Universiteit
Leiden
The Netherlands

Digitale dubbelgangers: identiteit in de verbeeldcultuur

Mul, E.E.M.M. de

Citation
Mul, E. E. M. M. de. (2023, September 5). *Digitale dubbelgangers: identiteit in de verbeeldcultuur*. Retrieved from https://hdl.handle.net/1887/3638495

Version:	Publisher's Version
License:	Licence agreement concerning inclusion of doctoral thesis in the Institutional Repository of the University of Leiden
Downloaded from:	https://hdl.handle.net/1887/3638495

Note: To cite this publication please use the final published version (if applicable).

Hoofdstuk 1 De dubbelganger in de verbeeldcultuur

Picturing things, taking a view, is what makes us human.

Gerard Richter

INLEIDING

Dit eerste hoofdstuk bestaat uit een verkenning van de huidige, westerse beeldcultuur waarvan digitale dubbelganger deel uitmaken. De hiernavolgende analyse bestaat uit drie stappen en loopt uit op een eerste, vanuit het beeld gedachte, bepaling van de dubbelganger.

In paragraaf 1.1 van dit hoofdstuk schets ik *de contouren van de moderne beeldcultuur*. Daarbij begin ik met een korte karakterisering van de huidige beeldcultuur (1.1.1). Ik ga achtereenvolgens nader in op beeldcultuur (1.1.1.1) en de daarmee gepaard gaande 'wending naar het beeld' (*pictorial turn)* in de geesteswetenschappen (1.1.1.2) en op enkele valkuilen die daarbij opdoemen (1.1.1.3). In paragraaf 1.1.2. bespreek ik twee fundamentele kenmerken van de mechanische verbeelding: de reproduceerbaarheid van het beeld (1.1.2.1) en de in dienst van beheersing staande beeldwording van de moderne wereld (1.1.2.2). In 1.1.3 komt vervolgens de digitalisering van het beeld aan de orde. Achtereenvolgens ga ik in op de kenmerken van het technische beeld (1.1.3.1) en op de recombineerbaarheid van het digitale beeld (1.1.3.2)

Daarna zoom ik in paragraaf 1.2 in op *de dubbelzinnigheid van het beeld.* Na een korte beschouwing van de grote variëteit aan beelden, zal ik betogen dat deze variëteit het onmogelijk maakt een eenduidige definitie van het beeld te geven, omdat we hier eerder te maken hebben met een familiegelijkenis, dat wil zeggen met een hele waaier van betekenisaspecten (1.2.1.1). De dubbelzinnigheid wordt nog vergroot door het feit dat bij de meeste beelden meerdere betekenisaspecten aan de orde zijn (1.2.1.2). Tegen die achtergrond ga ik vervolgens in op de ambiguïteit en ambivalentie van het beeld, die zich ook laat aflezen in de geschiedenis van de filosofische reflectie op het beeld (1.2.1). Ik focus daarbij op de ambigue relatie tussen beeld en realiteit, die heeft geleid tot verschillende vormen van beeldverwerping en beeldverheerlijking (1.2.2.1), als ook tot heel verschillende 'visies' op het zien, variërend van de opvatting dat het zien het nobelste zintuig is, tot kritiek op het onderwerpende karakter van de 'kwade' en panoptische blik (1.2.2.2).

In paragraaf 1.3 ga ten slotte nader in op *de verbeelding van de dubbelganger*. In de eerste paragraaf over fictieve en echte dubbelgangers in de media (1.3.1) sta ik achtereenvolgens stil bij het dubbelgangermotief in moderne romans, films en reality-tv series (1.3.1.1) en bespreek ik de

dubbelzinnigheid die kleeft aan deze dubbelgangers (1.3.1.2). In de paragraaf 1.3.2 focus ik op digitale dubbelgangers. Na een korte karakterisering van de digitale verbeelding van de mens (1.3.2.1) zal ik betogen dat de eerder benoemde ambiguïteit en ambivalentie van het beeld zich ook voordoet bij de digitale dubbelgangers. Enerzijds wordt de digitale dubbelganger positief beoordeeld als een instrument dat de mens in staat stelt zijn eigen identiteit vrijelijk te verbeelden, anderzijds wordt deze opgevat als een door externe krachten gemanipuleerde schaduw (1.3.2.2).

