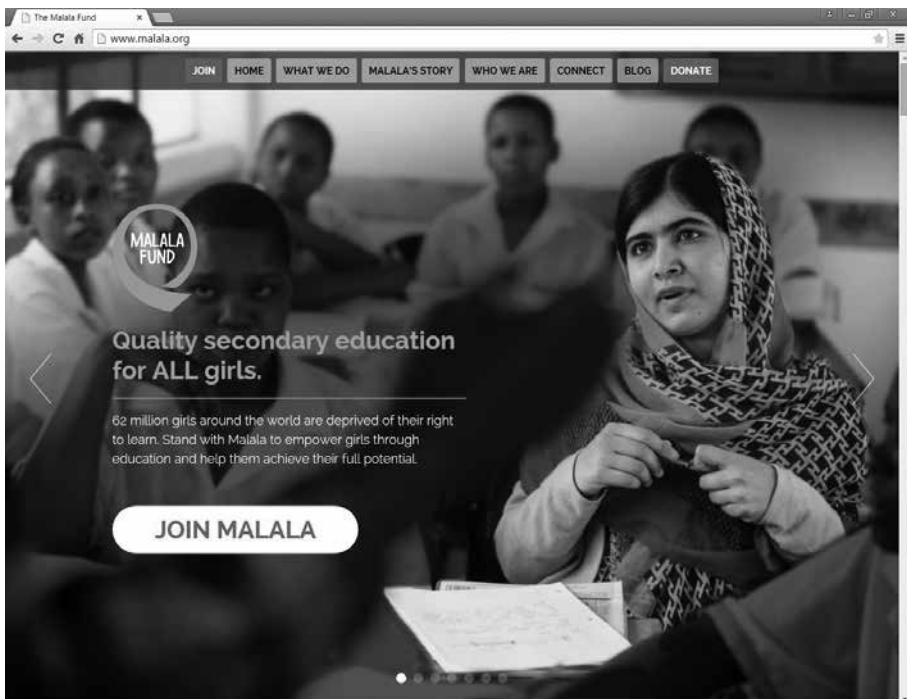


17

Malala, de Pakistaanse blogheldin

en de politiek van feministisch nieuwemedia-activisme

Ingrid Hoofd



Screenshot van de pagina malalafund.org

Toen Malala Yousafzai, een Pakistaanse activiste die streed voor de toegang van meisjes en vrouwen tot officieel onderwijs, in oktober van 2012 bruuft door hoofd en schouder geschoten werd door een Taliban-strijder, volgde er grote mondiale verontwaardiging over de extreem agressieve, onderdrukkende en patriarchale intenties achter die daad. Malala, die al op de jonge leeftijd van elf jaar onder een pseudoniem

een blog voor de Britse nieuwsverspreider BBC over de bezetting door de Taliban en de problemen rondom fatsoenlijk onderwijs voor meisjes begon te schrijven, werd op slag het boegbeeld van het wereldwijdverbreide gelijkheidsfeminisme dat proportionele rechten voor mannen en vrouwen met betrekking tot het publieke leven probeert te bewerkstelligen. De aanslag van de Talibanstrijder schoot echter zijn doel letterlijk en figuurlijk voorbij: niet alleen overleefde Malala de aanslag, maar van de weeromstuit kreeg door die aanslag haar blog (vandaag met naam en toenaam te vinden op www.malala-yousafzai.com) in de maanden die volgden op de aanslag exponentieel meer aandacht. Ook breidden haar teksten, video's en beelden zich als een lopend vuurtje verder uit naar andere nieuwe en sociale media, zoals Facebook (www.facebook.com/malalablog), Twitter (www.twitter.com/MalalaFund) en YouTube, alsook via vele andere online video's met interviews, speeches en documentaires op verschillende andere websites. Beelden van Malala, gekleed in een eenvoudige sluier en sprekend op kalme toon in zowel Urdu, Hindi, en Engels, gingen snel viraal op sociale media, met een gecombineerd aantal YouTube hits van meer dan vijf miljoen tot op de dag van vandaag. Het nummer 'I Am Malala', gecreëerd door Los Angeles songwriter John Ingoldsby en uitgevoerd door drie jonge pittige meiden aan het begin van hun muziekcarrière, scoorde eveneens meer dan 300.000 hits op de digitale videosites YouTube en DailyMotion. Het interview met Malala door Jon Stewart voor zijn Daily Show genereerde meer dan twee miljoen *views* op YouTube. Deze wereldwijde aandacht in de massa- en vooral ook nieuwe media voor Malala's positie en toestand, samen met het feit dat zij al een aantal jaren hardnekkig vocht via haar blog voor de rechten van vrouwen en meisjes in Pakistan, leidde uiteindelijk zelfs tot het winnen van de prestigieuze Nobelprijs voor de Vrede in 2014. Ze heeft met haar blog en toespraken, waarvan vele citaten viraal zijn gegaan via Twitter *hashtags* en Internet *memes*, het probleem van de niet-scholing van meisjes en vrouwen in landen zoals Pakistan op succesvolle wijze aangeklaagd. Malala is dus op het eerste gezicht een perfect voorbeeld van de mogelijkheden van nieuwe en sociale media voor de feministische strijd, ook in landen waar internettoegang nog altijd een probleem is voor een belangrijk deel van de bevolking, met name voor het vrouwelijke deel.

