan tafels van acht gegeten worden. Deze aanpak biedt gelegenheid om een praatje aan te knopen, maar ook om bij leuke mensen aan tafel te gaan zitten. Samen eten betekent met elkaar praten en dus elkaar leren kennen.

Voorbeeldig personeel. Het personeel is vriendelijk en heeft de expliciete opdracht een warme, vriendelijke sfeer te scheppen en om de GM's in alle activiteiten te laten

participeren (Club Med 2004a). Geselecteerd op sociale vaardigheden en uiterlijk is het de bedoeling dat '[they] facilitate friendships and new relationships' (Club Med 2004b).

Alles geregeld. Het personeel van Club Med zorgt voor een gestructureerde, gevarieerde dag. Na het ontbijt, dus vanaf tien uur, organiseren de GO's diverse sporten (o.a. tennis, aerobics, steps, boogschieten, zeilen) met als afsluiting van de ochtend: de Crazy Signs. Tussen half één en twee is er vervolgens lunch, waarna het voor velen tijd is om uit te rusten. Voor wie wil, organiseren de GO's echter nog danslessen, vermaak bij het zwembad, sportcompetities en, als afsluiting van de middag: de Crazy Signs. Van acht tot tien uur 's avonds is het tijd voor het diner. Ook daarna is er weer vermaak. Voor drank en gezelligheid kan men terecht bij de bar aan het zwembad, voor toneel in het amfitheater en voor dansen in de disco. Vlak voor de disco organiseren de GO's opnieuw de ... Crazy Signs. Verder zijn ze er te alle tijden om je te helpen, bijvoorbeeld als je ziek bent geworden, als je niet weet wat je moet gaan doen of als je niet bij anderen aan tafel durft aan te schuiven. Gevolg: gasten hoeven nergens over na te denken, want alles is geregeld. Er is veel tijd voor het leggen van nieuwe contacten.

Eigen taal, eigen symbolen. Het hele Club Med leven is tenslotte doorspekt van eigen termen: er wordt getutoeerd, de gasten worden aangesproken als clubleden ('Gentils Membres'), het personeel daaraan analoog als GO's, simpele danspasjes heten Crazy Signs. Daarnaast zijn er thema-avonden met kledingvoorschriften ('Black and White', 'Spanish') en de muziek bij de Crazy Signs die de gasten, als zij later thuis zijn, altijd weer aan Club Med terug zullen doen denken. Ze maken dat de Club Med realiteit afwijkt van die van het alledaagse leven.

Al met al kent Club Med Porto Petro dus een technologie die op vrijwel alle belangrijke kenmerken van de sociale en fysieke omgeving inspeelt. Haar aanbod en reclame campagnes leiden zelfs tot een selectie van toeristen met gunstige persoonskenmerken: niet erg verlegen en met behoefte aan contact.

Hoewel de genoemde technologie voor ons duidelijk zichtbaar was, nemen de meeste vakantiegangers haar niet bewust waar, althans niet de 22 aan wie we vroegen welke factoren de totstandkoming van hun contacten in Club Med beïnvloed hadden. En dat zou ook op gespannen voet kunnen staan met de (prettige) gedachte dat je voor je contacten niet van Club Med afhankelijk bent.

Twee van de 22 respondenten doorzagen de Club Med technologie wel. Dani, een 23-jarige Israëliëse student, beschrijft de Crazy Signs als ‘mass manipulation.’ Hij ziet het nut er wel van in. Het is een goed psychologisch concept. Je zet harde muziek op, laat iedereen klappen waardoor de ‘mood’ er vanzelf inkomt. Door deze aanpak zorgt Club Med er volgens hem voor dat mensen die zichzelf niet kunnen entertainen, zich toch met elkaar vermaken. ‘Tittytainment’ noemt hij het. Zelf houdt hij daar echter niet van. Hij vindt het te gemakkelijk en is dan ook niet van plan terug te komen.

De tweede respondent, een 29-jarige Amerikaan, is veel positiever. De structuur (‘the beach is small on purpose’), de activiteiten en het feit dat iedereen hetzelfde doel deelt (‘fun’), bevallen hem wel. Want daardoor kom je iemand die je graag opnieuw ziet vanzelf weer tegen. ‘Elsewhere, you depend on luck’.