In paragraaf 1.4 ten slotte vat ik de bevindingen in dit hoofdstuk bij wijze van een kwalitatieve aggregatie samen in drie 'assen' van het digitale beeld (volhardendheid, toegankelijkheid en manipuleerbaarheid), die in de volgende twee hoofdstukken een additionele betekenislaag krijgen op basis van de disciplinaire perspectieven die in die hoofdstukken centraal staan.

1.1 De verbeeldcultuur

1.1.1 De beeldcultuur

Hoewel de wereld zich natuurlijk altijd al op een visuele manier aan de met ogen uitgeruste mens toont (Poster 2002, 67), heeft de grootschalige opkomst van technologische media, zoals fotografie, televisie, film en sinds enkele decennia ook computers en smartphones die ons mobiele toegang geven tot het internet, bijgedragen aan een moderne beeldcultuur waarin technologisch gemedieerde beelden talrijk aanwezig zijn in de ervaring van het dagelijks leven. Deze 'mediated' representaties van de wereld verschillen van 'natuurlijke' beelden (bijvoorbeeld het uitzicht dat je ziet als je vanaf de Posbank de Veluwe aanschouwt) omdat het 'intentional, encoded communications' betreffen (Walker & Chaplin 1997, 22). We zouden kunnen stellen dat de moderne beeldcultuur zich kenmerkt door een hoge mate van *mediatization* (soms ook aangeduid als *mediazation*) van onze ervaringen van de wereld, de ander en onszelf. Deze gemediatiseerde werkelijkheid gaat daardoor in toenemende mate onze alledaagse werkelijkheid bepalen, wat zich onder meer laat aflezen aan het grote aantal uren dat we tegenwoordig achter uiteenlopende beeldschermen en -schermpjes doorbrengen. Of in de woorden van John B. Thompson: "As media simulations become ever more pervasive, they gradually encroach upon our experience of 'first order' reality" (Thompson 1990, 124).

Neem nu mijzelf. Ik sta op met het beeldscherm van mijn mobiele telefoon (tevens alarm) en bekijk daarop tijdens het ontbijt beelden op nieuwssites, Facebook, Twitter, Instagram of YouTube. Tijdens de reis naar mijn werk word ik zowel op de stations als in de trein omgeven met beeldschermen die me informatie geven in de vorm van treintijden en reclamebeelden die mijn aandacht opeisen. Volgens reclameonderzoeker John Faase consumeren we alleen al aan reclameboodschappen, inclusief productverpakkingen, dagelijks gemiddeld 1546 beelden (Faasse 2015). Op dagelijkse basis zit ik minstens 8 uur achter het *beeld*scherm van mijn laptop om colleges voor te bereiden, opdrachten na te kijken, dit proefschrift te voltooien (vaak langer als ik 's avonds een eBook of de digitale krant lees). De niet aflatende stroom beelden op televisie laat ik meestal aan mij voorbijgaan, maar ik kijk wel regelmatig via Netflix naar mijn favoriete films en series. In de krant illustreren foto's en grafieken het geschreven nieuws, op sociale media komen er foto's, digitale nieuwsberichten, infographics en hardlooproutes van vrienden voorbij. Een afspraak zoek ik op in een digitale agenda, Google Maps helpt me visueel de weg te vinden op onbekend terrein. In de bioscoop laat ik alvorens van de filmbeelden te genieten mijn digitale kaartje zien, mijn treinreizen worden op datum weergegeven op mijn persoonlijke online ov-chipkaart overzicht en ik leer de ukelele te bespelen door de bewegingen van een leraar in een YouTube tutorial na te bootsen. En ten tijde van de afronding

van dit proefschrift in de jaren 2020-2022, waarin het leven grotendeels in het teken stond van COVID-19 en de alsmaar strengere maatregelen om dit virus te bedwingen, werd een belangrijk deel van mijn wereld – en iedereen daarin – iets dat zich voornamelijk via beeldschermen afspeelt.

