

KIRSTEN MØLLEGAARD

HONOLULU

E komo mai - velkommen til den store fortælling

London har Big Ben. Honolulu har Aloha Tower, står der i en brochure fra Aloha Tower Marketplace i downtown Honolulu. Tonen er dermed slået an: Hawaiis hovedstad Honolulu markedsføres som en verdensby på linje med London. Ligesom London er Honolulu et verdensnavn med sine helt unikke vartegn – den udslukte vulkan Diamond Head Crater på pynten og Aloha Tower ved havnen – så Honolulu skulle være i stand til at føre sig frem som en hvilken som helst anden storby.

Alligevel er Honolulu ikke som London – og det skyldes ikke kun klimaet. Som storby betragtet er Honolulu ganske vist lige så kaotisk og uoverskuelig, som storbyer i andre verdensdele er; alligevel er Honolulu en anderledes slags storby, der er vokset op som en hybrid af asiatisk, vestlig og hawaiiansk kultur. Byen opstod i forbindelse med den vestlige kolonisering af Hawaii sidst i 1790'erne. De dybtstikkende vestlige sejlskibe kunne ligge for anker nær Nuuanuflodens udmunding, hvor flodens ferskvand hæmmede koralernes vækst og dannede en naturhavn. Det nærliggende hawaiianske fiskerleje, Ke Awa o Kou (Kous havn), blev omdøbt „Fair Haven“ eller på hawaiiansk: Honolulu (Harbors Division 2004).¹ Ke Awa o Kou havde ingen større betydning i det prækoloniale Hawaii, men med de vestlige skibe kom vestlige varer, og både hawaiianske og vestlige bygninger skød snart op i Honolulu, efterhånden som stedet udviklede sig til handelscentrum.

Honolulu var dengang som nu en kontaktzone mellem fremmede og indfødte, men hvor de indfødte hawaiianere oprindeligt havde deres eget suveræne kongedømme og kunne møde de fremmede som ligeværdige partnere, blev magtrelationerne mellem indfødte og fremmede skævere og skævere, efterhånden som missionærer, plantagedrift, import af asiatisk arbejdskraft og epidemier vendte op og ned på hawaiianernes verden. Da kong Kamehameha III officielt udnævnte Honolulu til at være hovedstaden i kongeriget Hawaii i 1850, havde byen en befolkning på ca. 10.000, hvoraf mindre end 10 % var udlændinge. I dag bor der 371.657 mennesker i selve Honolulu, og heraf er kun 3,65 % indfødte hawaiianere (Honolulu Population and Demographics 2004). Hawaiianerne er med andre ord blevet en minoritet blandt mange andre på Hawaii, hvis befolkning nu er overvejende asiatisk. Hawaiis politiske og økonomiske infrastruktur er imidlertid amerikansk, idet øerne efter et halvt århundrede som amerikansk „territory“ blev indlemmet i de Forenede Stater i 1959 som den 50. stat med tilnavnet „The Aloha State“.

Man behøver ikke at have de socialrealistiske briller på for at se, at Honolulu er en kontrasternes by med stor forskel på rige og fattige – ej heller at social velstand har en tendens til at følge hudfarve. Det bemærkelsesværdige er imidlertid, at hverken turister eller lokale beboere rigtigt ser fattigdommen. Det markedsførte image af Honolulu som en eksotisk feriedestination dominerer, og lokalbefolkningen har lært at se sig selv som heldige, fordi de bor i „paradis“.²

Turisterne ser, hvad de forventer at se i Honolulu, nemlig en venlig, imødekommende by fyldt med turistede varer og smilende indfødte, der betjener turisternes behov iført storblomstret tøj og, for kvindernes vedkommende, med en blomst stukket bag øret. De lokale ser måske nok de forfaldne lejlighedsbarakker bag Ala Wai-kanalen med Waikikis glitrende strandhoteller i baggrunden, og de skriver af og til i aviserne om affaldet, der hoer sig op i vandløbene, eller om manglen på åbne, renholdte rekreative områder. Men når de skal beskrive deres by, tager den sig ud som et postkort med Diamond Head i baggrunden og en ubekymret ukulelespiller under en palme ved stranden.