Geen van deze zojuist beschreven redenen is in zichzelf voldoende om multifunctionele relaties en gemeenschappen te doen ontstaan. Niettemin maakt de combinatie van factoren het erg moeilijk voor de gasten zich te onttrekken aan Club Med en aan elkaar. De condities creëren tezamen een *tegenwereld* of contrastructuur (Lengkeek 1994) die het voor de gasten gemakkelijk maakt activiteiten te ondernemen die ze daarbuiten nooit zouden ondernemen. Dat wordt des te gemakkelijker geaccepteerd, omdat Club Med voor alles zorgt. De gasten kunnen hierdoor grotendeels hun verstand uitschakelen. Men geeft zich over aan de wereld van de Club Med.

De gasten worden er telkens weer aan herinnerd dat Club Med een eigen wereld is door vooral de Crazy Signs, die in het alledaagse leven tot de leerstof van groep drie van de basisschool zouden horen, en niet passen bij de hoog opgeleide gasten van Club Med. Toch doen driemaal per dag 100 tot 150 mensen hier aan mee, en is het voor de andere bezoekers moeilijk zich er volledig aan te onttrekken, door steeds weer dezelfde luide muziek. De Crazy Signs zijn grappig, gek (‘crazy’) en iedereen vindt dat, ook de mensen die eraan deelnemen. Omdat de Crazy Signs niet serieus zijn, is het onmogelijk ze te bekritisieren. Tegelijkertijd herinnert de niet te ontkomen aanwezigheid van de Crazy Signs de gast eraan dat deze in een andere wereld, de wereld van Club Med, vertoeft. En dat is een leven met weliswaar luide muziek, maar ook een leven zonder zorgen.

3.5 Waarden, normen en solidariteit

Leidt de uitgebreide technologie tot gedeelde waarden en normen? Hoewel nergens geëxpliciteerd, straalt Club Med sterke waarden uit (Furlough 1993). De belangrijkste waarde is het fysieke en sociale welzijn van de gasten, in de meest letterlijke zin. Mensen moeten zich ter plekke lekker en gezond voelen, er is geen sprake van uitstel van welzijn. Die gevoelens van welzijn worden gerealiseerd door ontspanning, lichaamscultuur en onderlinge verbondenheid.

De voorzieningen zijn er op ingericht dat mensen zich ontspannen. Nergens is haast bij. *Ontspanning* kenmerkt ook de sociale contacten tussen de gasten. Men schrijft elkaar niets voor, laat staan dat men een ander ergens toe dwingt. Als mensen activiteiten ondernemen, is dat uit eigen beweging. Die ontspanning komt goed tot uitdrukking in het feit dat veel van de activiteiten die gasten kunnen ondernemen georganiseerd zijn als spel. Het gegeven dat het gaat om een spel, markeert het verschil met het leven buiten Club Med, waar de activiteiten serieus en belangrijk zijn. Spel impliceert dat geen van de activiteiten belangrijk genoeg is om ten koste te gaan van gevoelens van welzijn van de gast; integendeel, het spel moet daar juist aan toevoegen.

Een tweede belangrijke waarde is die van de *lichaamscultuur*. Fysiek welzijn is in Club Med vooral lichamelijk welzijn, er is zeker gegeven de hoge opleiding van de gasten, opvallend weinig intellectueel vermaak. Mensen doen veel aan sport, er is veel en goed eten, en alle tijd om te slapen en te zonnen. Het intellectuele vermaak beperkt zich tot het lezen van zelf meegebrachte boeken tijdens het zonnen en een sporadische discussie tijdens het avondmaal.

De laatste waarde is die van de *onderlinge verbondenheid*. Club Med wil ook werkelijk een club zijn die mensen met elkaar verbindt. Vandaar de rituelen, de aanspreekvormen, de vele gemeenschappelijke activiteiten. Het gaat er daarbij niet om dat relaties ontstaan die in zichzelf levenskrachtig zijn; relaties komen tot stand in en via Club Med, en de onderlinge verbondenheid is vooral de gemeenschappelijke binding met Club Med.

Hiermee zijn de belangrijkste constituerende waarden van de Club Med cultuur gegeven. Het gaat om hedonistische waarden, om het welzijn van de individuele leden van de Club afzonderlijk, niet om dat van de Club als geheel. Het welzijn van de Club wordt gediend als de gasten een aangenaam verblijf hebben. De waarde die traditioneel nog het sterkst met gemeenschapszin wordt geassocieerd, de

solidariteit met de andere leden van de gemeenschap, ontbreekt volledig. Het waardenstelsel van Club Med is daarmee niet in tegenspraak, maar staat er haaks op: er is geen reden om solidair te zijn.