De genetwerkte mens geldt vaak niet enkel als consument, maar ontpopt zich ook regelmatig als een maker, die bijdraagt aan deze niet aflatende stroom nieuwe beelden. Neem bijvoorbeeld alleen al de eerdergenoemde 'selfie'. In 2022 waren actieve smartphonegebruikers goed voor 92 miljoen selfies *per dag* wereldwijd (Broz 2022). En dit is nog maar een enkel aspect (of uitwas, zo men wil) van de beeldcultuur. Of het nu gaat om werk, vrijetijdsbesteding of de omgang met vrienden en familieleden, technische beelden zijn alomtegenwoordig. In 2003 stelde Shaviro al dat we leven in een tijd met zoveel afbeeldingen, dat er niet genoeg 'real-time eyeballs' zijn om ze te bekijken (Shaviro 2003, 79). Inmiddels zijn de aantallen zo duizelingwekkend, dat ook het voorstellingsvermogen tekortschiet.

Om de digitale dubbelganger, een van de beeldende verschijningsvormen van onze tijd, af te tasten om hem zo beter te gaan begrijpen, zal ik hem in dit hoofdstuk plaatsen in de bredere context van de hierboven geschetste gemediatiseerde *beeldcultuur* ofwel *visuele cultuur* (naar het Engelse *visual culture*). Deze twee termen worden in de Nederlandse taal veelal als synoniemen gebruikt (Pauwels en Peters 2005, 18). Soms wordt de term 'visuele cultuur' – expliciet of impliciet – in een bredere betekenis gebruikt en slaat deze dan behalve op media bijvoorbeeld ook op andere verschijnselen met een sterk visueel karakter, zoals architectuur, mode en stedelijke vormgeving. De term 'beeldcultuur' verwijst dan naar een specifiek gebied *binnen* de visuele cultuur dat wordt gekenmerkt door *visuele mediaproducten* (zie bijvoorbeeld Mirzoeff 1999; Cartwright & Sturken 2001). In dit proefschrift zal ik doorgaans kiezen voor het Nederlandse woord 'beeldcultuur' en gezien het onderwerp van dit proefschrift vaak ook – nog wat specifieker – voor '*digitale* beeldcultuur'. Waar het gaat om het bijvoeglijk gebruik van 'beeldcultuur' zal ik het woord 'visueel' overigens wel regelmatig gebruiken, omdat dit in het Nederlands binnen de context van de beeldcultuur gebruikelijker is dan het adjectief 'beeldend'.

1.1.1.1 Talloos zijn de beelden in de wereld

De fascinatie voor het beeld is, zoals eerder gesteld, niet nieuw, evenmin zijn beeldculturen en de bestudering daarvan een recent gegeven.[7] Mensen leven als 'kijkende dieren' in een visuele wereld en zijn van oudsher gefascineerd door nabootsende beelden en ze beleven daar bovendien ook veel plezier aan. Aristoteles merkt in zijn Poëtica al op dat afbeeldingen van de werkelijkheid een intrinsiek genot schenken (Aristoteles 1995) en ook Girard's ruim tweeduizend jaar later gepresenteerde theorie van de mimetische begeerte wijst erop dat dit nog altijd een fundamenteel kenmerk van de menselijke levensvorm betreft (Girard 1961). Dat verklaart bijvoorbeeld ook het uitbundig gebruik van beelden in de reclame; het zijn uitstekende aandachtstrekkers (Wu 2016). Dat de aandacht voor de rol van het beeld en meer in het algemeen de wetenschappelijke bestudering van visualisering en visuele