Man kan selvfølgelig indvende, at selv om Honolulu er en larmende storby som så mange andre med trafikpropper og lumre bydele, er byen trods alt også et dejligt, tropisk paradis med skønne blomster, svulmende tropefrugter, smilende hulapiger og flotte brune strandløver. Men som V.S. Naipaul bemærker om det koloniserede landskab: „Vi skaber det i vores eget hoved og ser det, vi forventer at se, fordi kilden til vores forventninger kommer fra den vestlige kultur“ (Naipaul 1967:246; min oversættelse). Eller sagt på en anden og lidt mere radikal måde af en af de skarpeste tunger i den postkoloniale debat: „Magten til at fortælle, eller til at forhindre andre fortællinger i at formes og fremkomme, er meget vigtig for kultur og imperialismen og konstituerer en af de væsentlige forbindelser mellem dem“ (Said 1993:xiii; min oversættelse). Edward Said har her fat i det essentielle: Myten, eller den store fortælling, bunder i magten til at fortælle, hvordan noget *er*. Magtens monopol på at fortælle er ikke som en gammeldags foredragsholder med pegepind og lysbilledshow – kolonisering er en langt mindre propagandistisk og langt mere effektiv proces, hvor folk, som nu i dette tilfælde Hawaiis lokalbefolkning, i generationer er blevet akkultureret og indoktrineret til at se sig selv som eksotiske, fordi det passer ind i den store fortælling om Hawaii som The Land of Aloha.

Den store fortælling om Honolulu handler derfor slet ikke om Honolulu som by, men om Honolulu som ensbetydende med Waikiki-stranden og dens postkortsønne solnedgange og romantiske øjeblikke. Den handler kort og godt om byen, der blev væk. Denne pastoralisering af Honolulu reducerer samtidig Hawaiis indbyggere (der i parentes bemærket opfattes som „hawaiianere“, så længe de har sort hår og brun hud) til at være ubekymrede skabninger, nærmest barnagtigt enfoldige, for hvem kan dog have hovedbrud med skatteregnskaber, børnebidrag og afbetaling af billån, når man bor i paradis? Den store fortælling gør det på et eller andet niveau illegitimt at tale om den slags ting.

Som det fremgår af ovenstående, kan man ikke tale om den store fortælling om Honolulu som hovedstaden i Aloha-staten uden også at tale om turisme. Turismen er en funktion af den magt, som vestlig imperialismen udøver over Hawaii, og den måde, hvorpå den hawaiianske kultur er blevet tingsliggjort. Det er turistens blik („the tourist gaze“) (Urry 2002), der dominerer den store fortælling, fordi dette blik, denne måde at læse landskabet på ved at frasortere, analysere og udskille det, som er eksotisk, ikke alene er inkorporeret i turistmyterne om Hawaii. Den lokale befolkning har også lært at

se sig selv som et vigtigt element i den store fortælling, selv om mange unægteligt også stiller spørgsmålstegn ved deres rolle. Men lokalbefolkningens reelle økonomiske afhængighed af turismen vanskeliggør en ideologisk frigørelse fra den store fortællings paradigme. Turismen påvirker derfor både turisternes syn på Honolulu som eksotisk og befolkningens syn på sig selv som eksotisk.

Men hvordan kan det lade sig gøre? Man kan vel til dels forstå turisternes behov for at opfatte en ferie i Honolulu som en form for eskapisme fra det „virkelige“ liv. Lokalbefolkningen lever ikke af den grund et uvirkeligt liv, men under et overordnet paradigme grundet i koloniseringsprocessen, hvor deres udseende, kultur og landskab defineres som anderledes og eksotisk. For trods de eksotiske rammer lever Honolulu's indbyggere jo ikke bare af at spise mango fra haven og fange fisk i havet. De har den samme livsstil som andre amerikanere med fastfood, tv og en overflod af forbrugsgoder, men når man beder dem beskrive et bedre liv, bliver de nostalgiske og drømmer om at leve enkelt („live off the land“) og harmonisk „...with aloha“.