Echter, zonder iets af te willen doen aan haar fantastische strijd via de nieuwe media en aan het succes van Malala's beeld wereldwijd, kan men een aantal vragen en bedenkingen opwerpen met betrekking tot haar zogenoemde feministische triomf. Ten eerste kan men zich afvragen wat Malala's faam nou precies voor een concreet effect heeft gehad op de levens van onderbedeelde meisjes en vrouwen en of de enthousiaste virale disseminatie van haar feministische strijd wellicht de eigenlijke situaties van zulke meisjes onbedoeld verdoezelen of versimpelen. Malala is tenslotte niet bijzonder representatief voor grote delen van de gemarginaliseerde bevolking in en rondom Pakistan: haar ouders komen uit de betere klasse, spreken minstens drie talen, en bezaten zelf een aantal scholen in de regio. Op dit moment gaat Malala zelfs naar de middelbare school in Engeland, waar ze nu met haar ouders woont. Ten tweede kan men zich afvragen wat voor een soort feministisch beeld en strijd

Malala voorstaat – althans volgens de westerse en Engelstalige sociale media – en of er wellicht een verband bestaat tussen de specifieke postkoloniale, globalistische en esthetische kenmerken van zulke media en van dat beeld. Het valt namelijk op dat het beeld van Malala bijzonder ‘plat’ en homogeen is, volledig verstoken van enige kritiek op bepaalde westerse overtuigingen en idealen. Ook is het beeld vol van stereotypen rondom de noodzaak tot economische ontwikkeling en scholing in die zogenaamde niet-moderne en niet-westerse landen met hun, zoals Eva Midden eerder in dit boek aankaart, zogenaamde irrationale en agressieve mannen en hun zogenaamd compleet vrouwonvriendelijke Islamitische geloof. En ten slotte valt het op dat de viraliteit van Malala in grote mate geproduceerd is via nieuwe en sociale media die stuk voor stuk allemaal worden gedragen door Amerikaanse kapitalistische bedrijven: Facebook, YouTube (tegenwoordig onderdeel van Google), Twitter – zelfs de URL voor Malala’s blog eindigt op een ‘.com.’. Sterker nog, een snelle *tracert* en *whois* (netwerkcommando’s die de virtuele herkomst van een URL lokaliseren en vertellen welk bedrijf achter die URL steekt) leren ons dat de website gehost wordt op een server van het bedrijf MarkMonitor in de Verenigde Staten dat gespecialiseerd is in *online branding*, ofwel het beschermen van digitale merknamen en consumentenlogo’s. Haar fondsenwebsite www.malalafund.org wordt voorts gehost door het grote in New York gesitueerde hostingsbedrijf GoDaddy, en wordt bestierd door een witte mannelijke *technopreneur* die *apps* (mobiele applicaties) ontwikkelde voor nieuwsverspreiding. De vraag is dan ook of deze feiten in enige mate gerelateerd zijn aan de aard van het feministisch beeld dat Malala uitdraagt, zonder hier meteen cynisch te concluderen dat haar mondiale faam eenvoudigweg een opzettelijk bedenkensel was van deze Amerikaanse mediabedrijven om meer geld binnen te halen. Om deze verwevenheid van het succes van Malala’s beeld met de meer bedenkelijke infrastructurele en esthetische aspecten en kenmerken van deze kapitalistische nieuwe media beter te kunnen begrijpen, en zo tot een oordeel te komen over de mogelijkheden alsook de valkuilen voor feministisch online activisme, is het nuttig om eerst eens terug te blikken op een aantal van de oorspronkelijke feministische ideeën over de opkomst van computers en het internet.

De opkomst en ommekeer van het cyberfeminisme

De stroming binnen het feminisme die zich vanaf de jaren tachtig expliciet met de mogelijkheden van computers en nieuwe media bezig ging houden, wordt ook wel het cyberfeminisme genoemd. Het traceren van de oorsprong van feministisch nieuwemedia-activisme in dit cyberfeminisme is leerzaam, omdat het mogelijk kan duiden hoe bepaalde feministische verwachtingen rondom nieuwe media verweven zijn met bepaalde idealen en beloftes rondom technologische ontwikkelingen die specifiek zijn voor de westerse, en met name Noord-Amerikaanse cultuur en economie. De naam ‘cyberfeminisme’ komt van een combinatie tussen het woord feminisme,

en de verkorte vorm voor de Engelse term *cybernetics*, ofwel de studie van cybernetische systemen (waarover meer verderop in dit hoofdstuk). Wie de term precies voor het eerst gebruikte, is niet geheel duidelijk – hoewel Sadie Plants invloedrijke *Nullen en enen* (1998) vaak wordt genoemd als startpunt (zie bijvoorbeeld Consalvo 2003) – maar wél duidelijk is dat het cyberfeminisme begon als een theoretische, politieke en artistieke stroming als verlenging van en reactie op ontwikkelingen in de technologie-industrie. Het voorvoegsel ‘cyber-’ werd zeer populair in de jaren tachtig en negentig om allerlei zaken aan te duiden die op de een of andere manier te maken hadden met digitale technologieën – zo werd de imaginaire ruimte op het internet bijvoorbeeld aangeduid als een ‘cyberspace’, en ontstond er een nieuwe literaire stroming genaamd ‘cyberpunk’ die dystopische toekomst schetste waarin de veelal witte mannelijke held of ‘datacowboy’ zich de nieuwe media op subversieve wijze uiteindelijk eigen maakt (Gibson 1984). Deze jaren werden echter gekenmerkt door een sterk utopische beeldvorming rondom de politieke en activistische mogelijkheden van het internet; een stroming die voortkwam uit de zogenoemde ‘techno-hippie’ cultuur in Californië waarin vooral anarchisten creatief aan het hobbyen sloegen met de eerste computers en telefoonmodems. Deze cultuur, waaruit gedeeltelijk het hedendaagse Silicon Valley is ontstaan, beargumenteerde een logische convergentie tussen bepaalde liberale ideeën rondom zelfbeschikking, zelfexpressie en democratie met deze nieuwe technologieën (Rushkoff 1994). Dit argument rondom de convergentie van vrijheid en nieuwe technologie kan tot op zekere hoogte zelfs getraceerd worden in het gedachtegoed van Karl Marx, die in de toekomstige technologische ontwikkelingen van de twintigste eeuw de kans zag voor het verlossen van de onderdrukte arbeider (Marx 1847). Zo werd ook het internet gezien als de ideale plek voor het uiten van ideeën en het creëren van nieuwe allianties, en werd zelfs afgeschilderd als een ruimte waarin vooroordelen en lichamelijke kenmerken (huidskleur, sekse, leeftijd en andere lichamelijke kwaliteiten) die in het dagelijks leven tot onderdrukking leidden, niet meer uitmaakten. Zoals een gevleugelde uitspraak uit die tijd formuleert: ‘Op het internet weet niemand dat je een hond bent.’ Nieuwe en meer egalitaire virtuele gemeenschappen zouden, zo claimden deze liberale schrijvers en technenuten, zich online kunnen manifesteren en de weg vrijmaken voor een echte democratie waarin iedereen op gelijkwaardige wijze gerepresenteerd wordt (Rheingold 1991, 1993).