[7] Hoewel er in het vervolg van dit hoofdstuk een aantal representanten van de jonge traditie van *visual cultures studies* aan de orde komen (alsook enkele van haar 'voorvaderen'), is het vanzelfsprekend niet mijn pretentie de gehele geschiedenis van de *visual culture* en de theorievorming daaromtrent in kaart te brengen. In het kader van dit proefschrift beperk ik me tot enkele uit deze traditie afkomstige denkers en perspectieven die me in staat stellen de digitale dubbelganger historisch en conceptueel te situeren binnen de geschiedenis van (de bestudering van) beeldcultuur. De focus is daarbij vooral gericht op de *mediërende* rol van beeldtechnologieën. Naast recente literatuur bespreek ik ook studies over beeld en beeldcultuur die weliswaar zijn geschreven in het pre-digitale tijdperk, maar nog steeds relevant blijken te zijn voor de analyse van de huidige "*digital* visual culture" (Darley 2000) ofwel - wat ik in het voorafgaande heb aangeduid als - digitale beeldcultuur.

cultuur in de afgelopen eeuw zo'n enorme vlucht heeft genomen, hangt samen met de introductie van een hele reeks nieuwe visuele (re)productiemedia, zoals fotografie, film, geïllustreerde bladen, televisie, video, de multimediale computer en de smartphone. De in de hedendaagse digitale beeldcultuur vertoevende mens vat zijn wereld in toenemende mate in beelden, communiceert in beelden en drukt ook zichzelf primair in beelden uit. Beeld, zo stelt visuele cultuurwetenschapper Nicholas Mirzoeff in zijn *Introduction to Visual Culture* eind vorige eeuw*,* is inmiddels niet alleen een vast onderdeel van ons alledaagse leven, maar in toenemende mate geldt dat "it *is* your everyday life" (Mirzoeff 1999, 3). Met de publieke doorbraak van de smartphone die werk, vrije tijd, socialisatie en consumptie aaneenrijgt in een niet aflatende stroom beelden is deze vaststelling inmiddels zeker niet meer overdreven te noemen. Volgens Mirzoeff zouden we de alomtegenwoordigheid van gemedieerde visuele beelden kunnen zien als hét kenmerk dat de moderne samenleving onderscheidt van de eerdere tijdvakken: "In many ways, people in industrialized and post-industrial societies now live in visual cultures to an extent that seems to divide the present from the past" (idem, 4). Hoewel het aantal beelden waarmee we dagelijks geconfronteerd worden zonder meer indrukwekkend is, is het begrip 'beeldcultuur' echter niet alleen en niet in de eerste plaats een louter kwantitatief begrip dat slaat op het aantal beelden dat wordt gemaakt en bekeken. Het duidt ook op een *kwalitatieve* omslag in het begrip van de culturele rol die beelden spelen. Eind jaren '70, bijvoorbeeld, stelde kunstenaar en filosoof Guy Debord in zijn boek *De Spektakelmaatschappij* [*La Société du spectacle*] (1967) reeds fameus dat het steeds vaker beelden zijn die de samenleving vormgeven, wat ertoe leidt dat de huidige samenleving ten diepste uit spektakel bestaat (Debord 2015, 17, 22). Volgens Debord is het spektakel niet zozeer gelegen in de alomtegenwoordigheid van het beeld, maar dient het in de eerste plaats te worden gezien als een (kapitalistisch) werktuig dat "sociale relaties tussen mensen vormgeeft *op basis van bemiddeling door beelden*" (Debord 2015, 10, cursief EdM). Je zou kunnen zeggen dat ons leven in onze huidige, westerse beeldcultuur op een fundamentele wijze is *ver*beeld, en zij voor alles een *ver*beeldcultuur is – de wereld doet zich meer en meer bemiddeld door beelden aan ons voor. Iets 'bestaat' slechts voor zoverre het 'in beeld komt' in een van de vele beschikbare media. Dat geldt voor het consumptiegoed dat via reclameboodschappen aan de mens wordt gebracht niet minder dan voor de hedendaagse politicus die zich vooral bezighoudt met 'beeldvorming'. Zelfs de wetenschapper wordt tegenwoordig mede afgerekend op zijn 'zichtbaarheid' in de media.