Deze waarden corresponderen op dubbelzinnige manier met de normen die in Club Med heersen. De waarden zijn verleidelijk in zichzelf, juist omdat ze het directe welzijn van de gasten benadrukken. Dat leidt niet tot duidelijke normen in de sfeer van geboden en verboden. De belangrijkste norm is dat niets moet, slechts weinig dingen zijn echt verboden. Wat niet wil zeggen dat er geen normen zijn. Mensen zijn beleefd tegen elkaar, wachten bij het eten keurig op hun beurt, vertonen in de disco geen dronkemansgedrag en bij het zwembad zet men de walkman zacht. Uit het gedrag zelf valt dus af te leiden dat men rekening met elkaar houdt, maar de aanwezigheid van normen valt niet af te leiden uit gegeven sancties. Sancties zouden ook al snel op gespannen voet staan met de waarde van ontspanning en met de norm dat niets moet en slechts weinig dingen verboden zijn.

We zijn tijdens ons verblijf in Club Med eigenlijk geen situaties tegengekomen waarin dit stelsel van waarden en normen serieus ter discussie werd gesteld. Daar zijn goede redenen voor. Eén reden is dat de gasten er zelf voor gekozen hebben hier bij Club Med hun vakantie door te brengen. Ze hebben een fors bedrag betaald, en Club Med geeft ze er ook echt wat voor terug. Een tweede reden is dat het normenstelsel erg permissief is, niets moet, het is lastig je daartegen te verzetten. En een derde reden is dat er ook weinig gelegenheid is je te onttrekken aan het heersende stelsel en een ander waardenstelsel te volgen.

3.6 Wijgevoel

Brengen deze gedeelde waarden en normen nu ook een duidelijk wijgevoel met zich mee? Het antwoord op die vraag hangt af van het niveau van analyse. We bespreken eerst het niveau van het dorp als geheel, vervolgens het niveau van de georganiseerde activiteiten, tenslotte dat van de mensen met wie men tijdens de vakantie omgaat.

Op het niveau van het onderzochte Club Med dorp in Porto Petro is er van wijgevoel nauwelijks sprake. Hoewel de GM's in veel opzichten op elkaar lijken, tonen ze geen groepsgevoelens. Zelfs in de interviews, als over de gasten werd gevraagd, werd nooit in termen van 'wij' gesproken.

Waarom is er ondanks de sterke cultuur geen sterk ontwikkeld wijgevoel op het niveau van het dorp als geheel? We denken dat daar drie redenen voor zijn. Allereerst legt het waardenstelsel de nadruk op het individuele welzijn van de gasten. Daarvoor zijn de gasten, zolang iedereen zich maar aardig gedraagt, slechts zeer beperkt van elkaar afhankelijk. Er is niet veel reden of aanleiding om op het niveau van het dorp actief een gemeenschappelijke identiteit op te bouwen.

Door gebrek aan contact met de buitenwereld ontbreekt het voorts aan een contrastgroep. Een duidelijke contrastgroep zou de eigen identiteit benadrukken. De inwoners van het dorp zouden zich meer bewust zijn van hun groepsgrenzen en groepsinteresses, en de ontwikkeling van een sociale identiteit zou meer gestimuleerd worden door vergelijking en competitie. Zo stelde een gast dat ze wel een 'wijgevoel' ervoer nadat ze het clubdorp had verlaten. Ze moest het verschil met 'buitenstaanders' ervaren voor ze zich het gemeenschappelijke met de club realiseerde.

Tenslotte biedt Club Med via rituelen, aanspreekvormen en gemeenschappelijke activiteiten haar leden al een collectieve identiteit aan. Op het niveau van het dorp hoeft men dus geen wijgevoel meer te ontwikkelen. Club Med presenteert zich als, wat Anderson (1983) noemt, een 'imagined community'.

Op een wat lager niveau werd wel wijgevoel ervaren, bijvoorbeeld tijdens de Crazy Signs, het volleyballen of de salsa-les. De deelnemers realiseren zich dat ze gezamenlijk iets raars of anders doen dan de rest en dat kweekt verbondenheid. Deelname is echter niet verplicht en de deelnemers wisselen met als gevolg dat het wijgevoel slechts vluchtig is.