Aloha og nostalgi spiller afgørende ind som forenere og formidlere af spændingen mellem Honolulu som storby og den store fortælling om byen som ferieparadis. Billedligt talt er drømmen om et ideelt liv som en Blue Hawaii-cocktail blandet af lige dele aloha og nostalgi og med en fiks papirparasol stukket i en skive ananas på glassets kant.³ Aloha har i denne metafor at gøre med pacificering af lokalbefolkningen og kommercialisering af den hawaiianske kultur. Nostalgi er tæt forbundet med turistens blik og den aura af autenticitet, som lokker både turister og lokale til at se Honolulu som et sted med ægte aloha, et virkelighedens Shangri-La, langt borte fra verdens stress og jag – og alligevel blot fem timers flyvning fra San Francisco og fire en halv times flyvning fra Tokyo.

Blue Hawaii: Aloha og nostalgi

Når man befinder sig i Honolulu, virker både San Francisco og Tokyo en hel del længere borte i tid og rum end blot nogle få timers flyvning. Byen ligger på øen Oahu, der med sine 1.538 kvadratkilometer er knap halvt så stor som Fyn. Det er den tredjestørste af Hawaiiøerne og den med mest trængsel. Størstedelen af dens indre består af to stejle bjergformationer, Waianaekæden mod vest og Koolaukæden fra nordvest ned mod østkysten. Oahus nordvestlige del, North Shore, og den sydvestlige kyst er relativt sparsomt befolkede, idet det amerikanske militær benytter store landområder vest for Honolulu til baser og træningsarealer. Nordkysten, Windward Shore, er naturskøn med lange sandstrande og lommer af lokalsamfund, hvis ramponerede huse og overflod af bilvrag i haverne danner en iøjnefaldende kontrast til de sydøstlige kysters mere velstående bysamfund. Honolulu ligger på Oahus sydkyst, Leeward Shore, og har et behageligt klima med temperaturer svingende mellem ca. 22 og 30 grader afhængigt af årstiden.

Der er gode grunde til, at Oahu kaldes samlingsstedet, „the gathering place“, i den store fortælling om Hawaii, for ikke nok med at øens fastboende befolkning på 880.000 udgør 75 % af Hawaiiøernes samlede befolkning; hvert år ankommer der i tilgift seks millioner turister til Honolulu, hvilket gør ikke kun Honolulu, men også Oahu til det sted i verden med det største antal turister per kvadratkilometer (Wilson & Dissayanake

1996:7). Masseturismen belaster Honolulu i forvejen stressede infrastruktur, herunder vandforsyningen og det overbelastede vejnet, og bidrager til at bibeholde lavtlønnede jobs i den store turistserviceindustri som den eneste arbejdsmulighed for en stor del af befolkningen. „Turismen blev podet på den eksisterende plantageøkonomi til fordel for outsiders og den lokale elite“, og netop derfor er det sådan, at turistindustriens blomstring „er forbundet med forringet livskvalitet og ulighed mellem sociale klasser“, skriver turismeforskeren Luciano Minerbi (1996:190,198). Et gennemsnitligt enfamilieshus i selve Honolulu koster fx omkring 2,5 millioner kroner, hvilket er næsten 30 % mere, end et tilsvarende hus koster i en storby på det amerikanske fastland (Osman 2004).⁴ Lejemål koster gennemsnitligt omkring 8.500 kr. per måned. Eftersom mindstelønnen på Hawaii kun er på 37,50 kr. i timen, må folk med lave indkomster bestride mere end et job og ofte bo flere generationer sammen for at kunne klare udgifterne.

