

In deze rubriek komen onderzoekers aan het woord over participerende observatie. Zij doen verslag van hun eigen ervaringen en inzichten en volgen daarbij het spoor dat antropoloog Bronislaw Malinowski begin vorige eeuw uitzette. Geïnteresseerden kunnen contact opnemen met Joost Beuving: j.beuving@maw.ru.nl.

Veldwerk en mobiele telefoons op het Victoriameer, Uganda*

Joost Beuving**

Inleiding

Dit artikel gaat over antropologisch veldwerk in het tijdperk van de mobiele telefoon. Voor veel antropologen heeft de mobiele telefoon een dubbele betekenis: het is een nieuw onderzoeks domein én een nieuw onderzoeksinstrument. Dit artikel levert aan de discussie daarover een bijdrage met de bespreking van recent veldwerk op het Victoriameer in Uganda, Oost-Afrika. Dat veldwerk is gesitueerd in de export van nijlbaars (ook wel victoriabaars genoemd), een commerciële vissoort die door kleinschalige, ambachtelijke vissers gevangen wordt op het meer. Deze export is nieuw en heeft een zeer snelle ontwikkeling gekend met grote maatschappelijke gevolgen voor de regio.

Visser, vishandelaren en andere economische actoren die zich rond of op het meer bevinden, maken veelvuldig gebruik van mobiele telefoons. Mede door groeiende import uit Dubai zijn de prijzen van de apparaten de afgelopen jaren sterk gedaald. Daardoor zijn ze binnen bereik van grote groepen 'gewone' Afrikanen gekomen. Daarnaast hebben de Afrikaanse overheden van de landen rond het meer concessies uitgegeven aan bedrijven om een netwerk van zendmasten neer te zetten. De dekking van het mobiele netwerk buiten de steden (waar al jaren mobiel gebeld kan worden) is daardoor sterk verbeterd. Zo is mobiel bellen en gebeld worden een nieuw en belangrijk aspect geworden van het sociale leven rondom het Victoriameer.

En dat geldt ook voor de veldwerker. Door de mobiele telefoon is het bijvoorbeeld mogelijk om met vissers die ver weg zijn op het meer *live* te praten over hun hui-

* Een eerdere versie van dit artikel is gepresenteerd op het symposium Veldwerk: variatie en verandering in kwalitatief onderzoek, Radboud Universiteit Nijmegen, november 2013. Veldwerk voor dit artikel is gesponsord door de Wenner-Gren Foundation of Anthropological Research en besloeg circa twaalf maanden in de periode 2006-2011. Fred Wester en Tessel Jonquière worden bedankt voor hun waardevolle suggesties.

** Dr. Joost Beuving is als docent en onderzoeker verbonden aan de afdeling Culturele Antropologie en Ontwikkelings sociologie (CAOS) van de Radboud Universiteit Nijmegen. E-mail: j.beuving@maw.ru.nl.

dige vistrip en over allerlei andere aspecten van de visserij – voorheen een onmogelijkheid. En de mobiel biedt nieuwe mogelijkheden voor de registratie van informatie. Om deze nieuwe ontwikkelingen verder in kaart te brengen volgt eerst een korte contextbeschrijving: de nijlbaarsvisserij op het Victoriameer. Vervolgens worden enkele gevolgen van de introductie van de mobiele telefoon op het sociaaleconomische leven rond het meer besproken. Tot besluit volgen enkele opmerkingen over de gevolgen hiervan voor antropologisch veldwerk.

De nijlbaarsketen: visserij en exporthandel

In de jaren negentig is er, schijnbaar uit het niets, in korte tijd een overzeese export van nijlbaars ontstaan vanaf het Victoriameer. Deze snelle groei is onder andere het gevolg van (1) economische hervormingen in de landen rond het meer, (2) de sterk gestegen wereldwijde vraag naar dierlijke eiwitten en (3) de visquota in Europese wateren ter bescherming van de eigen visstand (Dijkstra & Van Donge, 2001). De nijlbaarsexport is georganiseerd in een complexe keten, waarbij lokale vissers en handelaren, visverwerkers, Europese importeurs (het Nederlandse bedrijf ANOVA uit Den Bosch is wereldmarktleider) en westerse supermarkten aan elkaar verbonden zijn. De nijlbaars is sinds een paar jaar prominent aanwezig in het visvak van de supermarkt, en concurreert daar met andere tropische exportvis, zoals tilapia en panga.

