

Wereldtentoonstellingen en het World Wide Web

Een historische vergelijking

Kom toch binnen

In dit artikel stel ik een historische vergelijking voor tussen enerzijds het *World Wide Web* waar computergebruikers met een internetaansluiting informatie, vermaak, handel en communicatie kunnen vinden en anderzijds de wereldtentoonstellingen zoals zij in de tweede helft van de negentiende eeuw werden georganiseerd.¹ Een dergelijke vergelijking kan nieuwe vragen opleveren voor de bestudering van processen van in- en uitsluiting en de rol van de media daarin. Ook verschaft zo'n vergelijking beter inzicht in de historische en de contemporaine wisselwerking tussen externe democratisering (wie kan deelnemen?) en interne democratisering (welke gezagsverhoudingen bepalen de communicatie binnen een medium?). Ik beschouw zowel het wereldwijde web als een wereldtentoonstelling als een medium dat specifieke gevolgen heeft voor de manier waarop communicatie vorm krijgt. In beide media is sprake van een combinatie van openbare ruimte en commerciële exploitatie en van vermenging van politieke en consumptieve oogmerken. Aandacht voor de manier waarop die twee dimensies elkaar beïnvloeden, kan van groot belang zijn voor onderzoek naar de effecten van nieuwe media.

Vrouwenstudies houden zich bezig met processen van in- en uitsluiting. Uitsluiting kan op formele gronden plaatsvinden, bijvoorbeeld door ontzegging van politieke, civiele en sociale rechten op grond van sekse of etni-

citeit. Zij kan ook vorm krijgen in culturele praktijken. Dan brengt uitsluiting geseksueerde en geracialiseerde representatie tot stand, bijvoorbeeld door vrouwen af te beelden als een lustobject voor de mannelijke kijker, of niet-westerse mannen en vrouwen als onderzoeksubjecten voor witte antropologen. De formele uitsluiting speelt zich af in de openbare sfeer. Zij krijgt gestalte in politieke en juridische systemen waarin sociale rechten worden vastgelegd in overheidsbeleid en is voorwerp van publiek politiek debat. Culturele praktijken zijn in mindere mate vatbaar voor kritiek die in een politieke discussie wordt geformuleerd. Bepaalde vormen van cultuur worden weliswaar gesubsidieerd dan wel verboden door overheden, en zijn als zodanig voorwerp van publiek debat ('geen subsidie voor pornografie'). Maar over het algemeen worden culturele praktijken tot het domein van individuele consumptiekeuzes gerekend ('dan kijk je toch gewoon niet').² Je zou de twee vormen van uitsluiting ook externe en interne uitsluiting kunnen noemen. In de eerste wordt bepaald wie er mee mag doen (selectie aan de poort), in de tweede gaat het om hiërarchie binnen het representatiesysteem.

Genderstudies hebben een sterke traditie van bestudering van de samenhang tussen de openbare en de privé-sfeer. Binnen de openbare sfeer ging de aandacht echter vooral uit naar het publieke domein. Zo werd de geschiedenis van het feminisme in verschillende landen

beschreven als de strijd voor het verkrijgen van burgerlijke en sociale rechten voor vrouwen. Voor de wisselwerking tussen publieke en commerciële onderdelen van de openbare sfeer was binnen genderstudies tot voor kort veel minder aandacht.³ Voor goed onderzoek naar de wisselwerking tussen de twee domeinen is interdisciplinariteit een vereiste. Sociaal-wetenschappelijk en cultuurwetenschappelijk onderzoek moeten elkaar immers aanvullen om het domein van de politiek en het domein van de culturele consumptie in hun onderlinge samenhang te begrijpen. De verhouding tussen het politieke en het commerciële domein is volgens mij één van de kernproblemen bij een feministische analyse van nieuwe media. Het is een concreet probleem: welke verhoudingen bepalen waarvoor mensen ICT kunnen gebruiken? Zal het een overwegend commerciële of een overwegend publieke ruimte worden? En wie zal de grenzen tussen die domeinen bewaken? Daarnaast is het een metaprobleem: welk vocabulaire gebruiken onderzoekers van sekse en etniciteit wanneer zij de betekenis en de implicaties van digitalisering onderzoeken? Benoemen we deelname aan commerciële vormen van cultuur en communicatie, zoals mobiele telefonie en *games*, als een vorm van maatschappelijke emancipatie of als verzet (Jenkins, 1992)? Of is, omgekeerd, digitaal burgerschap een vorm van consumptie?

De historische vergelijking met wereldtentoonstellingen stelt mij in staat vragen te formuleren over de manier waarop politieke en consumptieve dimensies bewust werden gecombineerd. Op de wereldtentoonstellingen vulden politieke doelstellingen (popularisering van imperialisme, opvoeding van inwoners tot nationale burgers), commerciële oogmerken (winst maken door middel van eten, drinken en vermaak), en educatieve bedoelingen (burgers op de hoogte brengen van nieuwe technologische ontwikkelingen, kennis over de wereld verspreiden) elkaar aan (Rydell, 1984; Greenhalgh, 1989; Grever & Waaldijk, 1998).



BARNUM EN BAILEY VERZORGDE SHOWS ONDER ANDERE OP WERELDTENTOONSTELLINGEN

Wereldtentoonstellingen waren omheinde ruimtes waarbinnen werd geëxperimenteerd met nieuwe vormen van representatie. Daarom is het mogelijk de externe uitsluiting in verband te brengen met de hiërarchie die binnen de toegangshekken tot stand kwam. Die wisselwerking wil ik vergelijken met de manier waarop digitale informatie en communicatietechnologie mensen insluit en uitsluit, aanspreekt en doodzwijgt, vrijlaat en aanstuurt. Voordat ik daarop inga wil ik een paar opmerkingen maken over historische vergelijkingen in het onderzoek naar nieuwe media.

Historische vergelijkingen

Beschrijving en analyse van een nieuw medium kunnen niet zonder de vergelijking met oude media. Contrasten, overeenkomsten, ontleningen en imitaties bepalen hoe een nieuw medium betekenis krijgt. Nieuwe uitvindingen verwijzen in hun vormgeving naar hun voorgangers: de eerste auto's leken op koetsen, bioscopen hangen een gordijn voor het scherm. Walter

Benjamin beschrijft in *Passagen-Werk* hoe het gebruik van plaatglas en gietijzer aanvankelijk beperkt bleef tot het imiteren van bouwstijlen die met hout en baksteen mogelijk waren (Buck-Morris, 1999, pp. 126-129). Nieuwe media hebben een verwijzing nodig naar oude en bekende vormen om begrepen en gebruikt te kunnen worden. Voor digitale communicatie is dit verschijnsel ook duidelijk. Digitale middelen verwijzen naar niet-digitale voorlopers, zoals het plein van de digitale stad, de vulpen van Netscape Composer, de envelopjes voor elektronische post, en de prullenbak om bestanden weg te gooien.

Dit proces van teruggrijpen op historische vergelijkingen of referenties speelt ook een grote rol bij het toekennen van betekenis aan de digitale revolutie. John Barlow (1996), die elke vorm van bemoeienis van de Amerikaanse overheid met de 'nieuwe wereld' van digitale communicatie afwijst, verpakte deze boodschap in een herschrijving van de Amerikaanse Onafhankelijkheidsverklaring voor cyberspace. Hakim Bey (1991) vergelijkt autonome internetgemeenschappen in de jaren negentig met piraten uit de achttiende eeuw. Verschillende studies hebben aangetoond dat dergelijke vergelijkingen geseksueerde en geracialiseerde betekenissen hebben. Richard Barbrook en Andy Cameron (2001) stellen vraagtekens bij de vrijheid en gelijkheid die de 'Founding Fathers' uit *Silicon Valley* zoals Barlow propageren. Zij wijzen op het feit dat de vrijheid die de Amerikaanse revolutionairen propageerden, gebaseerd was op een systeem van slavernij. Metaforen van kolonisatie en *frontier*, nog wijder verbreid dan die van de onafhankelijkheidsstrijd, worden bekritiseerd vanwege hun verheerlijking van eenzame mannelijkheid. Laura Miller (1995) wijst erop dat het beeld van cyberspace als het wilde westen onvermijdelijk leidt tot representatie van vrouwen en kinderen als zwakke wezens die op het internet hun leven niet zeker zijn en die door Gibsons *cybercowboys* beschermd moeten worden (Gibson, 1984). Lisa Nakamura (2000) analyseert het racisme dat verweven is met de beeld-

spraak van digitale ruimte als een onbeschaafd nieuw land.