Det er reelle sociale og økonomiske forhold som disse, der danner et paradoks i forhold til den herskende ideologi, hvor Hawaii ad infinitum markedsføres og dermed defineres som „The Land of Aloha“, et eksotisk overflødhedshorn med sol, strand og legende indfødte – kort sagt et sted uden „rigtigt“ arbejde og dermed uden forbindelse til den virkelige verden. Honolulu kan ikke, trods sit vigtige finansdistrikt, sine politiske institutioner eller sine typiske storbyproblemer, frigøre sig fra den store fortælling om The Land of Aloha, for den store fortælling forpligter Honolulu til at leve op til sin rolle i det overordnede paradigme. Og dette overordnede paradigme kan siges med et enkelt, pacificerende ord: aloha.⁵

Aloha er et vigtigt begreb for lokalbefolkningen, fordi det opfattes som en slags spirituel fællesnævner, der samler øernes mange etniske grupper i velvilje og fællesskab under en paraply af hawaiiansk kultur, lige gyldigt om de er indfødte hawaiianere, immigranter eller efterkommere af immigranter, eller om de er af blandet etnisk herkomst. Ordet aloha springer én i øjnene fra firmanavne til T-shirts og genlyder som velkomsthilsen både i turistmæssige og lokale sammenhænge. Det er endda en del af en kampagne på lokalt initiativ – „Live Aloha“ – der forsøger at sprede mere aloha blandt befolkningen, sådan at Hawaii bliver et rarere sted at bo og et mere positivt sted at besøge.⁶

Selv om aloha fungerer for lokalbefolkningen som et begreb, der pacificerer og udglatter deres sociale, etniske og politiske forskelligheder, bliver det taget meget bogstaveligt i markedsførelsen af Honolulu som turistdestination. Aloha Tower står ved indsejlingen til Honolulu Havn og har, siden det blev færdigbygget i 1926, været et vartegn for Honolulu. Indtil højhusene i det nærliggende finansdistrikt begyndte at skyde i vejret først i 1960'erne, var det ti etager høje Aloha Tower den højeste bygning i hele Hawaii. På tårnets fire sider står ordet ALOHA indmejslet lige over urskiverne, og turister, der ankommer til havnen med krydstogtskib, bliver bl.a. modtaget af professionelle huldansere, der slutter deres program af med at holde næsten meterhøje røde og gule bogstaver, A-L-O-H-A, fotogent op foran sig selv. Huldanserne skal naturligvis forestille at være indfødte hawaiianere og dermed symboler på aloha. Men som Colin Hall og Stephen Page påpeger: „Ud over at være symboler har hawaiianerne kun spillet en lille rolle i turismens vækst og en endnu mindre rolle i den fortsatte udvikling af myten, som er blevet vævet uløseligt sammen med den“ (1996:21; min oversættelse).

Aloha er således blevet en tradition, som redefinerer en del af den hawaiianske kultur og samtidig indlemmer turistens blik på Hawaii. Koloniseringsprocessen gør, at indfødte folk og socialt og politisk marginaliserede immigranter bliver indoktrineret gen-

nem institutioner som skole og kirke til at tænke i den dominerende ideologis baner. „Dette måler dybden af vores egen mentale undertrykkelse: Vi forstår ikke omfanget af vores egen kulturelle nedværdigelse, fordi vi lever midt i den“, skriver en af frontfigurerne i den hawaiianske suverænitetbevægelse, Haunani-Kay Trask (1993:195; min oversættelse). Denne kolonisering af folks måde at tænke på gør, at lokalbefolkningen også selv ser Hawaii som et eksotisk sted, fordi den overordnede ideologiske ramme, de lever i, sætter vestlige værdier og kultur som normalen. Man kan måske endda sige, at den fremmedgørelse, som koloniseringsprocessen til stadighed forårsager, gør, at mange også ser hawaiiansk kultur som eksotisk og fremmed, selv om de er bevidste om selv at praktisere dele af den.⁷

1. „Boat Days“. Kunstner: Eddy Y. Brevkort i facon som en alohaskjorte. Copyright 2000 Island Heritage Publishing, Honolulu, Hawaii. (Se også glittede sider i *Tidsskriftet Antropologi* 48, Byer II, side viii).