De groeiende vraag naar de nijlbaars heeft grote aantallen nieuwe spelers aange trokken. Dit zijn vooral jonge Afrikaanse mannen en vrouwen uit de regio, die hun geld proberen te verdienen met deze nieuwe economische bedrijvigheid, als vissers of vishandelaren. Cijfers variëren per instantie, maar zelfs conservatieve schattingen suggereren dat meer dan een miljoen Afrikanen sindsdien naar het Victoriameer zijn getrokken. Op papier is dit een groot economisch succes – in Uganda genereert de export van nijlbaars bijvoorbeeld meer waarde dan koffie, vanouds de exportmotor van de Ugandese economie. In de praktijk is het beeld meer geschakeerd, en voor velen blijkt een leven in de vis ongewis. Er zijn dagen dat de vangsten groot zijn en er veel geld wordt verdiend. Maar er komen ook regelmatig dagen, en zelfs weken, zonder noemenswaardige vangsten voor.

De meeste vissers wonen in dorpen rond het meer en op eilanden in het meer. Die nederzettingen zijn nieuw en ze zijn ontstaan in het kielzog van de nijlbaarsboom. Deze dorpen zijn etnisch zeer divers en worden bevolkt door migranten, die ook nog eens regelmatig van plek wisselen. Er is dus sprake van een tamelijk vluchtige sociale wereld, waarin tijdelijke sociale relaties overheersen en mensen elkaar snel uit het oog verliezen. Dat de mobiele telefoon snel werd omarmd, is daarom geen verrassing: het stelt gewone Afrikanen in staat om een uitgebreid sociaal netwerk te onderhouden, dat de dorpen rond het meer, de eilanden in het meer en de steden en dorpen landinwaarts met elkaar verbindt.

Mobiele telefoons rond het Victoriameer

De introductie en verspreiding van de mobiele telefoon rond het Victoriameer heeft ingrijpende gevolgen gehad voor de organisatie van de nijlbaarssector, voor de economie van de visserij en handel, en voor sociale relaties.

Organisatie

Mobiele telefoons spelen een rol in de groeiende integratie van de nijlbaarsketen: visserij – handel – verwerking. In het begin was de keten sterk gesegmenteerd en dat gaf ruimte aan tussenpersonen. Door de mobiele telefoon lijkt hun rol uitge-speeld. In toenemende mate coördineren visverwerkende fabrieken de aanvoer van verse vis rechtstreeks met de vissers door gebruik van de mobiele telefoon. Geld speelt daarbij een speciale rol: fabrieken verstrekken kredieten aan vissers en handelaren om dezen aan zich te binden; de verrekening hiervan vindt steeds meer met de mobiele telefoon plaats.

Ook op het meer zijn er gevolgen. Het zich uitbreidende mobiele netwerk heeft geleid tot een groei van gsm-masten rond het meer. Deze masten hebben een lamp in de top (een standaarduitrusting in verband met veiligheidsvoorschriften), waardoor zij tot ver op het meer te zien zijn. Vissers hebben geleerd daarop te navigeren. Een gps hebben ze niet en de rondom schijnende lampen zijn dan ook een welkom hulpmiddel voor hun ruimtelijke oriëntatie. De vissers kunnen hierdoor verder buitengaats gaan en langer in het donker doorvissen.

Economie

Mobiele telefoons verruimen mogelijkheden voor het verdienen van geld. De telefoons worden met kaartjes voorzien van beltegoed, en in de vissersdorpen rond het meer zie je tegenwoordig overal winkeltjes die in beltegoed gespecialiseerd zijn. Daarnaast is er een levendige industrie ontstaan van reparateurs van mobiel-tjes (er valt er nogal eens eentje in het water) en opladers van lege batterijen (een groeiend probleem: veel vissers zitten dagen op het meer en dan is de batterij wel leeg).

Daartegenover staat dat mobiel bellen een extra kostenpost is geworden. Het leven in de vissersdorpen is sterk gemonetariseerd en daarmee duur; het is niet ongebruikelijk dat vissers al hun inkomsten besteden aan het dagelijks levens-onderhoud (Beuving, 2010). De kosten van het mobiel bellen komen daar nog bovenop. Er zijn daarom veel meer mobieltjes in omloop dan dat er gebruikt worden om te bellen, en er wordt steen en been geklaagd over de dure beltegoedkaartjes.