Meer recentelijk zijn historische vergelijkingen bewust gebruikt om specifieke aspecten van de introductie van nieuwe media te kunnen onderzoeken. Zo zijn vergelijkingen gemaakt met telefoon, de fonograaf, radio, film en tv. Gitelman (1999) beschrijft hoezeer de bedoelingen van de uitvinders van de fonograaf verschillen van die van de gebruikers. Zij concludeert dat ook digitale media zich aan de macht van de uitvinders zullen onttrekken. Vergelijkingen tussen vorm en omvang van overheidssteun bij de introductie van radio, stellen Robert McChesney (1999) in staat de wisselwerking tussen publieke ruimte en commerciële belangen in digitale communicatie te benoemen. Lev Manovich (2002) vergelijkt, in zijn onderzoek naar de manier waarop vanzelfsprekendheden in het vertoog van een medium ontstaan, de opkomst van digitale media met de ontwikkelingen in vroege film. Hij wijst op de snelle en vrijwel ongedocumenteerde manier waarop een bepaalde specifieke filmtaal tussen 1900 en 1920 de enig gangbare vorm van film werd. Manovich roept gebruikers van nieuwe media rond het jaar 2000 op om te onderzoeken welke vanzelfsprekendheden nu dagelijks worden uitgevonden⁴. Vanuit de literatuurwetenschap vergelijkt Marie-Laure Ryan (2001) de manier waarop onderdompeling ('*immersion*') en interactiviteit totstandkomen in klassieke literaire teksten en in computerspellen. Marinka Copier (2000) vergelijkt verhaalstructuren in de vertelde en in de gespeelde geschiedenissen van Lara Croft en Jeanne d'Arc.

Een risico van historische vergelijkingen is dat zij resulteren in een voorspelbare bevestiging van de tegenstelling tussen 'nieuw' en 'oud'. Volgens mij zijn historische vergelijkingen alleen nuttig wanneer ze nieuwe vragen over het nieuwe medium mogelijk maken en tegelijkertijd ook nieuwe vragen over het oude medium opleveren. Anders is historisch onderzoek niet meer dan één van de toeleveringsdrijven voor *cultural studies*. Er wordt op het verleden dan een statische eenduidigheid

geprojecteerd die *cultural studies* voor contemporaine verschijnselen terecht niet accepteert. Vanuit mijn achtergrond als vrouwenhistorica stel ik dat kennis over verschillende vrouwen in het verleden niet interessant is wanneer ze tijdeloze overeenkomsten tussen vrouwen uit alle tijdperken constateert, en evenmin wanneer ze leidt tot een verhaal van onvermijdelijke vooruitgang of achteruitgang. Historische kennis over sekseverhoudingen is vooral interessant wanneer ze tegelijkertijd nieuwe vragen over sekse in het heden en het verleden stelt. Deze dubbele agenda ligt ten grondslag aan mijn artikel. Het is bedoeld als een aanzet tot meer vergelijkend onderzoek naar de mogelijkheden en beperkingen van nieuwe media in processen van in- en uitsluiting.

De toekomst een nachtmerrie?

De opkomst van digitale media heeft vanaf het prilste begin aanleiding gegeven tot hevige debatten, waarin diametraal tegenover elkaar staande interpretaties werden gegeven. De scholen ten aanzien van het 'emancipatorische' of 'democratische' potentieel van het nieuwe medium zien een *cyberutopia* met onbeperkte participatie van mensen die elders werden uitgesloten. Deze optimisten huldigen democratisering van alle communicatie en de uitholling van traditionele autoriteiten en machtsverhoudingen. Digitale media zullen mensen, en dan in het bijzonder degenen die worden gediscrimineerd op grond van lichamelijke kenmerken als sekse en huidskleur, bevrijden en emanciperen (Lanham, 1993; Barlow, 1996; Landow, 1997). Pessimisten zien daarentegen vormen van verhevigde uitsluiting. Volgens hen versterkt de totstandkoming van het WWW zowel de macht van witte mannen en hun financiële belangen, als de hernieuwde uitsluiting van groepen die op basis van sekse, huidskleur, armoede of seksuele voorkeur altijd al achterbleven (Luke, 2000; Barbrook & Cameron, 2001). Digitale cultuur en communicatie worden enerzijds geprezen als de bakermat van de volledige democratisering en anderzijds ver-

oordeeld als de nieuwste vorm van maatschappelijke tweedeling. Deze analyses worden, het is al vaker gesteld, veelal ontsierd door extreme polarisatie: digitale nachtmerries en wensdromen staan tegenover elkaar.⁵

Dit denken over enen en nullen in een patroon van enen en nullen komt volgens mij deels voort uit vraagstellingen die zich beperken tot één dimensie. Door vast te houden aan een strikt onderscheid tussen politieke, culturele, economische en sociale participatie is het mogelijk de digitale revolutie eenzijdig te interpreteren. Ziekelijk optimisme ontstaat wanneer auteurs zich beperken tot de binnenkant van het medium en de niet-hiërarchische vormen van communicatie die daar mogelijk zijn. Door voorbij te gaan aan het feit dat abjecte vormen van ongelijkheid exponentieel groeien doordat vooral rijke witte mannen en bedrijven internet gebruiken, kunnen zij hun lezers een hemel op aarde beloven (Luke, 2000). Omgekeerd negeren de sombere doemscenario's het feit dat digitale communicatie ook heeft geresulteerd in vormen van gemeenschap en verzet met vérstrekkende gevolgen. De anti/anders-globaliseringsbeweging, maar ook het overleven van de alternatieve muziekscene zou zonder internet veel moeizamer zijn geweest (Sassen, 1999; Franklin, 2001). Van deze twee scenario's bestaan natuurlijk ook varianten die speciaal ingaan op sekse en/of etniciteit. Het enthousiasme over de toename van het percentage vrouwen dat toegang heeft tot computers en internet, wisselt af met sombere voorspellingen over pornografie en digitale vrouwenhandel (Miller, 1995; Green & Adam, 2001). Het ene moment zijn beleidsmakers enthousiast over websites waar Marokkaanse jongeren met elkaar discussiëren, even later worden die sites afgeschilderd als visgrond voor terroristennetwerken (Van Dijk e.a., 2000).

In het algemeen constateer ik dat cyberoptimisten vooral naar de interne werking van het medium kijken, terwijl de digitale nachtmerrie vooral gekleurd wordt door de onge-

lijke toegang tot het medium. Daarom zijn analyses van belang waarin de externe democratisering (wie kan deelnemen?) in verband wordt gebracht met interne democratisering (welke gezagverhoudingen bepalen de communicatie binnen het medium?). Een historische vergelijking met werelddtentoonstellingen, waar, zoals gezegd, deze wisselwerking tussen interne en externe uitsluiting eveneens kan worden bestudeerd, kan bijdragen tot het uitwerken van deze probleemstelling.

In dit artikel richt ik mij op drie velden van overeenkomst tussen het web en werelddtentoonstellingen. Ten eerste bespreek ik wat ik noem de 'geregisseerde onderdompeling' die tot stand komt doordat beelden, teksten en geluiden met bepaalde intenties bij elkaar worden geplaatst. Ten tweede richt ik mij op het feit dat beide media non-lineair zijn: de miljoenen bezoekers hebben een relatieve vrijheid om de volgorde van te bezoeken plaatsen (*sites*) vast te stellen. Ten slotte is er het gegeven dat de bezoekers van beide vormen van representatie zelf deel uitmaken van het spektakel dat zij bezichtigen: zij kijken niet alleen, zij worden ook bekeken; zij luisteren en worden beluisterd; zij volgen digitale sporen en laten zelf digitale sporen na. Zoals een gids in 1901 zei tot een bezoeker van de werelddtentoonstelling: 'Please remember: the moment you enter the gates, you are part of the show'.⁶

Een wereldwijde totaalervaring

Zowel digi-optimisten als digi-pessimisten beschrijven hoe de anonimiteit om over het web te surfen cruciaal is voor de ervaring van cyberspace (Trend, 2001; Weinberger, 2002). Verleiding van de bezoekers speelt een grote rol: aantrekkelijke vormgeving, mooie en fascinerende beelden, prikkelende teksten en interactiviteit creëren 'websites that suck' (Flanders, 2001). Vaak is de mogelijkheid om bezoekers tot betalend gedrag te verleiden de hoofdreden waarom een site in de lucht wordt gehouden. De gratis website worldsex.com, die door ex-LPF-kamerlid Cor Eberhart wordt geëx-

ploiteerd, maakt winst omdat de exploitant een percentage ontvangt van de bezoekers die vanaf hier naar een betaalsite doorklikken. Door telkens nieuwe combinaties te introduceren, vervagen de grenzen tussen communicatie, vermaak, handel en informatie: reclame op informatiesites, informatie op spelsites, spelletjes op informatieve pagina's. Deze vermenigvuldiging zou in het leven aan deze zijde van het beeldscherm ondenkbaar zijn. Glorianna Davenport en Brian Bradley (1997) vergelijken het World Wide Web met een pretpark: 'browsing, "grazing", and the delight of an accidental encounter were the rule rather than the exception'. De bezoeker is omgeven door attracties, die de verschillende aspecten van de beperkende dagelijkse werkelijkheid van lichaam en sociale verhoudingen tijdelijk doen vergeten. In de achtbaan vergeet zij de zwaartekracht; in de gokhallen de noodzaak om te werken voor je geld; in de Efteling geloof je even in kabouters. De bezoeker gedraagt zich telkens anders. Het gevoel door een vreemde wereld te navigeren wordt in *games* geperfectioneerd. Maar ook bij het 'gewone' websurfen op zoek naar informatie, een product of vermaak speelt het binnengaan van andere omgevingen een grote rol.