1.1.1.2 De wending naar het beeld

De toenemende gemedieerde visualisering is niet enkel een alledaags verschijnsel. Ook op het gebied van de wetenschappen is deze tendens te herkennen; zo speelt de visualisatie van onderzoeksdata tegenwoordig in vrijwel alle wetenschapsgebieden een belangrijke rol. Zo presenteren de neurowetenschappen hun onderzoek van de hersenen bijvoorbeeld vaak met fraai gekleurde MRI-scans, visualiseren sociale wetenschappers hun statistische bewerkingen door middel van 'infographics', illustreren ook geesteswetenschappers hun onderzoek met plaatjes en wordt er veelvuldig "geobserveerd" in wetenschappelijk onderzoek. En van aansprekende beelden voorziene PowerPoint- en videopresentaties zijn niet meer weg te denken van de hedendaagse wetenschappelijke conferentie. Beelden, in de vorm van grafieken, schema's, simulaties, foto's, videoclips, zijn bijzonder krachtige middelen om complexe informatie over te dragen. Het cliché dat één beeld meer zegt dan duizend woorden bevat, zoals veel clichés, waarheid. Niet iedereen ziet die visualisering van de wetenschap overigens als een positieve ontwikkeling. De Duitse antropoloog Johannes Fabian, bijvoorbeeld, richt zijn pijlen op wat hij aanduidt als het dominante 'visualisme' van de hedendaagse wetenschappen, zoals die tot uitdrukking komt in de hierboven benoemde nadruk op 'observatie' (Fabian 1984).

Dat visualisering zich zo massaal voordoet heeft wellicht te maken met het feit dat onze wereld steeds complexer wordt (Zijlmans 2002, 77). Die 'onoverzichtelijkheid' vraagt om nieuwe vormen van visualisering. "Diagrammen, datagrafieken en visuele middelen zijn de taal geworden waarin we verblijven in deze abstracte en complexe wereld. Ze helpen ons begrijpen, creëren en de werkelijkheid ervaren" (idem). Het beeld heeft zich niet alleen ontwikkeld tot een belangrijk *instrument* van de wetenschappen; in het eerste deel van dit hoofdstuk behandelde ik het gegeven dat beeld en beeldcultuur ook steeds belangrijker *onderzoeksobjecten* zijn geworden. We zagen daarbij dat de bestudering van beeld zeker geen nieuw gegeven is – wel is de focus op het beeld zelf en visualisering als zodanig in bijvoorbeeld visual culture studies en digitale cultuurstudies een teken van wat we een paradigmatische 'wending naar het beeld' (*pictorial turn*) in de cultuurwetenschappen zouden kunnen noemen. Het begrip 'pictorial turn' is ongeveer gelijktijdig geïntroduceerd door anglist, kunsthistoricus en visuele cultuurwetenschapper William Mitchell en de kunsthistoricus en filosoof Gottfried Boehm (Curtis 2010). In zijn boek *Picture Theory* (1994) vergelijkt Mitchell deze *pictorial turn* zelf met de door filosoof Richard Rorty geïntroduceerde term *linguistic turn* (Rorty 1967). Laatstgenoemde term duidt op de dominantie van het tekstuele paradigma dat in het begin van de twintigste eeuw opkwam en in de filosofie en de geesteswetenschappen nog tot in de jaren tachtig overheerste in de op de linguïstiek gebaseerde bewegingen als het structuralisme en poststructuralisme (Mitchell 1994, 11-13). Volgens Mitchell zien we dat zich daarna zowel in de alfa- als de bèta- en gammawetenschappen een transformatie heeft voorgedaan naar een beeldend model van de wereld. Waar de *linguistic turn* uitdrukking gaf aan de bewustwording van het feit dat de taal geen neutraal en transparant medium is, maar de werkelijkheid voor de taalgebruiker op een specifieke wijze categoriseert en als zodanig vormt, richt de wending naar het beeld de aandacht op de vergelijkbare wijze waarop de technologische 'verbeelding' van de wereld onze huidige (beeld)cultuur constitueert.