Overalt i Honolulu støder man på iscenesatte traditioner, der ved deres ustandselige gentagelse cementerer byens oprindelsesmyter og dermed normaliserer den vestlige fortolkning af Hawaii. Illustration 1 ovenfor viser en anakronistisk og nostalgisk fantasi om dette mytologiske Honolulu. Det bemærkes først og fremmest, at selve byen Honolulu slet ikke er afbildet, men derimod erstattet af en palmeskov. At scenen alligevel finder

sted i Honolulu, kan aflæses af byens to vartegn, nemlig Diamond Head Crater til venstre og Aloha Tower til højre. Det store dampskib hører tidsmæssigt til samme æra som Aloha Tower og viser dermed en association til Honolulu's nostalgiske Boat Day-fænomen. Men flotillen af udryggerkanoer med hawaiianske mænd iklædt *alii*'ernes røde og gule fjerklapper og hjelme hører hjemme i 1700-tallet hvis ikke tidligere. Kvinderne, der står klar til at give turisterne blomsterkranse, er til gengæld iført moderne huldanssekostumer.

Som tegn betragtet er Honolulu i denne illustration blevet en *signifier* for det, som byen *ikke* er, nemlig den pastorale, tropiske natur med venligtsindede indfødte, der spontant byder fremmede velkommen med blomsterkranse og farverige ritualer. Endvidere er Stillehavet i høj grad med til at definere Honolulu som by, hvilket også kan ses på illustration 2 nedenfor, hvor en sporty mand elegant surfer med Diamond Head i

2. „Honolulu“. Kunstner ukendt. Fra en turistguide trykt for Hawaii Tour Co., 1918. Brevkort fra Pacifica Island Art, Inc.

baggrunden og en kokospalme viser, hvad landet har at byde på. Heller ikke her er der nogen bygninger til at forpurre myten om Honolulu som en palmelund ved havet. Tværtimod oses billedet af rå potens, lange falliske linjer og skummende bølgebrus og lover oplevelser, der ikke er udkogte af for meget vestlig civilisation.

Semiotikeren og turismeforskeren Jonathan Culler mener, at turister leder efter tegn, hvorhen de end bevæger sig: „Verden over spreder de ubesungne hære af semiotikere, turisterne, sig ud i vifteformation på jagt efter tegn“ (1988:155; min oversættelse). Set fra denne vinkel kan man sige, at de lokale såvel som turisterne konsumerer Honolulu som et produkt, hvis meningsfyldte indhold ikke så meget hentes i social praksis som i en mytisk fortælling, hvor Honolulu figurerer som indgangsporten til turismens Land of Aloha. Det er netop som indgangsport, havneby, overgang mellem hav og land og kontaktzone mellem øst og vest, at Honolulu står med sin imponerende skyline af højhuse og lokker med løfter om aloha og sydhavsromantik – et fænomenalt paradoks om et uspoleret Bountyland i antitese til det stål, glas og beton, som byen er bygget af.

Cullers turistsemiotikere har gode kår i Honolulu, for der vrimler det med nostalgiske tegn på det eksotiske. Et af de bedste steder at observere nostalgi for fuld udblæsning er, når et krydstogtskib anløber havnen ved Aloha Tower. Denne del af havnen ligger et stenkast fra downtown Honolulu og er blevet gennemrenoveret for små 250 millioner dollars, finansieret af japanske investorer. Kajen blev genåbnet i 1994 under navnet Aloha Tower Marketplace. Bygningerne er holdt i kolonial stil med brede buer, bredskyggede tagudhæng og sandfarvet flisebelægning, der matcher Aloha Towers cremefarvede mure og støvgrønne tag. Bronzestatuer af svajende huladanserinder står mellem strategisk placerede palmer mellem bygninger og torvesælgere med deres bugnende udvalg af farvestrålende tøj og souvenirs. Gadefejere, ældre filippinere iført ulastelig uniform, går diskret omkring og fejrer, mens sikkerhedspersonale med tunge bæltter observerer ankomstceremonierne bag mørke solbriller og med armene over kors.