Dit utopische gedachtegoed, waarin anarchistische, liberale en veelal linksgeoriënteerde idealen tot uitdrukking kwamen in een bijna fetisjistische houding aangaande het internet, zien we tevens terugkomen in een deel van de feministische theorie en literatuur over nieuwe media van die tijd. Tegelijkertijd kenmerken veel van de vroege cyberfeministische teksten zich door het feit dat ze zich probeerden af te zetten tegen, of een kritiek probeerden te formuleren op de over het algemeen zeer witte en mannelijke cyberhippie- en cyberpunkcultuur in de Verenigde Staten. Het kritische werk van feministische theoretici, zoals N. Katherine Hayles’ *How We Became Posthuman* (1999) en Vandana Shiva’s *Biopiracy* (1997), vormt een belangrij-

ke inspiratiebron voor het cyberfeminisme, maar een van de belangrijkste en invloedrijkste teksten uit die vroege periode van de computer en het internet dat de dialoog met deze sterk mannelijke tendens al aangaat, is zonder twijfel Donna Haraway's *Een Cyborg Manifest* (1985). Zoals Cecilia Åsberg in hoofdstuk 3 van dit boek bespreekt, pleit Haraway in dit manifest voor een feministische interventie aangaande de nieuwe cybernetische technieken, die dan wel bepaalde masculiene en militaristische sporen in zich dragen, maar tegelijkertijd zowel infrastructuur-technisch alsook metaforisch de mogelijkheid bieden allerlei ouderwetse grenzen te overschrijden. Haraway stelt dan ook dat feministen niet enkel die nieuwe technologieën zullen moeten gaan gebruiken om relevant te blijven, maar dat het feminisme zich op het theoretische vlak ook sterker moet gaan bemoeien met de techniekfilosofie.

Hoewel inderdaad ietwat neigend naar de destijds dominante optimistische kant ten opzichte van de cultureel-politieke consequenties van de nieuwe media in haar manifest, besprak Haraway ook zeker wel de problematische kanten van deze nieuwe technologieën. Zo schetst zij de erbarmelijke omstandigheden van de Mexicaanse vrouwen die in de nieuwe microchipfabrieken werken, en geeft ze aan dat de cyborg voortvloeit uit de agressieve onderzoeks- en innovatiecultuur van de Amerikaanse militaire industrie tijdens de Koude Oorlog. Desondanks werd het cyberfeminisme, in het bijzonder na de publicatie van Plants *Nullen en Enen* (1994) dat aan cyberspace een typisch vrouwelijke kwaliteit toekende, enthousiast omarmd door met name veel witte, middenklasse en beter opgeleide feministische theoretici en kunstenaars. Cyberfeministische projecten zoals VNS Matrix in Australië, SubRosa in de Verenigde Staten, Old Boys Network in Duitsland, Vrouwen Met Baarden van De Digitale Stad (DDS) in Nederland, en de mondiale FACES-emaillijst probeerden gestalte te geven aan het hybride karakter van het internet, alsook een beginnende kritiek te formuleren op datzelfde internet. Hoewel dit cyberfeminisme zeker divers is, proberen alle projecten de nieuwe media op productieve wijze te gebruiken voor feministische doeleinden. De Amerikaanse sociologe Sherry Turkle borduurde bijvoorbeeld verder op het idee van de bevrijdende mogelijkheden van cyberspace in *Life on the Screen* (1995), waarin ze stelt dat nieuwe virtuele ruimten zich goed lenen voor *genderbending* en het emancipatoir spelen met alternatieve identiteiten. De Amerikaanse kunstenaar Faith Wilding stelt in 'Where is Feminism in Cyberfeminism?' (1997) dat het cyberfeminisme zich onder andere als doel stelt om de representatie van meisjes en vrouwen in de media en in de technologie-industrie te verbeteren, vrouwen meer toegang te geven tot de reken- en communicatiekracht van computers, en feministische onderwijsmodellen te genereren. Al deze elementen en kwesties zien we vandaag de dag inderdaad ook terugkomen via het feministische nieuwemedia-activisme van en rondom Malala Yousafzai, waarin via de nieuwe media gepleit wordt voor betere representatie van vrouwen in politiek, educatie en industrie, zowel in de online als in de offline wereld.

Waar zijn alle cyberfeministen gebleven?

In ‘Cyberfeminism 2.0: Where Have All the Cyberfeminists Gone?’ vragen Radhika Gajjala en Yeon Ju Oh zich af wat er met deze aanvankelijk enthousiaste cyberfeministische golf gebeurd is. Hun vraag is interessant, omdat ze hem niet eenduidig beantwoorden met een verwijzing naar huidige feministische projecten die nieuwe media gebruiken, maar zulk soort projecten wel kritisch duiden (Gajjala & Oh 2012). Bezien door de lens van de historie van het online activisme lijkt Malala’s viraliteit bijvoorbeeld in zekere zin zeker de optimistische aspiraties van het vroege cyberfeminisme te belichamen. Het lijkt er oppervlakkig gezien zelfs op dat ze de personificatie is van het ideaal waar deze vroege cyberfeministen naar streefden: toegang tot de representatieve mogelijkheden van de nieuwe media voor alle meisjes en vrouwen, ook voor niet-witte of niet-westerse meisjes. De nieuwe media vormen hierin een ruimte en architectuur waarin de oude grenzen en distincties tussen wit en zwart, man en vrouw, westers en niet-westers vervagen. Dat dit ideaal inderdaad werkelijkheid is geworden, blijkt uit het viraal worden van de lezingen van de Indiase feministe en schrijfster Arundhati Roy (haar beroemde lezing ‘Come September’ heeft bijvoorbeeld bijna 40.000 bezichtigingen op YouTube), en uit de vele foto’s, blogposts en *tweets* op de Twitterhashtag #arabspring van protesterende vrouwen en meisjes tijdens de zogenoemde Arabische Lente. De vraag blijft echter of deze ‘winsten’ zich wellicht niet baseren op een reproductie van zowel bepaalde oude opposities, alsook verscheidene nieuwe vormen van globale in- en uitsluiting onder het mondiale kapitalisme. Deze vraag zit in zekere zin ook ‘verborgen’ in de titel van Gajjala en Oh’s hoofdstuk: waarom spreken we niet meer van het cyberfeminisme, en waarom ‘zien’ we cyberfeministen niet meer zo prominent naar buiten treden? Is het cyberfeminisme irrelevant geworden omdat het zo succesvol was, of heeft het wellicht gefaald en is het juist meer dan ooit noodzakelijk om de kritische cyberfeministische geluiden weer naar voren te halen?