Ten slotte is het sinds kort mogelijk om te betalen met de mobiele telefoon: *MobileMoney*. Vissersdorpen zijn meestal afgelegen plekken waar geen banken aanwezig zijn, en *MobileMoney* betekent dus in principe een verruiming van kredietmogelijkheden. Daar wordt evenwel nog steeds maar aarzelend gebruik van gemaakt: voor krediet is vertrouwen nodig en in de vluchtige sociale wereld van de nijlbaarsvisserij komt dat vaak maar moeizaam tot stand.

Sociale relaties

Door die vluchtigheid gaan de eigenaren van de boten waarmee gevist wordt het liefst mee met hun bemanningen: op die manier voorkomen ze dat een deel van de vis onrechtmatig verdwijnt (Beuving, 2013). De mobiele telefoon lost dit probleem van supervisie deels op, omdat die eigenaars een beter beeld geeft van waar zijn boten uithangen. Bemanningen hebben daar echter een simpele oplossing voor: ze zetten de mobiel doelbewust uit onder het mom van een wegvallende verbinding. Met het verbeteren van de dekking van het mobiele netwerk is dat overigens een steeds problematischer excuus.

De betekenis van het bezitten van een mobiel gaat echter verder: de apparaten zijn een belangrijke bron van prestige. Het eerste dat een succesvolle kapitein doet, bijvoorbeeld na terugkeer met een grote vangst, is een mobiel kopen of, als deze verpand is (en dat gebeurt nogal eens), deze bij de pandjesbaas ophalen. Zakelijk succes is steeds meer verbonden geraakt met het kunnen tonen van een mobiel. Het allerbeste is om meerdere telefoons voor verschillende netwerken te hebben – overigens ook een verklaring waarom mobieltjes die meer simkaarten tegelijk gebruiken niet erg populair zijn.

Ten slotte vormen de mobieltjes een nieuwe bron van vermaak. Op de telefoons wordt naar muziek geluisterd en naar filmpjes gekeken; daarmee vormen ze een steeds bepalender middelpunt van het sociale leven op en rond het meer.

Veldwerk en mobiele telefoons

De mobiele telefoon lijkt in eerste instantie vrijwel uitsluitend voordelen te bieden voor antropologisch veldwerk.

Allereerst zijn de kaartjes waarmee beltegoed wordt gekocht een nieuwe bron van (onmisbare) cadeautjes voor informanten. Een standaardeenheid is 5.000 shilling (€ 1,50), goed voor ongeveer een halfuur bellen. Met name de vissers met wie het minder goed ging, maar die dringend moesten bellen, waren daar vaak blij mee. Ook leende ik mijn mobiel geregeld en graag uit: het verschaft goodwill, gaf inzicht in de aard van het sociale netwerk van iemand, en het leverde een interessant gespreksonderwerp op.

Daarnaast gaf het mobieltje nieuwe mogelijkheden om contacten op te sporen. In de wereld van de visserij in Uganda zijn bijnamen schering en inslag, en als mensen migreren van het ene dorp naar het andere – en dat doen ze nogal eens – dan ontstaan er vaak nieuwe bijnamen. Een bijnaam is dus geen stabiele informatie voor het opbouwen van een historisch beeld – belangrijk bijvoorbeeld in onderzoek naar levensgeschiedenissen. De meeste mobiele telefoons hebben een ingebouwde camera en daarmee is het gemakkelijk om een foto van een persoon te maken en die elders te tonen: ‘Is dit de persoon over wie we het hebben?’

Ten slotte geeft de mobiel nieuwe mogelijkheden voor in-vivoregistratie. Tijdens het veldwerk ontwikkelde ik een methode om in een soort steno een gesprek in te typen, daarbij gebruik makend van de sms-functie van de mobiel. Het lijkt vreemd om tijdens een gesprek met een mobiel in de weer te zijn, maar niemand keek ervan op: de meeste mensen met wie werd gesproken, deden dat zelf namelijk

ook. De aldus vrijwel ongemerkt gemaakte aantekeningen werden 's avonds uitgewerkt tot fieldnotes, die de grondslag van de analyse vormden.