Het sterkst is dan ook het wijgevoel op het niveau van de groep waarmee men optrekt. Deze groepsdeelname wordt vaak op ostentatieve wijze gedemonstreerd, niet alleen door het gebruik van de woorden 'wij' en 'zij', maar ook door het nemen van groepsfoto's, of doordat tafels in het restaurant bezet worden gehouden, zodat de groep niet gesplitst hoeft te worden. De gezamenlijk ondernomen activiteiten stimuleren en versterken het wijgevoel, zo ook het praten over andere gasten die niet tot de eigen groep behoren.

Dit proces van groepsvorming duurt voor veel mensen de hele vakantie. Veel gasten lijken druk in de weer met zulke 'groepsvormende' activiteiten, contacten moeten worden gelegd en groepsgrenzen worden vastgesteld. De optimale grootte van de groep is 6-8 personen; dat is overdag gezellig en handig, je kan dan

gemeenschappelijk activiteiten ondernemen en tijdens het eten met elkaar aan tafel zitten. Maar 's avonds na het eten zijn er dan de leden van de andere groepen en daar worden, vaak via de leden van de groep van overdag, dan weer contacten gelegd. Het komt geregeld voor dat de groepen de volgende dag iets van samenstelling zijn gewijzigd, omdat zo de interesses meer overeenkomen, of men beter overweg kan met de mensen in de andere groep.

Veel van de groepsvorming vindt plaats tussen gasten die dezelfde moedertaal en nationaliteit hebben. Dit vraagt de minste aanpassing. Van de meeste nationaliteiten zijn meerdere gasten aanwezig. Voor de kleine groepjes Russen en Zweden is het lastiger, zij zoeken aansluiting bij grotere netwerken, en dat lukt ook wel. Binnen die nationaliteiten zoeken vooral de singles elkaar heel gemakkelijk op; stelletjes worden min of meer gedwongen met elkaar op te trekken, ook al zouden ze misschien liever contact hebben gezocht met singles. In ieder geval komen groepen vrij gemakkelijk tot stand.

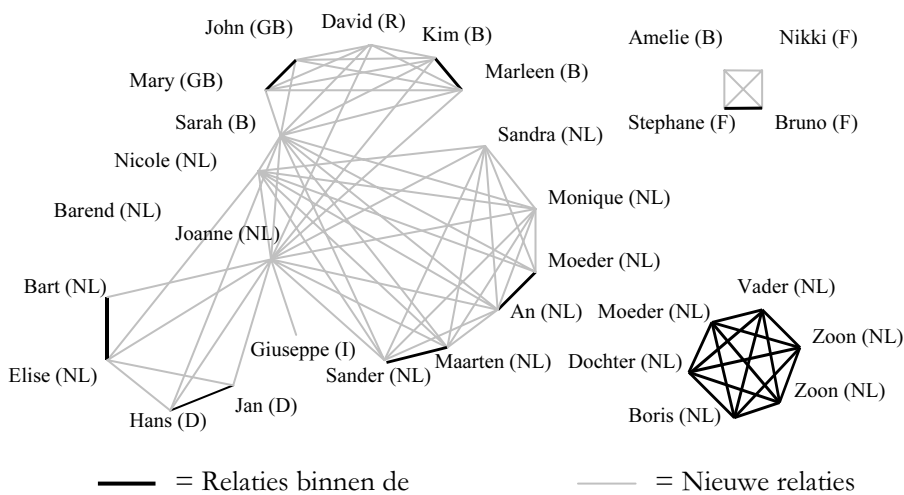
Om een indicatie te geven van de wijze van groepsvorming hebben we de netwerken gereconstrueerd van 29 voornamelijk Nederlandstalige gasten. Het gaat om de netwerken zoals die aan het eind van de vakantie tot stand waren gekomen. De zwarte lijnen geven de mensen aan die gezamenlijk zijn gekomen, de grijze lijnen duiden op relaties die tijdens de vakanties tot stand zijn gekomen. En met relaties bedoelen we dat die mensen minimaal twee van de volgende vier activiteiten met elkaar hebben ondernomen: overdag met elkaar optrekken, eten aan dezelfde tafel, dansen en drinken, en zoenen.

We zien drie netwerken. Rechtsonder is dat van twee ouders, hun zonen, dochter en haar vriend Boris. Zij leggen geen nieuwe contacten. Ze zijn daar ook niet op uit: ze zijn moe, willen uitrusten en goed eten. De dag brengen ze door met het lezen van boeken, en, de hobby van de jongens, tennissen.