Boat Day-fænomenet går tilbage til mellemkrigstiden og refererer til den folkefest, der opstod i spontan begejstring, når et Matson Lines-skib anløb Honolulu med post, varer og rejsende. Så snart et skib rundede Diamond Head, begyndte folk at strømme ned til kajen for at tage imod. Dampskibsselskabet Matson Lines havde allerede fra slutningen af 1800-tallet fragtet turister fra den amerikanske vestkyst til Honolulu, men det var først rigtigt i årene mellem de to verdenskrige, at Hawaiiøerne og specielt Honolulu med Waikikistranden blev en mondæn destination for velhavere. Honolulu og Waikiki blev markedsført som et prestigefyldt feriemål, som både filmstjerner (illustration 3 næste side) og amerikanske præsidenter (illustration 4 næste side) kastede glans over. Levemanden Don Blanding beskrev sin Boat Day-ankomst til Honolulu sidst i 1920'erne som et spontant karneval af farver og glade mennesker:

Anløbsbroen var som en have af lystig blomstring, og et ærligt, åbent smil prydede alle ansigter. Forvirringen ved landgangen forenede alle i et varmt fællesskab af hvirvlende latter, glædestårer og glade udråb [...] En følelse af varme, gæstfrihed og velkomst strømmede fra mængden på kajen op til skibet og favnede fremmede såvel som gamle venner (Blanding 1930:31-2; min oversættelse).

Det er denne atmosfære, som Aloha Tower Marketplace forsøger at genskabe ved at iscenesætte en Boat Day-modtagelse for både krydstogtspassagerer og, bemærkelsesværdigt nok, også for de turister, der er ankommet med fly, og som derfor må køres til

3. Shirley Temple at Waikiki, July 1935. Foto: Ukendt. Hawaii State Archives. Brevkort, Cool Breezes Publishing, Inc.

4. JFK in Waikiki, June 1963. Foto: Laurence Hata. Hawaii State Archives. Brevkort, Cool Breezes Publishing, Inc.

Aloha Tower Marketplace i bus. Kun 3,6 % eller 230.495 af Honolulu seks millioner besøgende ankommer i dag med luksusliner (Hawaii Tribune-Herald 2004), resten flyver. Busserne er påmalet palmer og blomster og modtages ligesom skibspassagererne af huladansere, og turisterne får en blomsterkrans om halsen, når de stiger ud. Skibspassagererne forlader skibet gennem de smukt renoverede toldbygninger, som indvendigt er udsmykket med et af Hawaiis længste vægmalerier. Det forestiller ikke overraskende nostalgiske Boat Day-scenerier med brune drenge, der dykker efter mønter ved kajen, kvinder som sælger blomsterkranse, the Royal Hawaiian Band og mange kendte Honolulu-personligheder fra 1930'erne og 1940'erne.

Boat Day-fænomenet er reproduceret i utallige sammenhænge og er en vigtig del af Honolulu image som indgangsportal til The Land of Aloha. Nogle af Honolulu folkeskoler bruger det endda som tema for deres majfest. Derfor er turisternes transportmiddel (skib, bus eller fly) underordnet: Det, det drejer sig om, er at genskabe en oplevelse af øernes opreklamerede gæstfrihed. Illustration 5 nedenfor viser en Boat Day-modtagelse af en af Pan American Airlines' klippere i Honolulu. Diamond Head anes yderst til venstre, men byen er igen væk. I stedet ses smilende indfødte, overvejende unge kvinder af Hollywood'sk skønhed, der ankommer i kano for at møde de glade passagerer og give dem blomsterkranse og frugter.