Volgens sommigen leidt deze ervaring tot andere vormen van zelfbesef. Het internetten-de subject is niet langer eenduidig, coherent en stabiel als zijn klassieke voorganger, maar wisselend, vloeiend en rizomatisch (Plant, 1998; Braidotti, 2002). Gezien het belang dat feministische kritiek hecht aan de seks- en etnische kenmerken van het klassieke burgerlijke subject (een positie die traditioneel alleen voor witte mannen was weggelegd), is het begrijpelijk dat velen zich nu hoopvol afvragen of de digitale representatie misschien ook een einde zal maken aan oude vormen van culturele uitsluiting. De optimistische versie luidt dat digitale communicatie mensen in staat stelt buiten en voorbij bestaande belemmeringen te functioneren en nieuwe identiteiten aan te nemen (Landow, 1997).

De kritiek op de verheerlijking van het onbekommerd rondsurfen is bekend. Critici beschrijven hoe iets dat vrij vermaak, efficiënt informatie verzamelen of moeiteloos kopen lijkt, in feite gaat om de winstjacht van bedrijven, die opnieuw een dimensie van het menselijk bestaan hebben gevonden om commercieel te exploiteren (Luke, 2000). Een gevolg hiervan is de uitholling van bepaalde en vaststaande identiteiten. Schijnburgerschap in een *on line* spelgemeenschap zou werkelijke politieke participatie vervangen. Turkle (1995) beschrijft *gamers* als mensen die in het echt niet stemmen, waarmee zij het beeld van de politiek verantwoordelijke burger als norm stelt voor subjectiviteit. De literatuurwetenschapper Miall (1999) noemt het oppervlakkige gebruik dat studenten maken van digitale leeromgevingen en hypertext. Volgens hem leren studenten letterkunde beter navigeren dan lezen.

Of het einde van de enkelvoudige en eenduidige identiteit nu wordt toegejuicht als gewenste transformatie, of gediskwalificeerd als een manier om oppervlakkige consumenten te kweken, het is nog maar de vraag of dit proces een vaststaand gevolg van de constructie van digitale werelden is. Daarom lijkt het mij nuttig te vragen of onderdompeling in een andere wereld wel altijd leidt tot een vervaging van de grenzen van het zelf. Met deze vragen sluit ik aan bij Saskia Sassen (1999), die stelt dat het web weliswaar mogelijkheden biedt voor alternatieven voor traditionele identiteiten, maar dat de realisering van die mogelijkheid nooit automatisch of zonder inspanning plaatsheeft (zie ook Mitchell, 1999).

Het antwoord op de vraag onder welke voorwaarden in *cyberspace* een alternatief, minder stabiel en minder eenduidig 'zelf' ontstaat, en welke gevolgen dat zou hebben voor de manier waarop sekse, etniciteit en subjectiviteit zijn gekoppeld, is niet eenvoudig te geven. Het is op dit punt dat ik een lans wil breken voor de vergelijking met de ervaring van het bezoek aan wereldtentoonstellingen rond 1900. Ook daar konden bezoekers zich

immers verliezen in vele verschillende werelden, in 'virtueel' reizen. Net als de surfer die van website naar website klikt, en zich op diverse plaatsen verschillende identiteiten aanmeet zoals klant, informatiezoeker, of deelnemer aan een politieke discussie, veranderde ook het gedrag van de bezoeker van een wereldtentoonstelling van paviljoen tot paviljoen. Soms was hij een leerling die werd onderwezen over de wereld, soms de klant van een ondeugende show, soms een koloniale bestuurder die zich inleefde in imperialistische machtsverhoudingen.

Wereldtentoonstellingen construeerden, net als het *web*, totaalervaringen. Bezoekers konden zich verliezen in beelden, geluiden en informatie. De eerste wereldtentoonstelling werd gehouden in 1851 in Londen. Het initiatief daar toe kwam van prins Albert, echtgenoot van koningin Victoria. Miljoenen bezoekers kwamen naar het glazen paleis waar de macht en glorie van het Britse imperium werd gevierd (Hobsbawn, 1987). Frankrijk, dat een lange traditie van nationale nijverheidstentoonstellingen kende, bleef niet achter (Parijs 1855, 1867, 1889, 1900). De Verenigde Staten (1876, 1893) en Wenen (1871) volgden. De laatste decennia van de negentiende eeuw zagen een onafzienbare rij van internationale en koloniale tentoonstellingen (Rydell, 1984; Gudehus, 1992). Na de Eerste Wereldoorlog nam de frequentie, maar niet de omvang van deze gebeurtenissen af.

Miljoenen mensen bezochten deze gelegenheden. Een vast patroon ontwikkelde zich al snel in de vormgeving. In het centrale gedeelte exposeerden verschillende landen, waarbij systematisch aandacht werd besteed aan grondstoffen, industrie, (kunst-)nijverheid, kunst en sociale verhoudingen. Het oogmerk was het vergroten van internationaal aanzien en status. Organiserende landen lieten grote bouwprojecten en infrastructuur aanleggen. De Eiffeltoren is het beroemdste voorbeeld, maar nog steeds zijn in Chicago, Barcelona en Wenen de restanten van de gebouwen en de terreinen van de wereldten-

toonstellingen aan te treffen. De ondernemingen waren vaak *joint ventures* van nationale overheden en bedrijven. De firma Krupp toonde haar nieuwste kanonnen; Edison toonde de mogelijkheden van electriciteit; het nieuwe medium film werd bekendgemaakt aan het grote publiek (Grever & Waaldijk, 1998).

Hoewel bezoekers flinke toegangsprijzen betaalden, waren de werelddtentoonstellingen nooit een succes geworden wanneer ze beperkt waren gebleven tot de serieuze propaganda van naties en bedrijven. De vermaaksindustrie die in de marges van de tentoonstellingen ontstond, was in economische opzicht al snel de kurk waarop werelddtentoonstellingen dreven. De exploitatie van restaurants, cafés en een keur aan attracties, zoals muziek, dans- en theatervoorstellingen (de *Wild West Shows* van Buffalo Bill, de shows van Barnum & Bailey), en kermistoestellen (de achtbaan, het reuzenrad), bracht de organisatoren veel geld op (de Cauter, 1993; Kasson, 2000). Voor de bezoekers vormden zij vaak de hoofdmoot van de tentoonstellingservaring (Greenhalgh, 1989). De begeleidende attracties zorgden voor een variatie van zintuiglijke ervaringen die het effect van het betreden van nieuwe werelden versterkte: de bezoeker rook, voelde, proefde en hoorde vreemde geluiden. De bezoeker ging onder in een andere wereld, die in traditionele zin een aparte ruimte was. Men moest reizen om er te komen en passeerde het draaihek om binnen te geraken.

Tegelijkertijd was het bezoek aan de werelddtentoonstelling een virtueel bezoek aan een ander deel van de wereld. Timothy Mitchell (1989) beschrijft de moeite die vormgevers zich troostten om bezoekers het gevoel te geven dat zij in Egypte waren, terwijl ze in Parijs liepen. Zelfs de verf die de huisjes van het Egyptische straatje kleurde was kunstmatig aan het bladde- ren gebracht. Annie Coombes (1987) laat zien dat het gevoel zelf te verdwalen in een onbekende jungle, werd gebruikt om bij Britse arbeiders het imperialistische idee van de 'white men's burden' aan de man te brengen.

Dergelijke constatering maken duidelijk dat de ervaringen van de bezoekers waren geregisseerd. De exposities en de attracties die samen de werelddtentoonstellingen vormden, waren bewust ontworpen. Voor de bezoekers was dit duidelijk: zij zagen de achterkant van het decor en zij lazen folders en boekjes met informatie over het gerepresenteerde land. Daarmee werd het onderscheid tussen representatie en het gerepresenteerde bevestigd. In zijn briljante en mijns inziens onovertroffen analyse van koloniale tentoonstellingen wijst Mitchell er op dat deze vorm van representatie weliswaar een complete onderdompeling teweegbrengt, maar dat tegelijkertijd een strikte scheiding tussen tentoonstelling en bezoeker werd gemaakt: 'the more the exhibit drew in and encircled the visitor, the more the gaze was set apart from it, as mind (in our Cartesian imagery) is said to be apart from the material world' (2000, p. 301). Westerse bezoekers werden volgens Mitchell als het ware getraind om met een koloniale blik naar de wereld te kijken. Zij leerden de wereld te bekijken als een verzameling representaties waar zij afstand van konden nemen.

De studie van Mitchell is binnen het onderzoek naar werelddtentoonstellingen vernieuwend. Hij vestigde namelijk niet alleen de aandacht op de verwarrende veelheid aan nieuwe indrukken die de bezoeker opdeed, maar hij toonde aan dat de gevoelens van verwarring paradoxaal genoeg ook bijdroegen aan een versterkt besef van distantie en controle bij de bezoekers. Juist hun vermogen om telkens te weten wat echt is en wat gespeeld, bevestigden hen volgens Mitchell in hun 'cartesiaanse oordeelsvermogen' en de almachtsfantasie van westers imperialisme. Het vermogen om dit onderscheid te kunnen maken, bevestigde de westerse bezoekers in hun superieure identiteit. Zij leerden op tentoonstellingen de hele wereld als een representatie te zien, en zij waanden zich in staat beter dan anderen te kunnen begrijpen wat werd gerepresenteerd. Bezoekers van werelddtentoonstellingen gaan

volgens Mitchell dus niet helemaal op in de representatie; hun onderdompeling gaat gepaard met kritische distantie. Het onderscheid tussen representatie en het gerepresenteerde rijmt met het onderscheid tussen de bezoeker en de tentoonstelling.