Er wordt tegenwoordig ook wel met een meer overkoepelende, aan mediafilosoof McLuhan (1964, 1967) ontleende, term gesproken van een *mediatic turn*, een term die verwijst naar het inzicht dat in feite *ieder medium* waarin de werkelijkheid wordt gerepresenteerd – gesproken taal, schrift, boekdrukkunst, roman, muziek, schilderkunst, fotografie, film, televisie, computersimulaties, et cetera – de werkelijkheid op een fundamenteel onderscheiden – dat wil zeggen *mediumspecifieke wijze* (Bernstein, 2008) – vormgeeft en in een bepaald opzicht zelfs schept. De achttiende-eeuwse filosoof Kant wordt daarbij vaak als 'grootvader' genoemd, daar die in zijn *Kritik der reinen Vernunft* een 'Copernicaanse wending' teweegbracht door te argumenteren dat onze geest zich niet naar de werkelijkheid richt, maar dat omgekeerd de werkelijkheid zich richt naar de vormen van onze zintuiglijkheid en de categorieën van ons verstand (Kant 1968). In de negentiende-eeuw ontwikkelde zich de – door Rorty als *linguistic turn* aangeduide – overtuiging dat die categorieën niet losgezien kunnen worden van de natuurlijke taal, terwijl de ontwikkeling en massale verspreiding van uiteenlopende nieuwe beeld- en geluidstechnologieën in de negentiende en twintigste eeuw leidden tot de *pictorial turn* en tot de meer algemene these van de *mediatic turn,* het idee dat ieder nieuw medium onze ervaring van de werkelijkheid opnieuw reconfigureert.

Gottfried Boehm – de tweede 'vader' van de visuele wending – ziet de door hem als 'iconische wending' aangeduide ontwikkeling zich na Kant onder meer aftekenen in het werk van Nietzsche, Bergson, Freud, Husserl en Wittgenstein (Boehm 1994,7). Op Nietzsche kom ik verderop in dit hoofdstuk nog terug. In de volgende paragrafen wil ik evenwel aanknopen bij twee andere filosofen die eveneens een belangrijke rol hebben gespeeld in de wending naar het beeld, en die bovendien bij uitstek relevant zijn voor mijn onderzoek: Walter Benjamin en Martin Heidegger.

1.1.1.3 Wat de wending naar het beeld niet is

Voordat ik daartoe overga, wil ik – bij wijze van een kort methodologisch intermezzo – kort stil staan bij enkele valkuilen of 'denkfouten' (*fallacies*) die volgens Mitchell de visual culture studies bedreigen en die we zowel bij voorstanders als tegenstanders van deze jonge discipline aantreffen. Begin deze eeuw constateerde hij dat "[t]he field has trapped itself inside of a whole set of related assumptions and commonplaces that, unfortunately, have become the common currency of both those who defend and attack visual studies as a dangerous supplement to art history and aesthetics" (Mitchell 2002, 171). Smith schrijft enkele jaren later dat, gesteld dat de door Mitchell waargenomen en beschreven denkfouten inderdaad wijdverbreid zijn, "it is important to take account of these factors when beginning any visual culture study" (Smith 2005, 251). Om te voorkomen in dit proefschrift in de door Mitchell genoemde valkuilen te stappen, sta ik kort stil bij vier van deze *fallacies:*