Problematische aspecten zijn er echter ook. Allereerst leidt het gebruik van mobiele telefoons tot een privatisering van sociale relaties. Het kapitaal van de antropoloog bestaat onder andere uit het verkrijgen van inzicht in het patroon van sociale relaties in een samenleving. Op die manier ontstaat een relationeel beeld van actoren, en zo denken antropologen het reilen en zeilen van samenlevingen beter te begrijpen. In traditionele dorpsstudies was dat een kwestie van rondhangen en kijken wie met wie omgaat. Maar met een mobiele telefoon gaat dat veel minder gemakkelijk. Met mobiel bellen wordt iemands netwerk van sociale relaties veel minder publiek inzichtelijk. Het is voor omstanders vaak niet duidelijk met wie er gebeld wordt, en het wordt meestal als ongepast gezien om daar direct naar te vragen. In de praktijk van het veldwerk betekent dit dat men mensen veel beter moet kennen voordat een volledig beeld ontwikkeld kan worden van het netwerk van hun sociale relaties.

Een tweede uitdaging is dat het gebruik van mobiele telefoons nieuwe mogelijkheden verschaft voor *strategic presentation of the self* (Goffman, 1990), in het bijzonder voor bedrog en verdraaiing. Als ik met een bemanning aan boord op het meer verkeerde en zij gebeld werden met de vraag waar ze waren (bijvoorbeeld door een ongeruste booteigenaar), gaven ze meer dan eens een heel andere locatie door dan waar we werkelijk waren. Daarnaast gebeurde het geregeld dat mensen deden alsof ze iemand anders waren, wat gezien de altijd nog beperkte kwaliteit van Uganda's mobiele netwerk, zeker in afgelegen gebieden, gemakkelijk gaat. Om tot deze *presentations* door te dringen is het dus zaak dat de antropoloog vertrouwd raakt met de nieuwe sociale spelregels en mogelijkheden van de mobiele telefoon. Tot slot creëert de mobiele telefoon nieuwe vormen van uitsluiting, te weten mensen zonder mobiele telefoon. Systematische cijfers hierover bestaan niet, maar de indruk is dat het om een aanzienlijke groep gaat. Dat introduceert een mogelijke nieuwe bias. De antropoloog, gewend als hij/zij is om zelf contacten met een mobiel te onderhouden, ziet mensen zonder mobiel gemakkelijk over het hoofd. Net zoals er vroeger sprake was van 'langs de weg'-veldwerk, moet er daarom nu gewaakt worden voor eenzijdigheid door sampling van mensen die onderdeel zijn van een mobiel netwerk (Horst & Miller, 2006).

Tot besluit

De mobiele telefoon speelt een steeds belangrijkere rol in het sociale leven, rond het Victoriameer in Uganda, maar uiteraard ook elders. Dat stelt nieuwe eisen aan antropologisch onderzoek. Het zichtbaar maken van steeds onzichtbaardere, mobiele sociale netwerken lijkt een eerste vereiste daarin. Verder is het zaak om vanuit deze mobiele netwerken naar actoren te kijken: locatie is niet langer een vanzelfsprekendheid in antropologisch veldwerk. Daarbij moet er voortdurend aandacht worden besteed aan de vraag wie er binnen en buiten deze netwerken staan. De mobiele telefoon als onderzoeksinstrument biedt nieuwe mogelijkhe-

den voor de visualisatie van mobiele netwerken, en kan daarmee een sleutelpositie krijgen in het ambacht van antropologisch veldwerk.

Literatuur

- Beuving, J. (2010). Playing pool along the shores of Lake Victoria. Fishermen, careers and capital accumulation in the Ugandan Nile perch business. *Africa*, 80(2), 224-248.
- Beuving, J. (2013). Chequered fortunes in global exports: the sociogenesis of African entrepreneurship in the Nile perch business at Lake Victoria, Uganda. *European Journal of Development Research*, 25(4), 501-517.
- Dijkstra, G. & Donge, J.-K. van (2001). What does the 'show case' show? Evidence of and lessons from adjustment in Uganda. *World Development*, 29(5), 841-863.
- Goffman, E. (1990). *The presentation of self in everyday life*. Harmondsworth: Penguin.
- Horst, H. & Miller, D. (2006). *The cell phone. An anthropology of communication*. Oxford/New York: Berg.