Rechtsboven is het netwerk van Stephane en Bruno, die contact hebben gelegd met Nikki en Amelie. Stephane en Bruno zijn gezamenlijk gekomen, Nikki en Amelie hebben elkaar op het vliegveld ontmoet en kunnen goed met elkaar opschieten. Stephane en Amelie zijn al snel een stelletje, en Bruno heeft een oogje op Nikki. Nikki is de enige in de groep die wel nieuwe contacten wil leggen, maar ze wil ook haar groepje niet in de steek laten. Deze beide netwerken zijn geïsoleerd, ze bestaan uit relatief sterke relaties.

Het linker netwerk is groter en ontwikkelt zich tijdens de vakantie. De bouwstenen zijn individuen en groepjes van twee, waartussen zich tijdens de vakantie relaties ontwikkelen. Dit gebeurt stapsgewijs. Er vormen zich in eerste instantie kleinere groepjes, waarvan sommige erg hecht zijn. Vaak komt men via via tot nieuwe contacten. Het netwerk is dan ook niet volledig; de Italiaan Giuseppe die een oogje heeft op Joanne is bijvoorbeeld een echte *boundary spanner*. Hij participeert ook in een netwerk van Italianen en zo zijn er meer met contacten buiten dit netwerk.

Figuur 3.1 De onderlinge relaties van 29 GM's (en hun nationaliteiten)



Hoewel deze processen van groepsvorming spontaan tot stand lijken te komen, draagt Club Med hieraan belangrijk bij. Club Med faciliteert het tot stand komen van de relaties. We hebben hierboven reeds beschreven welke technologie Club Med hanteert om groepen te doen ontstaan. Een belangrijk element daarin is zeker ook de vriendelijke sfeer die het maakt dat mensen vriendelijk en aardig tegen elkaar zijn en ook heel gemakkelijk op elkaar af kunnen stappen.

3.7 Multifunctionele relaties

In deze paragraaf kijken we of aan de gevonden waarden, normen en wijgevoelens ook werkelijk multifunctionele relaties ten grondslag liggen. We onderscheiden tussen relaties die reeds voor de vakantie bestonden en relaties die tijdens de vakantie tot stand zijn gekomen. Veel mensen komen met familie, een partner of vrienden. Deze vakantiegroepen zijn niet van primair belang voor onze analyse, die gericht is op de nieuwe relaties, maar bieden ons wel een referentiepunt. In de

vragenlijst is een strikt onderscheid gemaakt tussen ‘de vakantiegroep’ en ‘nieuwe relaties’.

Tabel 3.1 toont de Multifunctionaliteit en de onderliggende dimensies van de vakantiegroeprelaties en van de nieuwe contacten voor diegenen die daadwerkelijk over zulke relaties beschikken.

Tabel 3.1 Multifunctionaliteit van relaties met vakantiegenoten en nieuwe contacten

Doelen / multifunctionaliteit	Vakantiegenoten	Nieuwe contacten
Sociaal welzijn		
Affectie	.90	.49
Gedragsbevestiging	.77	.65
Status	.37	.29
Fysiek welzijn		
Stimulans	.76	.65
Comfort	.84	.53
Multifunctionaliteit (M)	.56	.29
N	58	61

De laatste regel geeft aan dat 58 (78 procent) van de 74 respondenten vakantiegenoten hadden en dat 61 (82 procent) van hen nieuwe relaties is gegaan. Deze nieuwe relaties blijken wel degelijk multifunctioneel. De gemiddelde waarde op onze maat voor Multifunctionaliteit is .29. Deze waarde is, zoals te verwachten, beduidend lager dan voor de relaties in de eigen vakantiegroep. Dit geldt ook voor de onderliggende dimensies. Nieuwe contacten voorzien met name minder in affectie, comfort en status. Voor stimulans en gedragsbevestiging zijn de bijdragen nagenoeg even hoog.

Voor wat betreft affectie vinden we aanwijzingen dat de gasten, ook de singles, er bepaald niet op uit zijn affectie te maximaliseren. Zo stelt men zoenen en vrijen opvallend vaak uit tot de laatste avond. Hieraan ligt een duidelijke gedachtegang ten grondslag, die de gasten ook goed onder woorden kunnen brengen. Als men reeds in het begin van de vakantie een intieme relatie begint, isoleert men zichzelf (zie het geval van Amelie en Stephane hierboven); als het daarna niks wordt is het vervelend die ander nog steeds tegen te komen.