Terugblikkend kan men nu echter veel duidelijker zien dat het aanvankelijke optimisme rondom vele van deze cyberfeministische projecten gedeeltelijk gelijk opliep met de verbazingwekkend snelle opkomst en bijna wereldwijde verspreiding van de dot.com-industrie. En hier knelt hem nu net de feministische schoen. Gepaard met deze intieme relatie tot de dot.com-industrie zien we immers ook dat degenen die hier vooral rijk mee zijn geworden en die toch vooral bekend zijn om hun nieuwe media-activisme voornamelijk witte westerse mannen zijn. Men denke hier aan beroemde hedendaagse ‘cyberhelden’ zoals de Australische Julian Assange van Wikileaks, de computerprogrammeur Edward Snowden die geheimen vrijgaf van de Amerikaanse National Security Agency, en de Amerikaanse hacktivist (iemand die computers op het Internet hackt voor politiek-activistische doeleinden) Aaron Swartz. Ook in de dominante geschiedvertellingen van het ontstaan van computers worden alleen maar mannen genoemd, terwijl vrouwelijke computeruitvinders als Ada Lovelace, Margaret Fox en Joan Clark (vele van deze vrouwen werkten overigens

voor het leger of de marine) de marges in zijn geschreven. Zelfs voormalig Apple-baas en *technopreneur* Steve Jobs werd door velen op handen gedragen als een uniek genie – een lot dat vrouwelijke bazen van technische bedrijven tot op heden nog niet ten deel is gevallen. De moderne datacowboys zijn dus nog steeds witte mannen, en hun heldenschap heeft nog steeds de connotaties van de fantasieën uit de cyberpunk: die van de enkele nobele ‘Davids’ die op subversieve wijze nieuwe technologieën aanwenden voor het neerhalen van de kwade ‘Goliath’, veelal geduid als de onderdrukkende staat.

Een aantal dingen valt op bij deze hedendaagse nieuwemedia-activisten: ten eerste wordt de staat als ultieme slechterik gezien, terwijl er weinig wordt gekeken naar de rol die de technologische industrie mogelijk heeft in het inspelen op of zelfs bevorderen van wereldwijde onderdrukking. Ten tweede heeft de metafoor van ‘datacowboy’, naast zijn individualistische kenmerken die typerend zijn voor westerse mannelijkheid, ook een sterk kolonialistische connotatie – de opgang van de Amerikaanse cowboys richting de westkust van de Verenigde Staten ging tenslotte gepaard met het onderwerpen en bijkans uitroeien van de oorspronkelijke bewoners van dat continent. Dit kolonialistische trekje zien we ook in de activistische projecten van ogenschijnlijk links-liberale organisaties zoals de populaire Electronic Frontier Foundation, die technologische innovatie en de vrijheid van meningsuiting online bepleit middels een dubieuze karakterisering van het internet als het volgende ‘vrije land’ dat openstaat voor bemensing. We kunnen en moeten ons dus afvragen in hoeverre deze koloniale en mannelijke associaties ook nog wellicht, paradoxaal genoeg, aanwezig zijn in de beeldvorming rondom en de mogelijkheid van Malala’s online feministisch activisme, zonder dat we daarmee afdoen aan haar moed en goede intenties. We kunnen deze complicatie van het hedendaagse online feministisch activisme terugvoeren tot en verder onderbouwen via de meer kritische geluiden jegens het cyberfeminisme, die vanuit andere feministische hoeken geuit werden in de latere jaren negentig en begin 2000. Hierbij wordt het ook belangrijk dat we Haraway’s (1985) waarschuwing over de schaduwzijde aangaande de uitbuiting van met name niet-witte vrouwen in de technologie-industrie, zoals de erbarmelijke omstandigheden in de *maquiladora’s* (de fabrieken voor bijvoorbeeld elektronische chips die gesitueerd zijn in de vrijhandelszones in de buurt van de Amerikaans-Mexicaanse grens), alsook de militaire afkomst van de nieuwe technologieën serieuzer nemen. Een belangrijk tegengeluid tegen de utopische idealen van vervagende grenzen en ultieme transcendentie weg van het ‘vervelende’ gegenderde en etnische lichaam met haar ‘onderdrukkende’ aspecten via de nieuwe media, rees eind jaren negentig op uit het werk van feministische media-theoretici zoals Lisa Nakamura en Wendy Hui Kyong Chun die dieper ingingen op met name de racistische aspecten van ‘cyberspace’. Nakamura legt in haar belangrijke werk *Cybertypes: Race, Ethnicity, Identity on the Internet* uit hoe stereotypen online helemaal niet vervagen (zoals Turkle wellicht hoopte), maar juist gereproduceerd worden. Het hele idee dat je het ‘lastige’ lichaam, samen met zijn raciale en seksuele kenmerken, online achter je kunt laten, reproduceert namelijk een typisch masculien