'Fallacy of the pictorial turn'. Hiermee verwijst hij naar het foutieve idee dat de 'pictorial turn' een kwantitatief begrip zou zijn dat zou verwijzen naar de hegemonie van het visuele in de moderne cultuur, die tot uitdrukking zou komen in de dominantie van visuele media en spektakel boven spraak, schrift en lezen en dat gepaard zou gaan met een afzwakking van andere zintuigelijke modaliteiten. Die voorstelling van zaken is volgens Mitchell om twee redenen een drogbeeld. Niet alleen omdat het beeld in alle culturen en in alle tijden een belangrijke rol heeft gespeeld (zelfs, of misschien wel juist, in culturen waarbinnen beeldverboden bestonden!), maar ook omdat in de huidige cultuur de andere zintuigelijke modaliteiten geenszins zijn verdwenen. De 'pictorial turn' verwijst veeleer naar een *bewustwording van een omslag in de rol die het beeld in huidige digitale cultuur* speelt. De term 'pictorial turn' is daarmee primair een trope, een stijlfiguur die bovendien vanuit een historisch oogpunt bezien wel vaker is gebruikt; Mitchell verwijst bijvoorbeeld naar Plato's iconofobische waarschuwingen voor de overheersing van het denken door beelden, en naar Lessing die in de *Laocoon* waarschuwt voor de tendens om de effecten van beeldende kunst in de literaire kunsten te imiteren (Mitchell 2002, 173). De 'pictorial turn' is dus niet uniek voor onze tijd, maar wel neemt deze stijlfiguur in ieder tijdvak nieuwe *mediumspecifieke* vormen aan, die samenhangen met historische omslagpunten, bewerkstelligd door de uitvinding van nieuwe vormen van visuele beeldproductie- en receptie, zoals het schrift, het perspectivisme in de schilderkunst, fotografie en film, het internet en deepfake technologie. De verleiding is groot om hier een historisch model uit te distilleren dat bestaat uit monolithische blokken, waarbij dan bijvoorbeeld het tijdperk van het schrift wordt opgevolgd door het tijdperk van het visuele – maar dit doet volgens Mitchell geen recht aan de complexere realiteit, waarbij verschillende media naast elkaar bestaan en elkaar beïnvloeden (idem). Om deze reden plaats ik de digitale dubbelganger in een langere historie van (visuele) dubbelgangers – waarmee ik duidelijk maak dat dubbelgangers *an sich* niet representatief zijn voor onze huidige tijd of vanuit een historisch oogpunt uniek zouden zijn. Wel kunnen we de opkomst van de *digitale* dubbelganger zien als een meer recente 'pictorial turn' die vraagt om een onderzoek naar de nieuwe, mediumspecifieke wijze waarop digitale technologieën dit nieuwe type dubbelgangers en de daarmee samenhangende ervaring en omgang met dergelijke dubbelgangers mogelijk maken.

'Fallacy of technical modernity'. Een tweede denkfout die Mitchell noemt, betreft de gedachte dat de wending naar het beeld een typisch westers, modern verschijnsel zou zijn, een product van nieuwe mediatechnologieën, in plaats van een fundamenteel element van menselijke culturen in het algemeen. Deze drogreden treffen we nogal eens aan in bij wetenschappers die moderne technische media (zoals film, televisie en het internet) bestuderen en deze beschouwen als bepalende elementen van '*de* beeldcultuur' als zodanig (Mitchell 2002, 172). Omdat, zoals hiervoor al opgemerkt, iedere cultuur in iedere tijd zijn eigen 'pictorial turns' kent, is dit een onhoudbaar standpunt (Mitchell 2002,

174). In dit licht bezien zouden we ook de digitale dubbelganger als een beeldmanifestatie kunnen begrijpen die gebonden is aan een lokale tijd en plaats: de twintigste- en eenentwintigste-eeuwse westerse cultuur. Toch dient hierbij wel een kanttekening te worden gemaakt. Hoewel de oorsprong van de digitale beeldcultuur in het Westen ligt, heeft deze beeldcultuur zich wel wereldwijd verspreid. Zeker in de twee decennia die sinds Mitchells analyse van de *fallacies* zijn verstreken heeft deze beeldcultuur een exponentieel verlopende verspreiding vertoond. Anno 2022 bezit reeds meer dan de helft van de wereldbevolking een smartphone met internetaansluiting en toegang tot sociale media. We dienen evenwel te beseffen dat de uit het de westerse cultuur afkomstige nieuwe media in andere culturen vaak op een originele wijze worden toegeëigend en opgenomen in de lokale cultuur en dat er inmiddels - met name in Azië - ook een eigen digitale beeldcultuurindustrie is ontstaan met eigen kenmerken en toepassingen, die op hun beurt ook de westerse digitale beeldcultuur weer diepgaand beïnvloed. Mijn proefschrift beperkt zich tot de westerse digitale beeldcultuur en de daarop betrekking hebbende theoretische reflecties, om de simpele reden dat ik daar het meest vertrouwd mee ben en de focus van mijn onderzoek 'behapbaar' moet houden.