Laat ik nu Mitchells stelling comparatief toepassen op de digitale ruimte van het WWW. Dat leidt dan tot de vraag of internetbezoekers de sites ook met een meervoud van losse identiteiten beleven en daarin compleet onderduiken, of dat juist het vermogen om telkens over te stappen van de ene naar de andere site en naar een bijpassende rol het gevoel van controle en eenheid bevestigt. In andere woorden, treedt het gevoel van onderdompeling vooral op wanneer het medium voor de *surfer* onzichtbaar wordt? Of is onderdompeling juist mogelijk wanneer de representatie van de geconstrueerde virtuele wereld zichtbaar wordt? In het eerste geval zou de surfer zijn 'capabele ik' achter het toetsenbord vergeten. In het tweede geval zou het rondzwerven langs sites juist een versterking van de almachtsfantasie van het subject tot gevolg hebben.

Mitchell besteedt geen aandacht aan de sekse van het subject, maar wel aan zijn westerse etniciteit. Zijn bevindingen suggereren dat de subjectpositie die in wereldtentoonstellingen door middel van snel wisselende perspectieven tot stand komt het westerse koloniale zelfbesef versterkt: alleen de westering zou in staat zijn de wereldwijde diversiteit te begrijpen. In dit verband wil ik verwijzen naar de vergelijking met het 'zichzelf vergeten', dat volgens literatuurwetenschapster Ryan (2001) optreedt bij het lezen van literaire teksten. Zij vergelijkt de vertelstrategieën van romans met constructies van virtuele werkelijkheid. Haar argument is dat een lezer zich ook in een tekst kan verliezen wanneer hij zich bewust is van de middelen die de auteur gebruikt. Een detectiveroman is misschien juist spannend wanneer de lezer bewust wordt van de tekstuele strategieën die de auteur gebruikt om aanwijzingen voor de oplossing te

verstoppert. Vanuit die constatering kan men de ervaringen van tentoonstellingsbezoekers en van *websurfers* vergelijken. Veel wijst er op dat tentoonstellingsbezoekers net zo onder de indruk waren van het technisch vernuft dat de exposities mogelijk maakte, als van datgene wat werd gerepresenteerd. Omdat zij naast visuele reconstructies (nagebouwde dorpen, echte kanonnen, *live*-opvoeringen) ook over gedrukte meta-informatie beschikten (folders met toelichting over de opzet van het geheel), sprongen tentoonstellingsbezoekers telkens heen en weer tussen onderdompeling en distantie. Op de koloniale afdelingen, die deels onder serieuze gedeeltes, en deels onder de vermakelijkheden werden gerangschikt, was deze dubbele focus wel heel duidelijk. Bezoekers werden uitgenodigd zich te verliezen in exotische voorstellingen, en konden zich even later een koloniaal ambtenaar voelen die superieur over de kolonie uitkeek. Het perspectief wisselde van wat Marie Louise Pratt (1992) de *contactzone* noemt, en het overzicht van de heerser die zich vorst voelde van 'all-I-can-see' (Mills 1996, 136).

Dit verschijnsel lijkt op de resultaten van onderzoek naar *gamers* waarin wordt geconstateerd dat bij het spelen van een digitaal spel een dubbel bewustzijn bestaat. De speler is binnen het spel een held, ontdekker of stedenbouwer die succes wil hebben, en is zich tegelijkertijd bewust van de strategieën die de ontwerpers hebben gebruikt (Copier, 2000). Voor zover mij bekend, is er nog niet veel onderzoek gedaan naar de ervaring van mensen die op het web informatie verzamelen, of amusement zoeken. Het lijkt mij echter waarschijnlijk dat de combinatie van distantie en participatie daarbij aanwezig is. Volgens Manovich is westerse representatie lang gedomineerd door de metafoer van het scherm ('*screen*') als een raam naar een andere ruimte. Het scherm kent aanvankelijk vanaf de perspectivische schilderkunst van de Renaissance een klassieke statische vorm. Na de uitvinding van film krijgt het scherm een dynamische vorm (Manovich,

2002, pp. 253-255). Met de opkomst van nieuwe media verandert dit radicaal: het scherm is niet langer één raam, maar omvat meerdere 'windows'. Het meervoud van digitale ruimtes brengt een andere, minder dwingende, subjectpositie tot stand: de kijker kan verschillende dingen tegelijk zien. Het onontkoombare 'viewing regime' van film en schilderkunst wordt doorbroken (Manovich, 2002, p. 97).

De historische vergelijking tussen het World Wide Web en wereldtentoonstellingen maakt het mogelijk de wisselwerking tussen onderdompeling en distantie te thematiseren en te verdiepen. Het beeld van bezoekers aan websites wordt dan minder naïef. Zij zijn niet willoos overgeleverd aan de commerciële bedoelingen van internet-ondernemers. Daarmee sluit deze analyse aan bij de kritiek van *cultural studies* op de traditionele (Frankfurter Schule) theorie over de effecten van media. Gebruikers (lezers, kijkers) volgen niet klakkeloos de inhoud die media hen bieden, maar geven daaraan zelf betekenis, waarbij zij zich bewust zijn van de regels van het genre (Liebes, 1995). Toegang tot het web vereist niet alleen hardware en een aansluiting, maar ook kennis van het medium, vaardigheid in het volgen van links, bewustzijn van de mogelijkheden verder te klikken. In zekere zin is dat pakket aan kapitaal, kennis en vaardigheden van webbezoekers te vergelijken met het toegangsbiljet en de gidsjes die de bezoekers van wereldtentoonstellingen nodig hadden, en die hen telkens herinnerden aan het technische vernuft van tentoonstellingsontwerpers. Ik wil betogen dat in beide gevallen de entreevoorwaarden de bezoeker begeleiden in zijn ervaringen van zowel macht als onderdompeling.

Eigen paden

De volgende vraag is welke gevolgen de tijdelijkheid van de onderdompeling heeft voor het zelfbeeld van de bezoeker. Kenmerkend voor beide vormen van bezoekerservaringen is immers dat zij deelhebben aan een ervaring

waarin verschillende vormen van gedrag elkaar afwisselen. Wie het internet op gaat, weet dat een ander genre altijd binnen handbereik ligt. Een Nederlandse tiener die spelpunt.nl bezoekt, voert daarnaast een chat-gesprek, downloadt muziek, en zoekt *en passant* naar een samenvatting van *De avonden*.

De combinatie van 'ernst' en 'vermaak' op wereldtentoonstellingen betekende dat politieke doeleinden, of het nu ging om het populariseren van het Britse imperialisme onder arbeiders of het vieren van de emancipatie van vrouwen, altijd plaats had in de context van het consumptieve en toeristische genoegen van een dagje uit. Wereldtentoonstellingen vormden één van de eerste verschijningsvormen van modern massatoerisme (Hobsbawn, 1987, 1977, p. 47). Bezoekers konden hier zelf bepalen in welke volg- en rangorde zij de verschillende onderdelen van een wereldtentoonstelling tot zich zouden nemen. Een bezoek aan een wereldtentoonstelling was daarom geen lineaire ervaring, zoals het aanhoren van een toespraak of het lezen van een betoog.

Het non-lineaire van digitale teksten is voor cyberoptimisten als Landow en Lanham één van de meest belovende aspecten van de digitale revolutie. Zij gaan zelfs zover dat zij internet de realisering van poststructuralistische literatuur noemen. Landow spreekt over de convergentie van tekstuele deconstructie en technologie, terwijl Lanham meent dat *hypertext* Barthes' opvatting over tekst als resultaat van de wisselwerking tussen auteur en lezer tot leven brengt (Lanham, 1993; Landow, 1997). Volgens deze auteurs verdwijnt in digitale hypertext de macht van het gedrukte woord dat de lezer dwingt bij het begin van een zin te beginnen en de auteur te volgen tot de punt. Het non-lineaire lezen maakt de lezers mondig en zelfstandig. Eigenlijk worden zij zelf auteurs, omdat hun leesgedrag een nieuwe tekst produceert. Weinberger (2002) beschrijft de technologie van *hyperlinks* als een revolutie die vergelijkbaar is met de overgang van orale naar schriftcultuur. Anderen ken-

nen revolutionaire betekenis toe aan de uitvinding van het computerspelletje *Pong*, waarbij kijkers voor het eerst het beeld op een scherm konden manipuleren (Rushkoff, 1997).