en westers perspectief over de minderwaardigheid van het lichaam – gecodeerd als vrouwelijk en niet-wit – en de superioriteit van de geest of het verstand – gecodeerd als mannelijk en wit (Nakamura 2002). Het probleem zit derhalve niet ‘in’ het lichaam, maar in de taal en de beelden die we gebruiken om lichamen te duiden – dat wil zeggen, in de media zelf. Bovendien zijn de gebruikers van nieuwe media zelf ook in eerste instantie gecodeerd als mannelijk en wit: de geprezen interactiviteit van deze media veronderstelt immers een rationeel en actief subject, waarbij feminiene passiviteit ‘overwonnen’ en het net gekoloniseerd wordt. Dit betekent ook dat het probleem van de reproductie van ongelijkheid een gevolg is van de logica of de *vorm* die nieuwe media aannemen, en niet enkel een kwestie is van het aandragen van meer vrouwelijke of niet-witte ‘inhoud’. Sterker nog, de circulatie van inhoudelijke beelden van niet-witte vrouwen in de massa- en nieuwe media heeft volgens Nakamura zelfs een meer problematische functie dan de circulatie van beelden van witte mannen. Dit omdat niet-witte en niet-mannelijke representaties veel sneller stereotiep blijken te worden. Chun doet hier in ‘Orienting Orientalism: How to Map Cyberspace’ (2003) nog een schepje bovenop, door te stellen dat de nieuwe technologieën zelf een reflectie zijn van de dromen en angsten van het witte mannelijke subject, dat via een steeds stereotieper wordende representatie van niet-witte vrouwelijkheid in de media de existentiële angsten omtrent het ‘ontmoeten’ van radicaal andere mensen via het internet probeert te ondervangen en onderdrukken. Representaties van zulke meisjes en vrouwen behelzen derhalve volgens Chun zeer vaak een vorm van ‘hightech oriëntalisme’ en zijn zo bekeken zeer suspect.

Om duidelijker te maken hoe dit werkt, helpt het wellicht om hier even dieper in te gaan op de details van Nakamura’s argument. Nakamura gebruikt het werk van Rey Chow dat het interessante feit aankaart dat de westerse media dol zijn op representaties van Afrikaanse en Aziatische vrouwen in ontwikkelingslanden die zichzelf ‘authentiek emanciperen’. Voor het westers subject, zo redeneert Chow (1993), is de opkomst van grensoverschrijdende media en transportmiddelen eigenlijk een dubbelzinnig fenomeen: het lijkt de materialisering van de droom tot transcendentie, maar tegelijkertijd brengt het de rest van de wereld ook akelig dichtbij. Het westerse subject raakt hierdoor gedesorïenteerd. Om deze existentiële angst van het westerse subject met betrekking tot de nabijheid van radicaal andersoortige mensen te verlichten en te ‘begoochelen’, produceren en circuleren de westerse media extreem makkelijk te consumeren beelden van ‘authentiek inheemse vrouwen’. De manier waarop het mondiale kapitalisme met haar moderne technologieën deze vrouwen en culturen sterk beïnvloed en gevormd heeft, wordt hierbij genegeerd; deze vrouwen maken volgens de media eenvoudigweg ‘vanuit zichzelf’ net zo blij gebruik van die fantastische liberale waarden en bevrijdende technologieën als elke andere Westerling. De verspreiding van het internet, en het schijnbaar positieve verhaal dat deze vrouwen uit niet-westerse samenlevingen het net simpelweg gebruiken voor hun emancipatie, veegt dus hun anders-zijn uit en verheerlijkt het westerse culturele gedachtengoed. Het is om die reden dat Nakamura het in haar werk over ‘cybertyping’ heeft; cyber-

typing behelst een intensivering van het stereotyperen als gevolg van de verspreiding van de nieuwe media.

De drijfveer voor de verspreiding van de ideologie rondom de nieuwe media is dan ook evenzeer postkoloniaal-economisch; het internet zelf alsook de utopische retoriek met betrekking tot het internet spelen een belangrijke rol in een nieuw soort van mondiale kapitalistische kolonisering (Nakamura 2002). Dit standpunt komt overeen met wat Gayatri Spivak aankaart in haar controversiële artikel ‘Can the Subaltern Speak?’. Hierin beargumenteert zij dat de representatie van de ‘stemmen’ van mensen in ondergeschikte posities in niet-westerse landen – de ‘subaltern’ – door met name de westerse media (en Spivak bedoelt hier ook vooral veel westerse academische media, zoals wetenschappelijke artikelen en boeken) in feite een product is van het postkoloniale kapitalistische tijdperk. Zij waarschuwt er dan ook voor zulke ‘stemmen’ als bewijs voor een authentiek verlangen naar ‘emancipatie’ te zien. Zoals Sandra Ponzanesi in hoofdstuk 7 van in dit boek beschrijft, relateert Spivak deze troep van het romantiseren van de onderdrukten door het Westen met de gevleugelde woorden: ‘Witte mannen redden bruine vrouwen uit handen van bruine mannen’ (Spivak 1988: 97). Hiermee doelt Spivak op het feit dat deze romantisering in feite westerse masculiene borstklopperij behelst: het zijn immers de westerse liberale waarden en de verspreiding van innovatieve communicatietechnologieën die in eerste instantie worden verheerlijkt en, impliciet dus ook het mondiaal kapitalisme dat deze ‘barbaarse’ Afrikaanse en Aziatische landen helpt zich te ‘ontwikkelen’. Malala’s beeld is precies zo’n beeld dat makkelijk te consumeren is voor een westers publiek; het lijkt bijna expliciet in te spelen op een soort wit superioriteitsgevoel en militaire interventie met betrekking tot dat deel van Azië. Eenzelfde soort impliciete zelffelicitatie zien we terugkomen in bijvoorbeeld de uitbundige disseminatie van foto’s van gesluierte vrouwelijke activisten op sociale media tijdens de zogenaemde Arabische Lente, waarover door de westerse media tot vervelens toe beweerd werd dat het een ‘Facebookrevolutie’ betrof. De door Spivak aangekaarte witte-mannenfantasie over technologie en niet-westerse vrouwen zien we ook terugkomen in het werk van neokoloniale gelijkheidsfeministen die op nagenoeg dezelfde wijze een fenomeen als Malala ophemelen. Een voorbeeld is pleitbezorgster voor vrouwenrechten Angelina Jolie, die \$200.000 gaf aan het Malalafonds terwijl ze op een nieuwswebsite verkondigde dat ‘wij allemaal Malala zijn’ (Jolie 2012). Maar zoals Chandra Mohanty al jaren geleden in ‘Under Western Eyes’ (1984) terecht beargumenteerde, is een dergelijke feministische positie problematisch omdat het ten eerste de verlangens en situaties van niet-westerse vrouwen homogeniseert. Voorts wordt door middel van die homogenisatie geïmpliceerd dat ‘wij vrouwen’ allemaal in beginsel in hetzelfde parket zitten, hoewel niet-westerse vrouwen door ‘ons’ ‘geholpen’ moeten worden omdat ‘zij’ er ‘erger’ aan toe zijn dan ‘wij’ (vanwege hun zogenaamde ‘primitieve mannen’). Op deze manier wordt wederom het westerse liberale feministische gedachtegoed opgehemeld, en worden de echte oorzaken van onderdrukking door de continuering van koloniale verhoudingen via de globalisering van nieuwe technologieën ontkend.