5. „Honolulu Clipper“. Kunstner ukendt. Pan American World Airlines. 1939. Plakat fra Hawaiian Nostalgia Prints.

I Aloha Tower Marketplace forhandles der mange steder nostalgiske malerier, fotografier og plakater som denne artikels illustrationer. De pryder væggene i forretningerne, cafeerne og spisestederne, og restaurantborde på første sal er dekorerede med dem.

Man støder faktisk på dem overalt i Honolulu fra hotelværelser over nøglekort til turistguider som en fortælling om de gode gamle dage, der bliver lidt bedre, for hver gang den fortælles. Når nostalgien således tematiseres, er den med til at fastholde koloniseringsprocessens hegemoniske strukturer og dermed med til at bibeholde Honolulu's image som et ukompliceret turistparadis. Kombineret med aloha, som i illustrationerne af de altid ydende indfødte, der smilende giver af deres paradisiske overflod, er nostalgien også med til at naturliggøre den skævhed i de sociale (og dermed økonomiske) roller mellem turister og lokalbefolkning, som uvægerligt følger med turistindustriens neokolonisering af øerne.

A hui hou - kom snart igen!

„A hui hou – kom igen“ lyder det over højtalerne hver halve time i Honolulu Lufthavn. Kom igen og oplev det hele en gang til! Turistindustriens styrede og iscenesatte oplevelser af Aloha-statens eksotiserede paradys levner ikke meget råderum for alternativer til den store fortælling. Den herskende, vestlige ideologi, som har „magten til at fortælle“ (Said 1993:xiii), skaber en social praksis byggende på aloha og nostalgi, der uproblematisk forener amerikansk imperialisme med hawaiiansk kultur – i hvert fald på et generelt niveau. Der er ganske vist kritiske røster som Trask, der forsøger at vende turiststrømmen: „Hvis du har tænkt dig at besøge mit hjemland, så lad være. Vi ønsker ikke flere turister, vi har ikke brug for dem, og vi kan ikke lide dem“ (Trask 1993:195-6; min oversættelse). Men mon befolkningen ville være villig til at afvikle turismen, hvis de fik muligheden? Det koloniale paradigme, som påvirker både turisternes og lokalbefolkningens måde at tænke på, bygger jo på imperialisme, og netop imperialisme „lever videre, hvor den altid har levet, i en slags almen kultursfære så vel som i bestemte politiske, ideologiske, økonomiske og sociale former for praksis“ (Said 1993:9; min oversættelse).

Honolulu, storby og tropisk ferieparadis, forener meget symbolsk de paradokser, som imperialisme og neokolonisering afstedkommer. Men samtidig er det en by, der forsvinder ud af landskabet, så snart den skal afbildes i en turistmæssig eller nostalgisk kontekst. Mon ikke dette forsvindingsnummer er Honolulu's største bedrift?

For endnu en illustration, se de glittede sider, *Tidsskriftet Antropologi* 48, Byer II, side viii.

Noter

1. Pukui og Elbert oversætter Honolulu med „sheltered bay“ (1986:79).
2. Der er et stort sammenfald mellem ordvalg (fx „paradis“) i både turistmæssige og lokale sammenhænge, også selv om et publikum kun tilhører den ene kategori. For eksempel indledte den lokale ukulelevirtuos, Jake Shimabukuro, sin godgørenhedskoncert for astmaramte børn på Hilo's Nanioloa Hotel på øen Hawaii den 16. maj 2004 med at udbryde: „Aren't we lucky to live in Hawaii? Isn't this paradise? Is there any place more better? I don't think so!“ Publikum jublede og klappede, selv om Hawaiis fugtige klima samt røgen fra den nærliggende aktive vulkan Kilauea netop er to af hovedfaktorerne bag Hawaiis meget høje antal astmaramte børn og voksne.