De lage score op comfort is, denken wij, inherent aan het korte verblijf van de bezoekers. Voor je je werkelijk bij anderen kunt ontspannen, moet immers vaak enige tijd verstrijken, en daar ontbreekt het de bezoekers aan.

Ook de lage score op status was verwacht. De mogelijkheden om status te realiseren zijn beperkt. De gebruikelijke statusmiddelen zijn afwezig (huis, auto, baan), de winnaars van de diverse competities zijn groot in aantal en krijgen geen verheven positie. Dat zou ook moeilijk te rijmen zijn met de waarden van Club Med. Het is uiteindelijk spel en het heeft niet het serieuze van het werk. Bovendien is Club Med er niet op uit nieuwe scheidslijnen op basis van status te creëren; men probeert de oude juist buiten te houden (vergelijk Ketteringham e.a. 1987).

Er zijn opmerkelijke verschillen in de mate waarin mensen Multifunctionaliteit *met anderen* realiseren. Een belangrijk verschil is dat mensen die alleen zijn gekomen gemiddeld een hogere waarde realiseren dan de mensen die in een groepje zijn gekomen. De correlatie tussen omvang van de groep waarmee men is gekomen en de mate van Multifunctionaliteit met anderen dan de eigen vakantiegenoten is sterk negatief: $r = -.44$; $n = 76$; $p = .000$.

Ook het uiterlijk speelt een grote rol. De mate waarin men het eigen uiterlijk waardeert op een 4-puntsschaal correspondeert sterk positief met de mate waarin men Multifunctionaliteit realiseert: $r = .47$ ($p = .007$; $n = 32$). Het effect neemt nauwelijks af als we controleren voor zelfvertrouwen. Het sterke effect van uiterlijk was ook wel te verwachten gegeven de lichaamscultuur van Club Med. Toch is het niet alleen een kwestie van Club Med alleen. Sociaal-psychologen benadrukken van oudsher het belang van een aantrekkelijk uiterlijk in het tot stand komen van nieuwe relaties (Baron en Byrne 2000, Berscheid en Hatfield 1969).

3.8 Schaduw van de toekomst?

We mogen dus concluderen dat in Club Med nieuwe multifunctionele relaties tot stand komen en dat verschillende omstandigheden bij de ontwikkeling een rol spelen. Een belangrijke vraag is tenslotte of deze relaties ook buiten Club Med worden gecontinueerd. Als deze op grote schaal worden gecontinueerd, is er wel degelijk een 'schaduw van de toekomst', en is Club Med geen instantie die mensen bij elkaar brengt. Het is moeilijk op dit punt veel harde gegevens te presenteren, maar het datamateriaal brengt ons tot het volgende, eenduidige beeld.

Groepen die zich tijdens de vakantie ontwikkelen, verlengen hun voortbestaan door het organiseren van bijeenkomsten na de vakantie. Dat lijkt ook goed mogelijk, omdat de leden dezelfde nationaliteit hebben, dus niet zo ver van elkaar wonen. Toch zijn deze pogingen maar gedeeltelijk succesvol; als al een reünie wordt georganiseerd, verwatert de groep daarna meestal toch. Dat is niet verbazingwekkend; het organiseren is een heel werk en de context waarbinnen men elkaar ontmoet is een heel andere dan die van Club Med. Dat verklaart deels waarom het hechte Nederlandse netwerk in Club Med slechts een enkele reünie wist te organiseren. Daarna hielden de groepsleden alleen nog bilateraal contact.

Kansrijker zijn de (heteroseksuele) paarrelaties die in Club Med tot stand komen. Deze zijn minder afhankelijk van organisatieproblemen en krijgen met het perspectief van een mogelijk huwelijk een ander fundament. Het is duidelijk dat zulke paarrelaties tijdens vakanties bij Club Med ontstaan. Zo was er in Porto Petro een stel dat elkaar tijdens een vakantie van Club Med had leren kennen en dat nog ieder jaar naar een van de Club Med dorpen met vakantie gaat. Van ons Nederlandse netwerk weten we bijvoorbeeld dat Joanne en Giuseppe elkaar nog drie jaar bleven zien en E-mailen. Maarten vroeg Joanne na ruim een jaar ten huwelijk. Joanne ging hier echter niet op in en sindsdien is het contact verbroken.