Mohanty noemt dit problematische feministische standpunt dan ook een soort van discursieve kolonisatie – kolonisatie via een niet-neutraal medium zoals de academische en activistische manieren van spreken die verweven is met de ongelijke globalisering van het kapitalisme.

Dubbelheid van feministische representaties

via ‘masculiene’ technologie

Malala ‘spreekt’ dus dankzij de nieuwe en sociale media, en dit lijkt een feministisch winstpunt. Maar de nieuwe media zijn eigenlijk een extensie van de problematische *fantasie* van zulke liberale media-neutraliteit omdat ze bij uitstek ‘vrijheid van meningsuiting’ voor iedereen *lijken* te bewerkstelligen. De werking van de nieuwe media is feitelijk dus sterk gerelateerd aan de masculiene, racistische en kolonialistische trekjes die Nakamura, Chun, Mohanty en Spivak terecht aankaarten. Nieuwe media verheerlijken in feite een actief mannelijk en wit gecodeerd subject dat zich emancipeert via het verheffen van zijn of haar stem in deze media. Het medium wordt hierbij valselijk voorgesteld als een neutraal instrument dat iedereen kan gebruiken naar zijn of haar wens, terwijl deze nieuwe media eigenlijk subjecten koloniseren en produceren binnen een liberaal-kapitalistisch (ofwel neo-liberaal) kader. Door het consumeren van bijvoorbeeld de blog en de YouTube-filmpjes van Malala krijgt het westers subject via het interactieve medium van het internet de imaginaire controle terug over de verwarrende belevingen en aanvallen op zijn autonome identiteit die de verregaande globalisering oproept.

Om deze paradoxale problematiek rondom de nieuwe media nog verder uit te diepen, is het nuttig om opnieuw Haraway’s punt aangaande de militaire achtergronden van deze media ter harte te nemen. De hierboven besproken nieuwemedialogica kunnen we namelijk tevens terugvoeren tot de militaristische herkomst van het internet: het oorspronkelijke ArpaNet. Het ArpaNet was eind jaren zestig een innovatief project van het Amerikaanse Ministerie van Defensie (DARPA) en een aantal Amerikaanse universiteiten, dat zocht naar een communicatiesysteem dat onmiddellijke controle en communicatie over een lange afstand garandeerde. Het zoeken naar deze toepassing was zelf weer geïnspireerd door militaire ontwikkelingen tijdens de vroege Koude Oorlog binnen de onderzoeksbranche die zich met cybernetische systemen bezighield; commandocontrolesystemen die processen automatiseren via elektronische terugkoppelingen (Wiener 1948). Zoals in hoofdstuk 3 al werd genoemd, komt de term ‘cybernetica’ oorspronkelijk van het Griekse woord *kubernare* (κυβερναρε), dat ‘besturen’, ‘mennen’ of ‘dirigeren’ betekent. De vroegste cybernetische systemen voor militaire doeleinden droegen de afkorting C3I (commando, controle, communicatie, informatie), en worden tegenwoordig aangeduid met de afkorting C4ISTAR (commando, controle, communicatie, computers, *intelligence*, *surveillance*, *targeting acquisition* and *reconnaissance*). Zulke systemen, die tegenwoordig gebruikt worden

voor computersimulaties zoals videogames, vormen ook de basislogica van het internet in het algemeen: ze geven hun gebruikers schijnbaar meer controle en macht, omdat een deel van het functioneren van het systeem geautomatiseerd wordt. Dit betekent dat een deel van de werking van zulke systemen *ge-blackboxed* wordt (ofwel zich onttrekt aan de gebruiker); paradoxaal genoeg is de fantasie van het hebben van meer controle dus mogelijk gemaakt door een systeem dat een belangrijk deel van de controle op zich heeft genomen. Deze controlefantasie is wederom typerend voor het imaginaire westerse en mannelijke subject, dat zich valselijk de autonome meester waant over zijn instrumenten.