De historicus in mij schept er genoegen in om erop te wijzen dat er al veel langer vormen van representatie bestaan, die de lezer of kijker niet in een lineair keurslijf opsluiten of hem dwingen het dictaat van de auteur te volgen. Wereldtentoonstellingen vormen een fraai voorbeeld daarvan. Zij werden weliswaar geregisseerd, meestal door een nationaal comité, maar het gezag daarvan betrof voornamelijk het serieuze 'kerngedeelte'. Over de commerciële *sideshows* had de leiding veel minder macht. Binnen de ernstige uitstallingen van landen en bedrijven konden zij overigens niet veel meer dan marginaal aanwijzingen geven voor de inrichting. Anders dan de architectuur van een museum die een volgorde, een hiërarchie en een bepaalde betekenis aanbracht voor de bezoekers, kenmerkte het tentoonstellingsterrein zich door een vergaande vrijheid.⁷

Tentoonstellingsbezoekers gebruikten die vrijheid overvloedig. Contemporaine verslagen suggereren dat bezoekers genoten van de kennis die zij opdeden over de structuur van de tentoonstelling. Zij adviseerden elkaar en nieuwe binnenkomers over aantrekkelijke trajecten en niet-te-missen voorstellingen.⁸ Uit de financiële rapporten weten we dat hun bezoeken aan de vermakelijkheden cruciaal waren voor het succes van de tentoonstellingen, maar in de officiële rapportages zijn die ervaringen merkwaardig afwezig. De organisatoren waren vooral trots op hun educatieve succes. Zij beschreven hoe groepen arbeiders (vaak op kosten van hun werkgever) hadden geleerd over industrie en koloniën (Grever & Waaldijk, 1998). Dat de bezoekers vaak betere herinneringen bewaarden aan het amusement dan aan de officiële bedoelingen van de exposities, werd niet in de officiële rapporten opgenomen. Die zijn sterk gekleurd door het hiërarchische onderscheid tussen educatie (opvoeding tot burgerschap) en vermaak.

De bezoekerservaring van vrijheid om zelf de volg- en rangorde te bepalen is noodzakelijk om het succes van wereldtentoonstellingen te begrijpen. Deze vrijheid had de vorm van de vrijheid van klanten op een markt: zij keken, keurden en wogen af. De vergelijking tussen wereldtentoonstellingen en de opkomst van warenhuizen dringt zich hier op; zowel Walter Benjamin (zie Buck-Morris, 1999) als Mitchell (1989) besteden er aandacht aan. Ook in het warenhuis kregen klanten de gelegenheid 'met hun voeten te stemmen'. Zij liepen naar de afdelingen die hen interesseerden, bleven staan voor de etalages die hen boeiden. Mitchell wijst er op dat het glas van de etalageruit gebruiksvoorwerpen veranderde in koopwaar.⁹ Door de afstand en het glas dat tussen de kijker en het voorwerp werd opgetrokken, veranderde het gebruiksvoorwerp in een object, en werd de bezoeker tegelijkertijd tot een toeschouwer. Anne McClintock (1995) trekt die vergelijking verder door en beschrijft hoe de technieken van reclame en de popularisering van imperialisme elkaar versterkten. Wereldtentoonstellingen zetten de wereld in een etalage, maakten westerse bezoekers tot window shoppers en veranderden daarmee hun wereldbeeld. Het burgerschap ging bestaan uit de vrijheid van de consument om zijn oog op koopwaar te laten vallen.

De aandacht van historici voor de consumptieve amusementskant van exposities kan behulpzaam zijn voor een genuanceerd inzicht in de identiteiten die door middel van die vrijheid worden geconstrueerd. Het maakt onder meer duidelijk dat het noodzakelijk is de commerciële achtergrond van die vrijheid serieus te nemen. Dat geldt zeker ook voor de websites die samen het World Wide Web vormen. De vormgeving van *websites* is diepgaand door reclametechnieken beïnvloed. De programma's waarmee men eenvoudig een *poll* op een website kan organiseren, worden aangeboden met als argument dat het bezoekers doet terugkeren. Dat is belangrijker dan dat je als websitebouwer te weten komt wat je bezoekers vinden. Tegelijkertijd is het onvoldoende om

commercie de enige dimensie van het *web* te noemen. Commercieel amusement wordt hier, net als op werelddtentoonstellingen, gecombineerd met serieuze instructie, educatie en propaganda. Juist die combinatie biedt bezoekers de gelegenheid permanent van identiteit te wisselen: het ene moment burger, het andere moment consument. Zoals gezegd zouden de effecten van die afwisseling beter onderzocht moeten worden. Voor feministisch onderzoek naar sekse, klasse en etniciteit wil ik gebruikmaken van de toenemende belangstelling voor de relatie tussen sekse en consumptie (Delhaye, 2000).

De werelddtentoonstellingen hebben politieke gevolgen gehad: zij maakten van het imperialisme nationaal gedragen projecten. Inwoners die nog nooit in een kolonie waren geweest, voelden zich verbonden met de ambtenaren en ondernemers overzee. Zij kochten de producten, en genoten van de kunstnijverheid uit de koloniën (Legêne & Waaldijk, 2001). Dit had gevolgen voor de sekse van de koloniale burger. Omdat vrouwen in de koloniale metropool geacht werden experts te zijn op het gebied van consumptie van voedsel en kleding, ontstond voor hen een mogelijkheid zich met koloniale projecten van hun vaderland te identificeren (Grever & Waaldijk, 1998, pp. 183-192).

Ook voor oppositionele politieke identiteiten boden tentoonstellingen mogelijkheden. Afdelingen over de positie van de vrouw kwamen herhaaldelijk voor en hebben de internationale infrastructuur van de vrouwenbeweging bevorderd (Waaldijk, 1999; Grever, 2000). Op de werelddtentoonstelling in Chicago in 1893 protesteerden Fredrick Douglas en Ida B. Wells tegen de discriminatie van zwarte Amerikanen in de VS, waarbij Douglas verwees naar Haïti als staat waar zwarte burgers niet werden gediscrimineerd (Douglas, 1893; Carby, 1987). Tijdens de werelddtentoonstelling van 1889 in Parijs werd de Tweede Internationale opgericht. Deze voorbeelden leiden tot de vraag naar de samenwerking tussen consumptief vermaak en emancipatiebewegingen: hoe lukte het deze politieke

minderheidsbewegingen temidden van kermisattracties hun doelstellingen voor het voetlicht te krijgen? Een nieuw perspectief hierop, althans voor de emancipatie van meisjes en vrouwen in de VS, wordt geboden door Lauren Rabinovitz (1998). Deze wijst erop dat werelddtentoonstellingen, met warenhuizen, de eerste publieke ruimtes waren waar vrouwen konden kijken en keuren. De nieuwe rol van vrouwen als consumenten van de vermaaksindustrie was volgens Rabinowitz een belangrijk moment in de geschiedenis van vrouwenemancipatie. Ik denk dat onderzoek naar de manier waarop internetgebruikers politieke participatie combineren met consumptie en vermaak zou kunnen profiteren van dergelijk onderzoek naar ervaringen met spectaculaire manifestaties als werelddtentoonstellingen.¹⁰

'Part of the Show'

Veel digi-pessimisten wijzen op de ongekende vormen van controle en surveillance die digitale communicatie met zich meebrengt. Het verlies aan privacy door de ongebreidelde mogelijkheden van staat en bedrijfsleven om details over leven van mensen te verzamelen, wordt gezien als de te hoge prijs voor het gemak van internet en digitaal betalingsverkeer. Ik zal de laatste zijn om de gevaren van deze vormen van controle te ontkennen, maar het lijkt mij zonde om de gebruikers van internet alleen te zien als machteloze objecten van de blik van commerciële of politieke *big brothers*. Daarmee worden nieuwe media gereduceerd tot een instrument van disciplineren. De vele vormen van digitaal activisme laten echter zien dat complete controle ook kan worden omgekeerd. Digitale communicatie werkt immers alleen wanneer de gebruikers weten hoe ze met het medium moeten omgaan. De grens tussen programmeurs en hackers is niet absoluut. De scherpste kritiek op digitale systemen wordt geleverd door de mensen die er het meeste vanaf weten. De venijnigste virussen komen uit landen waar de goedkope arbeid van programmeurs en chip-soldeersers wordt geëxploiteerd.

Opnieuw is de vergelijking met de mogelijkheden van verzet en kritiek van de mensen op de wereldtentoonstelling illustratief. Fascinerende momenten treden op wanneer de blikrichting wordt omgekeerd. De oorspronkelijke logica van de representatie wordt doorbroken, als de mensen die *live* tentoongesteld worden terugkijken. Het protest van Fredrick Douglas is daar een voorbeeld van. De stakingen van Nederlandse tapijtknoopsters en van Javaanse dansers en danseressen op de Nationale Tentoonstelling van Vrouwenarbeid in Den Haag vormen een ander voorbeeld (Grever & Waaldijk, 1998). Omdat wereldtentoonstellingen proberen tot het uiterste te gaan met de representatie van de wereld, is ook inderdaad een deel van die wereld aanwezig op de tentoonstelling. De mensen die de representaties van verre landen 'echt' moeten doen lijken, komen ook daadwerkelijk uit die landen. Dit zijn de mensen die voorstellingen verzorgen, optreden, en demonstraties geven. Keer op keer blijkt dat zij zich niet laten opsluiten in een virtuele wereld. Zij overbruggen de afstand tussen de feitelijke tentoonstellingsruimte en de representatie van andere ruimtes. Zij spreken de bezoekers aan, vragen om geld, geven hun mening, en gaan soms zelfs in staking (Rony, 1998). De bezoekers die worden uitgenodigd zich als keurende consumenten op te stellen, merken dat die rol niet volstaat wanneer hen wordt gevraagd zich te verliezen in een andere wereld en wanneer zij daar andere mensen tegen komen. De perfectionering van de ervaring *live* een onbekende cultuur of een vreemd land te bezoeken, bereikt een grens op het moment dat kijkers en bekekenen zich realiseren dat wie kijkt ook kan worden bekeken.