Het aantal heteroseksuele partnerrelaties dat zicht tot een huwelijk ontwikkelt schatten we laag in. De paarrelatie is tot stand gekomen in Club Med, waardoor de stadia van normontwikkeling en het creëren van een vertrouwensband gedeeltelijk door en volledig in Club Med zijn ingevuld. Die processen moeten buiten de wereld van Club Med voor een groot deel opnieuw worden afgewikkeld en dat is des te lastiger als men eigenlijk geen gedeelde netwerken heeft. Waarbij we natuurlijk niet willen en kunnen uitsluiten dat de gevoelens van liefde hiertegen bestand zijn.

De belangrijkste binding die tot stand komt is die met Club Med zelf. Bijna de helft van de gasten in de steekproef was niet voor het eerst in Porto Petro, iets meer dan de helft zegt volgend jaar terug te komen. En dat percentage wordt nog gedrukt doordat veel van de singles niet weten of ze die status volgend jaar nog hebben. Ze hopen van niet, en lopen daar in hun antwoord op vooruit.

Concluderend kunnen we stellen dat de relaties die in Club Med tot stand komen maar een zeer beperkte eigen levenskracht hebben. Het levenskrachtigst is de relatie met Club Med, men wil de ervaring van dit jaar graag volgend jaar met nieuwe mensen herhalen. Club Med lijkt echt ‘instant gemeenschappen’ te

produceren. De relaties ontstaan, groeien en bloeien niet in de schaduw van hun toekomst, maar in de schaduw van Club Med.

3.9 Conclusie

De vraag die we aan het begin van dit hoofdstuk stelden was of ‘instant gemeenschappen’ bestaan en tijdens vakanties tot ontwikkeling kunnen komen.

Op grond van het hierboven gepresenteerde onderzoek beantwoorden we deze vraag positief. We vonden in het door ons onderzochte vakantiedorp van Club Med een gemeenschap met een levensduur van enkele dagen. Bij aanvang bestonden slechts de relaties tussen de mensen die in hun vakantiegroep kwamen; bij het vertrek werd de gemeenschap opgeheven. De meeste ontstane relaties hadden geen levenskans. En toch voldeed het vakantiedorp aan alle kenmerken van een gemeenschap: er waren gedeelde waarden en normen, er was een sociale identiteit en een ‘imagined community’ (namelijk die van Club Med), en er waren multifunctionele relaties tussen de leden van de gemeenschap, die ter plekke tot stand waren gekomen.

Club Med heeft grote invloed op het ontstaan van die relaties, doordat de organisatie het voor de gasten erg gemakkelijk maakt contact met elkaar te leggen. Het is daarbij niet zo dat Club Med mensen dwingt relaties te ontwikkelen. Wie niet wil hoeft niet, en kan toch een prettige vakantie hebben. Club Med biedt haar gasten een kader voor het vormen van een gemeenschap aan: de identiteit van Club Med, waarden en normen alsook een sfeer en omstandigheden waarin men gemakkelijk op elkaar afstapt. Tot die omstandigheden behoren onder meer de afgeslotenheid van het dorp, het aantal bewoners, de grote kosten om een andere wereld op te zoeken, het wegnemen van beslomeringen en het organiseren van gemeenschappelijke activiteiten zoals de Crazy Signs en de gezamenlijke maaltijden. In deze omstandigheden ontwikkelde ruim 80% van de gasten in onze steekproef nieuwe multifunctionele relaties.

Het is van belang te benadrukken dat die omstandigheden bijzonder zijn: in het dorp werd met het telkens herhaalde ritueel van de Crazy Signs het niet-alledaagse van Club Med gemarkeerd. De multifunctionele relaties die uiteindelijk bepalend zijn voor het bestaan van de gemeenschap ontwikkelen in de schaduw van Club Med, en hebben daarbuiten nauwelijks levenskansen.

Op grond van het voorgaande kunnen we niet zeggen hoe representatief de ‘instant gemeenschappen’ van Club Med zijn voor vakantiegedrag in het algemeen. We hebben juist Club Med als object van studie gekozen, omdat we daar de kans op het aantreffen van een instant gemeenschap groot achtten. Niettemin spreekt Club Med slechts een beperkt publiek aan. De vervolgvraag die we willen onderzoeken is of het mogelijk is tijdens de vakantie ‘instant community’ te vinden als niet is geboekt bij een gerenommeerde organisator van groepsvakanties.