Dit witte mannelijke gemilitariseerde subject dat de impliciete gebruiker is van de nieuwe media waarmee vrouwelijke subjecten zich vervolgens ‘emanciperen’ terwijl tegelijkertijd die mannelijkheid gereproduceerd wordt, toont zich ook in de dubbele logica van het spelen van videogames. Het spel is in zekere zin gerelateerd aan het activistische gebruik van de nieuwe en sociale media, omdat het op dezelfde cybernetische logica is gestoeld. Helen Kennedy legt in ‘Lara Croft: Feminist Icon or Cyberbimbo?’ bijvoorbeeld uit dat een videogame zoals *Lara Croft: Tomb Raider* op het eerste gezicht zowel seksistische als feministische elementen in zich draagt. Aan de ene kant is haar representatie net als in de gelijknamige film sterk tot object gemaakt en geseksualiseerd, zodat mannen (en wellicht lesbische vrouwen), zoals Anneke Smelik in hoofdstuk 15 van dit boek ook uitlegt, vanuit een positie van voyeuristische macht naar haar kunnen kijken, terwijl de heteroseksuele vrouwelijke kijksters haar mogelijk als onhaalbaar ideaalbeeld internaliseren. Aan de andere kant is de protagoniste van de videogameversie waarmee de speler zich vereenzelvigd een vrouwelijke heldin; mannelijke spelers ondergaan dus in eerste instantie een soort van ‘transgendering’ – een schijnbare verving van de grenzen tussen mannelijk en vrouwelijk die de eerste cyberfeministen zoals Turkle en Plant, en in eerste instantie ook Haraway, omarmden zijnde het centrale potentieel van ‘cyberspace’. Echter, zegt Kennedy, via het spelen van het spel verwordt het vrouwelijk geconnoteerde speelbare personage van Lara Croft meer en meer tot een instrument dat in de handen van de spelers gecontroleerd en op den duur zelfs overwonnen wordt. Lara is dus uiteindelijk, naarmate de speler de videogame meer en meer gaat beheersen, een object in de dubbele zin van het woord: zowel van een mannelijk voyeuristisch verlangen als van het verlangen van het westerse mannelijke subject om de mysterieuze aspecten van de vrouw en van de technologie uiteindelijk te doorgronden en actief te overheersen (Kennedy 2002). Vanuit dit oogpunt is het niet zo verbazingwekkend dat de videogamecultuur, zoals ook de feministische blogger Anita Sarkeesian heeft laten zien in haar YouTube serie *Tropes vs Women in Video Games*, nog veel meer dan de patriarchale Hollywoodcinema een uitermate seksistische aangelegenheid is. Maar terwijl Sarkeesian haar terechte aanklacht vooral richt op het denigrerende gedrag van sommige spelers en de puberale jongens-fantasieën wat betreft de verbeeldingen van vrouwelijke karakters in videogames, vergeet zij dat het medium zelf ook al niet sekseneutraal is. Het is dus essentieel om in een feministische analyse van nieu-

we mediavormen niet enkel de ogenschijnlijke visuele representatie van vrouwelijkheid kritisch te analyseren, maar vooral ook kritisch te kijken naar de onderliggende functionaliteit van die nieuwe media. Als we hier dieper naar kijken, zien we dat de nieuwe media deels voortborduren op de filmtechnologie, maar ook fundamenteel verschillen van film vanwege hun cybernetische en militaristische achtergrond.

Het feit dat wij denken een authentiek beeld van Malala en meisjes als zij op YouTube en andere websites te zien, is vervolgens weer gekoppeld aan onze populaire opvattingen over wat moderne communicatie nu eigenlijk is. Het onderzoek naar en de verdere ontwikkeling en verspreiding van cybernetische systemen heeft moderne communicatietheorieën en populaire opvattingen over media namelijk in ernstige mate beïnvloed; mediacommunicatie werd steeds meer gezien als een koppelingsproces tussen mensen via een elektronisch ‘kanaal’, waarin pakketjes aan één kant ‘erin’ gestopt werden en idealiter aan de andere kant hetzelfde ‘eruit’ kwamen (Shannon & Weaver 1949; zie voor een toegankelijke kritiek op dit model bijvoorbeeld Chandler 1994). Er wordt in dit communicatiemodel net gedaan alsof de media zelf niets met de cultureel-economische context, de vorming van de inhoud, of zelfs de vorming van de mensen in die context te maken hebben. In de veel geprezen communicatieve interactiviteit van de nieuwe media en de zogenaamde mogelijkheden die deze bieden voor onderdrukte groepen en individuen om hun ideeën en verlangens als ‘pakketjes’ te dissemineren, zien we dit problematische fantasiebeeld terugkeren. Malala gaat in die context functioneren als ‘bewijs’ van het succes van westerse mannelijke en liberaal-feministische waarden en technieken. Om nog eens met Spivak te spreken: de subaltern – in dit geval Malala – kan wel haar stem laten horen, maar die stem is al voorgevormd door de masculiene esthetiek van de nieuwe media. Zij spreekt dus uiteindelijk niet ‘zelf’, hoewel het in eerste instantie *lijkt* alsof we Pakistaanse meisjes in het algemeen en Malala in het bijzonder van dichtbij kunnen ervaren en begrijpen via de nieuwe media. Dit begrip van Malala is echter gebaseerd op een simulatie – een beeld dat vooral een product is van de infrastructurele en esthetische kenmerken van de nieuwe media in een door sterke ongelijkheden gekenmerkte globale context. De eigenlijke relatie tussen technologische globalisering en bepaalde vormen van uitbuiting en hedendaags kolonialisme wordt via zo’n simulatie dus verborgen of ontkend, omdat beelden uit hun context gerukt worden. Dit zie je ook met de internet *memes* die gefabriceerd worden van Malala’s citaten: niet alleen gaat zo’n citaat een eigen leven leiden, maar vaak weten we ook al helemaal niet meer of het citaat daadwerkelijk van Malala afkomstig is. Sterker nog, zulke virale simulaties volgen elkaar vandaag de dag zó snel op dat dergelijke beelden tegelijkertijd leiden tot een vluchtige en oppervlakkige consumptie; de gebruiker vergeet de feministische boodschap bijna net zo snel als dat die gedissemineerd is.