In die zin is de tentoonstelling een ander scopisch regime dan Foucaults panopticum. De machtsverhoudingen tussen kijkers en bekekenen zijn weliswaar niet symmetrisch, maar staan wel subvertering van die verhouding toe. Er ontstaan barsten in het beeld: de bezoekers voelen zich zelf te kijk staan, worden onwen-

nig in hun rol, vragen zich af wat de tentoongestelde mensen over hen denken (Grever & Waaldijk, 1998, pp. 173-178). Er ontstaan contacten tussen bezoekers en exposanten. Fatimah Rony (1996) beschrijft hoe op volkenkundige tentoonstellingen aan het begin van de twintigste eeuw de geëxposeerde mensen hun opgelegde rol van exotische ander konden verlaten. Zij keken terug, spraken de bezoekers aan, probeerden zelf geld te incasseren van de bezoekers, legden seksuele contacten en raakten betrokken in conflicten over de afscherming heen.

Het is verleidelijk om deze subversieve momenten het gehele beeld te laten bepalen, en zo de massieve machtsongelijkheid die de representatie op wereldtentoonstellingen kenmerkten, met terugkerende kracht onderuit te halen. Dat zou onjuist zijn; veel bezoekers beseften slechts zelden dat zij zelf ook werden bekeken. Als dat wel gebeurde, had het over het algemeen weinig gevolgen. Het patroon van westerse bezoekers die de rest van de wereld als beeld consumeerden bleef dominant.

Het besef dat een bezoek aan een tentoonstelling ook eigen zichtbaarheid impliceerde, bleef bij hen latent echter wel aanwezig. Niet alleen omdat geëxposeerde inwoners van de kolonie konden terugkijken, maar ook omdat medebezoekers hun ogen de kost gaven. Bezoekers vergaapten zich behalve aan de geëxposeerde mensen ook aan elkaar. Het vage ongemak dat sommigen voelden wanneer zij oog in oog stonden met de tentoongestelde ander, riep het besef op dat zij zelf deel van het spektakel uitmaakten. Rabinovitz (1998, p.50) onderzocht de kruisende blikken op het tentoonstellingsterrein. Zij laat in een nauwkeurige analyse van beeldmateriaal van de wereldtentoonstelling in Chicago 1893 zien dat bezoekers van de wereldtentoonstelling altijd ook door andere bezoekers werden bekeken. Bij deze processen speelden sekse en etniciteit een grote rol. Witte vrouwen keken naar andere bezoekers en naar geëxposeerde (meest niet-westerse) mannen en vrouwen. Op hun

beurt werden zij zelf weer bekeken door mannen. Ook onderzoek naar gebruik van stedelijke ruimtes rond 1900 toont aan dat kijken in het openbaar tegelijkertijd gezien worden in het openbaar impliceert (Wilke, 2002). Het voert hier te ver om de feministische studies over de geseksueerde macht van de blik te bespreken. Dergelijke onderzoeken maken echter wel duidelijk dat traditionele seksongelijkheid tussen kijkende mannen en bekeken vrouwen, niet verdwijnt op het moment dat sommige vrouwen deelgenoot worden aan het voorrecht van de blik. Naast sekse, spelen etniciteit en klasse in het blikkenspel een rol. Wat leveren die inzichten over kijkrichtingen op wereldtentoonstellingen nu op voor een vergelijking met het web? De keurende klant is nooit onzichtbaar geweest. De klant werd altijd geconstrueerd in openbare ruimtes waar hijzelf zichtbaar werd. Het winkelende publiek is precies dat: publiek. Op welke manier is de digitale klant van consumptieve websites zichtbaar? Studies hiernaar worden meestal verricht in het kader van bezorgdheid over privacy en zorg over staatstoezicht op particuliere activiteiten (Lyon, 1994). Vermoedelijk weet iedere internetgebruiker inmiddels dat het IP-nummer van zijn persoonlijke computer in de bestanden van de meest uiteenlopende bedrijven en instellingen belandt. Eveneens weten de doorsnee-gebruikers van *cookies*, de pakketten met gegevens over de gebruiker die de browser doorgeeft aan de computer waar een website wordt bezocht. Deze informatie stelt beheerders van die sites in staat het precieze gedrag en de voorkeur van surfers te registreren, te voorspellen en dus te beïnvloeden. Soms resulteert dit in een charmante vorm van gerichte reclame: 'mensen die dit boek bij ons bestelden, hadden ook vaak belangstelling voor de volgende fraaie titel'. Vaak ook weten internetgebruikers nauwelijks in hoeverre hun bewegingen worden getraceerd.

In de discussies hierover keert het onderscheid tussen publieke en commerciële ruimte terug. Enerzijds is er de privacybenadering die

stelt dat het in strijd is met burgerrechten wanneer bedrijven of overheden ongecontroleerd informatie verzamelen over individuele personen. Anderzijds is er de, onder andere door Esther Dyson (1998) verdedigde, benadering die stelt dat informatie over digitaal consumentengedrag geld waard is. Degene over wie informatie wordt verzameld, mag in ruil daarvoor geld of diensten eisen. Dit 'Albert Heijn-bonuskaart-model' beschouwt surfers als klanten, en formuleert verzet of protest hiertegen op een manier die doet denken aan consumentenorganisaties.¹¹ Bij het bezoeken van websites vervaagt de grens tussen consumeren, informatie verzamelen en politieke participatie. De surfer is niet alleen object van marketingbureaus, maar ook van politieke monitors en overheidsinstellingen die in het belang van dienstverlening het klikgedrag analyseren. Digi-pessimisten gebruiken deze verschijnselen vaak als argument om te waarschuwen voor de totale controle die digitalisering van informatie en communicatie mogelijk maakt. De verklikkende website maakt echter ook iets duidelijk over de macht van de consument. De vrijheid om niets te kopen of te consumeren verschaft hem macht. De wereldwijde marketing van bedrijven als *Nike* en *Adidas* die potentiële klanten aanspreekt als onafhankelijke individuen, geeft tegelijkertijd de consumenten meer dan lokale macht. Consumenten kunnen die macht gebruiken in protest tegen asociale productiemethoden, zoals kinderarbeid of milieuschade. Dit gebeurt bijvoorbeeld door de no-logo-beweging, die intensief gebruikmaakt van internet. De internationaal gemedieerde klandizie internationaliseert ook het protest tegen internationale bedrijven. Via het web wordt de informatie over en de actieplannen tegen deze bedrijven verspreid (Sassen, 1999). Deze paradox is volgens mij zinvol te vergelijken met de manier waarop de ambitie van het imperialisme om onderdanen in het moederland tentoon te stellen, kon leiden tot subversie van de koloniale almachtfantasie. De ultieme zichtbaarheid op wereld-

tentoonstellingen maakte bezoekers bewust van de omkeerbaarheid van elke blik, de kwetsbaarheid van iedere kijker.

Het gevoel op het web alles te kunnen zien heeft haar pendant in het gevoel zelf door de hele wereld gezien te worden. Dat kan positief worden benoemd: wanneer iemand een website maakt, of informatie post op een publieke lijst, kan de hele wereld haar lezen. Het kan ook negatief worden geduid: vluchten kan niet meer, alle toegang tot informatie, politiek en consumptie is gemedieerd door digitale systemen die de gebruikers kunnen controleren. De vergelijking met werelddentoonstellingen zou volgens mij nuttig kunnen zijn, omdat de tentoonstellingservaring een voorbeeld is van een vorm van representatie met een constante wisselwerking tussen gevoelens van almacht en gevoelens van zwakte en kwetsbaarheid. Bij webbezoek, of dat nu is om digitaal informatie te verzamelen, politiek te participeren of om zich te vermaken, treedt die wisselwerking tussen beide verschijnselen eveneens op.

De vergelijking met werelddentoonstellingen biedt de mogelijkheid om de aandacht te vestigen op de mate waarin de kijker zelf wordt bekeken. Werelddentoonstellingen wilden dingen laten zien en de bezoekers tot getrainde kijkers maken. De logica van kijker en bekeken werd echter doorbroken op het moment dat de representatie zo volmaakt werd, dat zij met de aanwezigheid van 'echte' andere mensen moest worden gecomplementeerd. Omdat werelddentoonstellingen niet alleen virtueel, maar ook feitelijk een aparte ruimte besloegen, werden bezoekers zelf deel van het spektakel. Dat geldt ook voor bezoekers van virtuele ruimtes die digitaal worden gecreëerd: zij laten meer digitale sporen achter naarmate hun internetervaring 'echter' wordt. Wanneer een surfer iets kan doen op een website, bevordert dat het gevoel van onderdompeling en het idee dat hij tijdelijk een andere identiteit kan aannemen. Die interactieve perfectionering van het opgaan in een andere wereld, maakt het tegelijkertijd voor de 'ande-

re kant van het scherm' makkelijk om terug te kijken. Site-beheerders volgen de bezoekers en verzamelen informatie over hun gedrag en web-kabouters bestaan echt.¹²

Tot slot

Aan het begin van dit artikel stelde ik dat er behoefte is aan analyses die de betekenis van de toegankelijkheid van een virtuele ruimte (wie mag onder welke voorwaarden naar binnen?) combineert met de manier waarop binnen die virtuele ruimte betekenis wordt gemaakt (welke gezagsverhoudingen bepalen de communicatie binnen een medium?). Ik hoop te hebben laten zien dat de vergelijking tussen de bezoekers van werelddentoonstellingen en de bezoekers van *sites* op internet kan bijdragen aan een dergelijke analyse van externe en interne democratisering. De ongebruikelijke historische vergelijking leverde enkele inzichten op. In dit artikel noemde ik drie aspecten. Ik wil ze tot slot nog eenmaal opsommen en aangeven in welke richting vrouwenstudiesonderzoek zich verder zou kunnen ontwikkelen.