3. Blue Hawaii, cocktail opkaldt efter Elvis Presley-filmen af samme navn fra 1961, består af blå Curacao, rom, ananas juice og æggesnaps med citron.
4. Beløbene er afrundet og baseret på en kurs på 1 US\$ lig med 6,265 kr. Kilde: <http://www.econstats.com/fx> (22. maj 2004).
5. Hawaiian Dictionary oversætter „aloha“ således: „love, affection, compassion, mercy, sympathy, pity, kindness, sentiment, grace, charity; greeting, salutation, regards; sweetheart, lover, loved one; beloved, loving, kind, compassionate, charitable, lovable; to love, be fond of; to show kindness, mercy, pity, charity, affection; to venerate; to remember with affection; to greet, hail. Greetings! Hello! Good-by! Farewell! Alas!“ (Pukui & Elbert 1986:21).
6. Følgende definition af aloha findes på Live Alohas hjemmeside (<http://www.ealoha.com/livaloha.htm>) (14. maj 2004):
 A stands for AKAHAI, meaning kindness.
 L stands for LOKAHI, meaning bring unity.
 O stands for OLU'OLU, meaning politeness.
 H stands for HA'AHA'A, meaning humbled.
 A stands for AHONUI, meaning enduring.
7. For eksempel Ty P. Kawaika Tengan, ph.d. i antropologi og forelæser ved University of Hawaii at Manoa. Han holdt forelæsning på The East West Center, Honolulu, i april 2004 om hawaiianske mænds genskabelse af prækoloniale krigersamfund og kampsportsdiscipliner som en moddiskurs til, hvad mange anser for den overdrevent feminiserede fremstilling af hawaiiansk kultur, ikke kun i turistindustrien, men også blandt dens indfødte udøvere i ikke-turistmæssige sammenhænge.

Litteratur

- Aloha Tower Marketplace.
n.d. Brochure.
- Blanding, Don
1930 Hula Moons. New York: Dodd, Mead Co.
- Culler, Jonathan
1988 Framing the Sign. Criticism and Its Institutions. Oxford: Basil Blackwell Ltd.
- Hall, Colin M. & Stephen Page
1996 Introduction. I: Tourism in the Pacific. Issues and Cases. Boston: International Business Press.
- Harbors Division. Department of Transportation. History of Hawaii's Harbors
2004 <http://www.state.hi.us/dot/harbors/oahu/history>. (16.marts, 2004).
- Hawaii Tribune-Herald
2004 Cruise visitors numbers declined. 23. februar 2004. A1.
- Honolulu Population and Demographics
2004 <http://honolulu.areaconnect.com> (14. maj 2004)
- Live Aloha
2004 <http://www.ealoha.com/livaloha.htm> (15 maj, 2004).
- Minerbi, Luciano
1996 Hawaii. I: C. Hall & S. Page (eds.): Tourism in the Pacific. Issues and Cases. Boston: International Business Press.
- Naipaul, V.S.
1995 The Mimic Men. A Novel. New York: Vintage International.

- Osman Realty
2004 <http://www.osman1.com/h-hunt>. (17. maj 2004).
- Pukui, Mary Kawena & Samuel Elbert
1986 Hawaiian Dictionary. Revised and Enlarged Edition. Honolulu: University of Hawaii Press.
- Said, Edward W.
1993 Culture and Imperialism. New York: Vintage Books.
- Trask, Haunani-Kay
1993 From a Native Daughter. Colonialism and Sovereignty in Hawaii. Monroe, Maine: Common Courage Press.
- Urry, John.
2002 The Tourist Gaze. London: Sage Publications. 2nd ed.
- Wilson, Rob & Wimal Dissayanake
1996 Global/Local. Cultural Production and the Transnational Imaginary. Durham and London: Duke University Press.