Feministische ‘prosumptie’ van en via de nieuwe media

De snelle verspreiding van het beeld van Malala en de manieren waarop dit beeld verweven is met de problematische structuren en ideologieën van het hedendaagse seksistische en racistische globale kapitalisme, laten ons dus zien dat de nieuwe media voor feministische activisten een uitermate paradoxaal medium zijn. Aan de ene kant kunnen feministische ideeën en representaties sneller dan ooit gefabriceerd en gedissemineerd worden, maar aan de andere kant zijn de representaties die viraal worden via de sociale media vaak ‘cybertypes’ die verbergen hoe de echte macht van de nieuwe media gelegen is in hun cybernetische functionaliteiten en de inherente onderwerping van elk anders-zijn aan een witte mannelijke subjectsfantasie. We kunnen deze paradoxale logica ook aflezen aan het feit dat, hoewel er zeker velerlei alternatieve representaties in de nieuwe media circuleren, de wereld niet echt een minder racistische of seksistische plek lijkt te worden (al is Malala’s situatie zonder twijfel verbeterd); eigenlijk blijken deze vormen van onderdrukking, alsook de globale klasseverschillen, alleen maar erger te worden. Dit heeft onder andere te maken met het feit dat het internet sinds zijn militaristische oorsprong volledig gecommmercialiseerd is, en dus een rol speelt in de verregaande feminisatie van onderklassearbeid alsook de nieuw-koloniale uitbuiting van arme vrouwen (en sommige mannen) door met name westerse bedrijven. Voorbeelden hiervan zijn het gevecht over grondstoffen voor het maken van computers in delen van Afrika, en de slechte arbeidsomstandigheden in de computerdemontageindustrie in Azië (zie bijvoorbeeld Nakamura 2009). Het gros van de feministische blogs en websites, zoals het beroemde *Feministing* of *NetNoir* eindigen dus verdacht vaak op ‘.com’, maar zelfs feministische websites die op ‘.org’ of ‘.net’ eindigen, zijn nog altijd essentieel verbonden met de globale infrastructuur van het internet dat bestaat uit veelal westerse commerciële bedrijven. We kunnen deze problematiek uiteindelijk ook terugzien in hoe feministische inzet van sociale media verwickeld is met het kapitalisme via het ‘ideaal’ van de actieve en interactieve mannelijk-gecodeerde gebruiker. Tiziana Terranova stelt in ‘Free Labor’ dat niet alleen de consumptie, maar ook de productie van feministisch en ander activistisch gedachtengoed via de nieuwe en sociale media *zelf* al een vitaal onderdeel is geworden van het globale kapitalisme, omdat veel van dit werk eigenlijk een paar grote commerciële en veelal Amerikaanse bedrijven spekt zonder dat hier een geldelijke vergoeding voor betaald wordt. Dit betekent volgens Terranova dat zelfs de productie van feministische beelden, video’s en tekst online eigenlijk een vorm van ‘prosumptie’ behelst (Terranova 2004). Prosumptie is een situatie waarin de inspanningen van deze feministen, samen met een simulatie van feministische solidariteit, aan hen terug verkocht worden via het internet. Deze situatie betreft een simulatie, omdat de manieren verborgen blijven waarop deze bedrijven een rol spelen in de reproductie van ongelijkheid tussen vrouwen. De blog van Malala spekt bijvoorbeeld in de eerste plaats de kas van de BBC, terwijl de website van haar Fonds vooral de kas spekt van GoDaddy; de inhoudelijk fantastische video’s van de feministische mediacritica

en *videogamer* Sarkeesian brengen voornamelijk geld in het laatje van Google dat tegenwoordig YouTube exploiteert; en de virale beelden op Facebook van Egyptische vrouwen tijdens de Arabische Lente spekken de portemonnee van de door sommigen als sociale mediaheld geziene Mark Zuckerberg.

Met andere woorden: de strijd voor feministische en niet-witte emancipatie loopt vandaag de dag via een verregaande vercommercialisering van etnische en sekseverschillen in de oude maar vooral ook de nieuwe media. En terwijl Google profiteert van bijvoorbeeld Sarkeesian's oprechte feministische aanklacht tegen het extreem infantiele seksisme van de westerse puberaal-jongensachtige *gamer*-cultuur, wordt Sarkeesian zelf het onterechte mikpunt van een nog ernstiger online seksisme dat dus inderdaad de contrasten tussen mannelijk en vrouwelijk alleen maar verder stereotipeert. Blogheldin Malala blijkt een perfect voorbeeld van het hedendaagse feministische nieuwemedia-activisme: succesvol, wijdverspreid en met vele Facebook en YouTube *likes* en *views*; maar ook onlosmakelijk verbonden met de masculiene, militaristische en nieuw-koloniale aspecten van die media. Deze dubbelheid laat ons wederom zien dat een diepgaande kritische cyberfeministische analyse van de nieuwe media meer dan ooit urgent is. Cyberfeminisme en feministisch online-activisme zijn, zoals Gajjala en Oh in hun boek laten zien, vandaag de dag zeker wel mogelijk en uiteraard ook wenselijk – als bewijs hebben we een overvloed aan voorbeelden van feministisch hashtag-activisme, feministische virale video's, Facebook-pagina's voor vrouwenrechten en feministische blogs. Maar laten we ons niet blindstaren op deze overvloed aan feministische beelden en de soorten van ogenschijnlijke emancipatie zoals die van meisjes als Malala; wij moeten ons tenslotte als solide feministische onderzoekers altijd blijven afvragen over wier hoofden en via wat voor vormen van onderdrukking en uitsluiting die mogelijkheid tot stemverheffing tot stand gekomen is.

Onderzoeksvragen

- 1 Bekijk het YouTube filmpje met het interview van Jon Stewart in zijn Daily Show met Malala (www.youtube.com/watch?v=gjGL6YY6oMs). In welk opzicht is hier sprake van 'cybertyping' of 'hightech orientalism'? Analyseer de manier waarop Malala Yousafzai hier gerepresenteerd wordt en reflecteer over hoe dit filmpje tot jou komt via de nieuwe media.
- 2 Een ander voorbeeld van succesvol feministisch nieuwemedia-activisme is de virale disseminatie een paar jaar geleden van de documentaire *MissRepresentation* (www.therepresentationproject.org/films/miss-representation). Waarom denk je dat juist deze documentaire zo populair werd op het internet? Welke manifestatie van feminisme zie je hier en wat zegt de website en de documentaire impliciet over mediatechnologieën?

- 3 Kun je online uitvinden waar, hoe, en door wie precies de sociale en nieuwemedia-software en -hardware die je dagelijks gebruikt, gemaakt wordt? Wat zijn je bevindingen – als je die al hebt – in termen van gender, etniciteit, leeftijd, en geografische locatie van degenen die bijdragen aan het bouwen van deze media? Wat kom je niet te weten?