Ten eerste besprak ik hoe de bezoeker van websites, net als de bezoeker van een werelddentoonstelling, weet dat hij van doen heeft met geregisseerde onderdompeling. Aan dat weten ontleent de bezoeker een kritisch bewustzijn dat hem zowel in staat stelt afstand te nemen van het gebodene als te wisselen tussen de verschillende ervaringen van ondergaan in vermaak, gebruikmaken van informatie en als burger participeren in debat en besluitvorming. Meer onderzoek naar de geseksueerde en geracialiseerde connotaties van domeinen van vermaak, informatie en burgerschap zal nodig zijn. Ik hoop dat ik duidelijk heb gemaakt dat de scheiding tussen openbare sfeer en privé-sfeer gecompliceerder is dan de tegenstelling tussen mannelijke openbaarheid en vrouwelijke privé-sfeer. Onderzoek naar de verschillende manieren waarop openbare en commerciële ruimtes sekse en etnische connotaties hebben, is een cruciaal thema in de stu-

die van processen van in- en uitsluiting op grond van sekse, etniciteit en klasse.

Ten tweede wees ik op het belang van een non-lineaire structuur en de vrijheid die de surfer daarmee ter beschikking staat. De vrijheid zich in een openbare ruimte vrij te bewegen en daar als consument of als burger te kunnen optreden, kent een seksespecifieke geschiedenis. In geschiedschrijving over emancipatie van vrouwen werd lange tijd alle nadruk op de formele gelijkheid als burgeres gelegd. Recent onderzoek wijst erop dat ook het zich toe-eigenen van openbare ruimtes van amusement en consumptie – zoals het terrein van de wereldtentoonstelling bij uitstek was – voor vrouwen van grote betekenis was. Die inzichten komen bij uitstek van pas bij de analyse van de digitale ruimte van het web. Welk verband bestaat er tussen vrijheid van de consument en de vrijheid van de burger? Veronderstellen zij elkaar? Is de grens tussen die twee nog wel scherp te trekken?

Ten slotte besprak ik de 'zichtbaarheid' van de tentoonstellingsbezoeker die ik vergeleek met de traceerbaarheid van alle digitale activiteiten op het web. Beide vormen van zichtbaarheid hebben te maken met het tot een uiterste perfectie doorvoeren van representatie. Bij onderzoek naar nieuwe media wordt digitale surveillance vaak als een apart fenomeen bestudeerd; het hoort thuis in de gevaarlijke hoek van verlies van burgerlijke vrijheden en van privacy. Vaak wordt verondersteld dat computergebruikers niets weten van deze praktijken. Naar analogie met het zowel ongemakkelijke en triomfantelijke gevoel van tentoonstellingsbezoekers, zou ik willen suggereren dat ook webbezoekers beseffen dat zij kunnen worden gezien. Ook zij merken dat 'gezien worden' niet altijd alleen kwetsbaar maakt, maar ook gevoelens van zeggenschap en interventiemogelijkheden met zich mee kan brengen. Verder onderzoek naar de wisselwerking tussen die twee soorten ervaringen kan inzicht verschaffen in de manieren waarop subjectiviteit wordt gemedieerd. Daarbij is een

belangrijke vraag of sekse, etniciteit en klasse net zo'n belangrijke rol spelen op het web als op wereldtentoonstellingen rond 1900 het geval was.

Noten

1. De termen 'internet' en 'World Wide Web' (afgekort als WWW of web) worden vaak door elkaar gebruikt. De eerste term is ouder en slaat op alle netwerken die computers in staat stellen informatie uit te wisselen, terwijl WWW officieel het open en gebruikersvriendelijke systeem aanduidt dat in 1991 door CERN werd gelanceerd en dat iedereen met een internet-aansluiting in staat stelde over de hele wereld multimedia digitale gegevens (teksten, beelden, gegevensbestanden) te vinden. E-mail, afgesloten systemen van communicatie en dataverwerking (betalingsverkeer) behoren daarom in principe tot het internet, en niet tot het web, maar de grens vervaagt wanneer toegang tot het e-mailsysteem wel via een website verloopt. In dit artikel worden de termen door elkaar gebruikt. Voor een geschiedenis van internet en www: <http://www.netvaley.com/archives/mirrors/dave-marsh-timeline-1.htm>
2. Voor feministen doen deze discussies denken aan de zogenaamde *sex wars* van de jaren tachtig in de VS die gingen over de vraag of feministen de overheid moesten vragen pornografische beelden van vrouwen te verbieden, een strategie die sommige feministen deed belanden in het gezelschap van conservatieven die alle expliciete referenties aan seksualiteit in kunst en cultuur willen verbieden (zie Braidotti, 2002, p.181).
3. Michael Warner (2002) geeft een heldere uiteenzetting van het onderscheid tussen publieke en commerciële openbaarheid. Het strikte onderscheid tussen politieke emancipatie en deelname aan commerciële openbare sfeer, waaronder consumptie en populaire cultuur vallen, is bij vrouwen-geschiedenis die zich met witte vrouwen bezighoudt sterker dan bij geschiedschrijving over de bevrijdingsstrijd van zwarte vrouwen. Zo schrijven bell hooks en Angela Davis over geschiedenis van blueszangeressen, Paula Giddings over Madam C.J. Walker, de eerste zwarte miljonair-zakenvrouw in

- de Verenigde Staten (Davis, 1998 en Giddings, 1984).
4. Ook Liesbet van Zoonen (2000) gebruikt in haar oratie een historische vergelijking, namelijk de introductie van de telefoon, om het seksespecifieke gebruik van een nieuw medium aan te geven.
 5. Voor uitstekende kritiek op deze polarisatie zie Sassen (1999) en Trend (2001).
 6. Deze tekst is ontleend aan een gidsje *Short Sermon to Sightseers* dat op de Wereldtentoonstelling in St. Louis te koop was. Het wordt geciteerd in Bennett (1995, p. 68/69).
 7. Coombes (1987) en Greenhalgh (1989) gaan expliciet in op de verschillen tussen de vermakelijke en vrije kanten van de wereldtentoonstellingen en de strakke structuur van musea rond 1900.
 8. Bennett (1995) en Roche (2000) werken in dit verband het verschil uit tussen panoptische controle en het plezier zich in de massa te tonen.
 9. Voor overzicht van recent onderzoek naar sekse en de betekenis van het warenhuis, zie Furnée (2002).
 10. Voor een goed overzicht van de manier waarop politiek en consumptie, ernst en vermaak zich tot elkaar verhouden bij het gebruik van internet, zie van den Boomen (2000).
 11. Met dank aan Gregory Taylor voor de uitleg over de manier waarop cookies werken en de vergelijking met de Albert Heijn-bonuskaart.
 12. Met dank aan Jan Kooistra die mij uitlegde dat net-kabouters (Growing Intelligent Agents, GI@'s) of net-pixies bestaan. (Kooistra en Hopstaken, 2002).

Literatuur

- Barbrook, R. & Cameron, A. (2001). Californian Ideology. In P. Ludlow (Ed.), *Crypto Anarchy, Cyberstates, and Pirate Utopias* (pp.363-87). Cambridge, MA: MIT Press.
- Barlow, J.P. (1996). *A Declaration of Independence of Cyberspace*. URL: <http://www.eff.org/~barlow/Declaration-Final.html>
- Bennett, T. (1995). The exhibitionary complex. In T. Bennett (1995). *The Birth of the Museum* (pp. 59-88). London: Routledge.
- Bey, Hakim. (1991). *The Temporary autonomous zone*. URL: <http://www.t0.or.at/hakimbey/taz/taz.htm>
- Boisseau, T.R. (2000). White queens at the Chicago world's fair, 1893: New Womanhood in the Service of Class, Race and the Nation. *Gender and History* 12, 33-81.
- Boomen, M. van den (2000). *Leven op het net. De sociale betekenis van virtuele gemeenschappen*. Amsterdam: Instituut voor Publiek en Politiek.
- Braidotti, R. (2002). *Metamorphoses. Towards a materialist theory of becoming*. Cambridge, UK: Polity Press.
- Buck-Morris, S. (1999). Walter Benjamin and The Arcades Project. Cambridge, MA: MIT Press, (oorspr. 1991).
- Carby, H. (1987). *Reconstructing womanhood: The emergence of the Afro-American woman novelist*. New York: Oxford University Press.
- Cauter, L. de. (1993). The panoramic ecstasy: on world exhibitions and the disintegration of experience. In M. Nauwelaerts et al., *De panoramische droom. Antwerpen en de wereldtentoonstellingen 1885, 1894, 1930 / The panoramic dream. Antwerpen and the world exhibitions of 1885, 1894, 1930* (pp.46-50). Antwerpen: Antwerpen 93 V.Z.W.
- Coombes, A. (1987). The Franco-British exhibition: packaging empire in Edwardian England. In J. Cherry Becket & D. Cherry Becket (Eds.). *The Edwardian Era* (pp.152-66). Oxford: Phaidon Press.
- Copier, M. (2000). *Bit girls, digitale heldinnen in historisch perspectief*. Doctoraal scriptie, Universiteit Utrecht.
- Davenport, G. & Bradley, B. (1997). The care and feeding of users. *IEEE MultiMedia* 4, no. 1, 8-11.
- Davis, A. Y. (1998). *Blues legacies and black feminism: Gertrude "Ma" Rainey, Bessie Smith, and Billie Holiday*. New York: Pantheon Books.
- Delhaye, C. (2000). De geschiedenis van de consumptie-cultuur en de individualisering van de vrouwelijke identiteit. *Tijdschrift voor Sociale Geschiedenis* 26, no. 3., 263-88.
- Dijk, L. van, Haan, J. de, en Rijken, S. (2000). Digitalisering van de leefwereld. Een onderzoek naar informatie- en communicatietechnologie en sociale ongelijkheid. Vol. 167, *Cahiers Scb*. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau.
- Douglas, Fredrick. (1893). *Lecture on Haiti: The Haitian pavilion dedication ceremonies delivered at the world's fair, in Jackson Park, Chicago, Jan. 2d, 1893* (African American Perspectives: Pamphlets from the Daniel

- A.P. Murray Collection, 1818-1907). URL:[http://memory.loc.gov/cgi-bin/query/r?ammem/murray:@field\(FLD001+02012340+\):@@\\$REF\\$](http://memory.loc.gov/cgi-bin/query/r?ammem/murray:@field(FLD001+02012340+):@@REF)
- Dyson, E. (1998). *Release 2.1: a design for living in the digital age*. New York: Broadway Books.
- Flanders, V. & Willis, M. (2001). Web pages that suck: learn good design by looking at bad design. San Francisco: SYBEX.
- Franklin, M. (2001). Inside out. Postcolonial subjectivities and everyday life online. *International Feminist Journal of Politics* 3.3, 387-422.
- Furnée, J.H. (2000). Om te winkelen, zoo als het in de residentie heet. *Consumptiecultuur en stedelijke ruimte in Den Haag 1850-1890. Jaarboek voor Vrouwengeschiedenis* 22, no. Sekse en de city, 28-55.
- Gibson, W. (1984). *Neuromancer*. London: Gollancz.
- Giddings, P. (1984). When and where I enter: the impact of black women on race and sex in America. New York: Morrow.
- Gitelman, L. (1999). *Scripts, grooves, and writing machines: representing technology in the Edison era*. Stanford, CA: Stanford University Press.
- Green, E. & Adam, A., (Eds.) (2001). *Virtual gender. Technology, consumption and identity*. London: Routledge.
- Greenhalgh, P. (1989). Education, entertainment and politics. In P. Vergo (Ed.), *The New Museology*. London: Reaktion Books.
- Grever, M. (2000). Reconstructing the fatherland. Comparative perspectives on women and 19th century exhibitions. In M. Grever & F. Dieteren (Eds.), *A Fatherland for Women* (pp.13-29). Amsterdam: IISG-beheer.
- Grever, M. & Waaldijk, B. (1998). *Feministische openbaarheid, de nationale tentoonstelling van vrouwenarbeid in 1898*. Amsterdam: IISG-beheer/IIAV.
- Gudehus, B. S. & Rasmussen, A. (1992). *Les fastes du progrès: le guide des expositions universelles 1851-1992*. Paris: Flammarion.
- Hobsbawn, E. (1977). *The age of capital, 1848-1975*. London: Abacus.
- Jenkins, H. (1992). *Textual poachers: television fans & participatory culture*. New York: Routledge.
- Kasson, Joy S. (2000). *Buffalo Bill's Wild West: celebrity, memory, and popular history*. New York: Hill and Wang.
- Kooistra, J. & Hopstaken, K. (2002). Ommat: dealing with electronic scientific information. In P. Brophy (Ed.), *Libraries without walls 4, delivery of library services to distant users* (pp. 241-250). London: Facet Publishing.
- Landow, G. (1997). *Hypertext 2.0 the convergence of contemporary critical theory and technology*. Baltimore: The Johns Hopkins University.
- Lanham, R. (1993). *The electronic word. Democracy, technology, and the arts*. Chicago: University of Chicago Press.
- Legêne, S. & Waaldijk, B. (2001). Reverse images - patterns of absence. Batik and the representation of colonialism in the Netherlands. In I. van Hout, *Batik drawn in wax* (pp.35-69). Amsterdam: KIT-publishers.
- Liebes, T.(1995). Keeping up with popular culture: the lost battle of mass media researchers. *Semiotica: revue publ. par l'Association Internationale de Sémiotique* 106.3-4, 399-402.
- Luke, T. (2000). Dealing with the digital divide: the rough realities of cyberspace. *Telos*, Winter 2000.
- Lyon, D. (1994). *The electronic eye. The rise of surveillance society*. Cambridge: Polity Press.
- Manovich, L. (2002). *The language of new media*. first paperback, oorspr. 2001 ed. Cambridge, MA, London: MIT Press.
- McChesney, R.W.(1999). *Rich media, poor democracy: communication politics in dubious times*. Urbana: University of Illinois Press.
- McClintock, A.(1995). *Imperial leather: race, gender and sexuality in the colonial contest*. New York: Routledge.
- Miall, D.S. (1999). Trivializing or liberating? The limitations of hypertext theorizing. *Mosaic: a Journal for the Interdisciplinary Study of Literature* 32.2, 157-171.
- Miller, L. (1995). Women and children first: gender and the settling of the electronic frontier. In J.Rook & I.A. Boal (Eds.). *Resisting the virtual life - The culture and politics of information* (pp. 49-59). San Francisco: City Lights.
- Mills, S. (1996). Gender and colonial space. *Gender, Place and Culture* 3.2, 125-47.
- Mitchell, T. (1998). Nationalism, imperialism, economism: a comment on Habermas. *Public culture: bulletin of the Society for Transnational Cultural Studies*, 10, no. 2, 417-24.

- Mitchell, T. (1989). The world as exhibition. *Comparative Studies in Society and History* 31, 217-36.
- Nakamura, L. (2002). *Cybertypes, race, ethnicity and identity on the internet*. New York: Routledge.
- Penley, C. Feminism, psychoanalysis, and the study of popular culture. In L. Grossberg, C. Nelson & P. Treichler (Eds.). *Cultural Studies* (pp.479-500). New York and London: Routledge.
- Plant, S. (1998). Zeros and ones. Digital women and the new technoculture. London: Fourth Estate.
- Pratt, M.L. (1992). Imperial eyes: travel writing and transculturation. London: Routledge.
- Rabinovitz, L. (1998). For the love of pleasure: women, movies, and culture in turn-of-the-century Chicago. New Brunswick: Rutgers University Press.
- Roche, M. (2000). Mega-events and modernity: olympics and expos in the growth of global culture. London: Routledge.
- Rony, F.T. (1996). The third eye: race, cinema, and ethnographic spectacle. Durham, NC: Duke University Press.
- Rushkoff, D. (1997). Children of chaos: surviving the end of the world as we know it. London: Harper Collins.
- Ryan, M.L. (2001). Narrative as virtual reality: immersion and interactivity in literature and electronic media. Baltimore: Johns Hopkins University Press.
- Rydell, R. (1984). All the world's a fair: visions of empire at American international expositions, 1876-1916. Chicago: University of Chicago Press.
- Sassen, S. (1999). Digital networks and power. In M. Featherstone & S. Lash (Eds.) *Spaces of culture city, nation, world* (pp.49-62). London: Sage.
- Trend, D. (2001). Welcome to cyberschool. Education at the crossroads in the information age. Lanham, Maryland: Rowman & Littlefield.
- Turkle, S. (1997). Life on the screen identity in the age of the internet. London: Phoenix.
- Waalwijk, B. (1999). Colonial constructions of a Dutch women's movement: 1998. In K.Röttger & H.Paul (Eds.), *Differenzen in der Geschlechterdifferenz - Differences within genderstudies. Aktuelle Perspektiven der Geschlechterforschung* (pp.286-299). Hamburg: Erich Schmidt Verlag.
- Warner, M. (2002). Publics and counterpublics. New York: Zone Books.
- Weinberger, D. (2002). Small pieces loosely joined. A unified theory of the web. Cambridge, MA: Perseus Publishing.
- Wilke, M. (2002). Van dienstmeiden en burgerdames. De stadstaferelen van Breitner als visuele topografie. *Jaarboek voor Vrouwengeschiedenis* 22, *Sekse en de city*, 56-73.
- Zoonen, L. van. (2000). Virtuele vrouwen: constructies van gender online. Oratie Universiteit Maastricht: Centrum voor Gender en Diversiteit.