'Fallacy of visual media' – De derde drogreden hangt samen met het idee dat de digitale beeldcultuur een uitsluitend visuele aangelegenheid zou zijn, een idee dat – opnieuw – zowel bij vertegenwoordigers als bij critici van de visual culture studies kan worden aangetroffen. Zelfs als mediatheoretici tegenwerpen dat veel van de bestudeerde (massa)media audiovisuele en samengestelde ('mixed') media zijn, lijkt het visuele daarbij toch te domineren. Bij televisie ligt de nadruk bijvoorbeeld toch meestal op het televisie *kijken*. Dat lijkt ingebouwd te zijn in de technologie, getuige de befaamde observatie dat de afstandsbediening wel een mute-knop heeft, maar geen bediening om het beeld te verduisteren (Mitchell 2002, 174). Hoewel deze kritiek van Mitchell op de nadruk op de visuele dimensie niet zonder grond is, zien we dat er in de meer recente, door mediatheorie geïnspireerde, visual culture studies veel meer aandacht is voor het hybride karakter van de nieuwe media. Zo wordt er bijvoorbeeld op gewezen dat interactie met het internet altijd een samenkomst van tekst en beeld behelst en dat filmkijken bij uitstek een *audio*visuele ervaring is, en dat zelfs de tactiele dimensie – zoals de onbeweeglijkheid van de filmkijker in een diepe en zachte bioscoopstoel – een relevante dimensie is om het fenomeen adequaat te vatten. Hedendaagse visual culture studies richten zich op "the points where images, objects, subjects, and environments overlap, blur, converge, and mediate one another" (Morra & Smith 2010). De term 'visuele media' mag dan bruikbaar zijn als 'grove' aanduiding van het duidelijke verschil tussen bijvoorbeeld een roman en schilderij, maar het wordt problematisch als we proberen visuele media tot een exclusieve klasse van media te maken. Ook mijn onderzoek naar digitale dubbelganger is erop gericht de 'visuele drogreden' te vermijden. In het hiernavolgende zullen we zien dat digitale dubbelgangers bij uitstek 'mixed and hybrid media' zijn, waar de visuele dimensie onlosmakelijk en op talloze wijzen is verbonden met auditieve, talige en tactiele aspecten van de menselijke ervaring. Of zoals Mitchell het uitdrukt: "The postulate of mixed, hybrid media leads us to the specificity of codes, materials, technologies, perceptual practices, sign-functions, and institutional conditions of production and consumption that go to make up a medium. It allows us to break up the reification of media around a single sensory organ (or a single sign-type, or material vehicle) and to pay attention to what is in front of us" (Mitchell 2002, 174). In plaats van mij te begeven in vruchteloze pogingen aan te tonen waarom digitale dubbelgangers wel of geen 'visueel medium' zouden zijn, zal ik met andere woorden bestuderen op welke mediumspecifieke wijze digitale media als mixed, hybrid media, digitale dubbelgangers voortbrengen, waarbij ik me evenwel met name focus op hun visuele aspecten.

'Commonplace power fallacy'. De vierde en laatste denkfout die in het kader van mijn onderzoek eveneens relevant is, heeft betrekking op het idee dat visuele beelden uitdrukkingen zijn van

onveranderlijke machtsverhoudingen, waarin (de producenten van) dominante beelden macht uitoefenen over de toeschouwer en diens subjectiviteit geheel bepalen. Dit is opnieuw een drogreden die zowel bij voor- als tegenstanders van de visual culture studies aangetroffen kan worden. De gemene deler is de zorg die bestaat over de mogelijk kwalijke rol die 'visuele media' zouden spelen in de spektakelmaatschappij, als instrumenten van surveillance, propaganda, controle en beheersing van populaties, et cetera (Mitchel 2002, 174). De denkfout is hier volgens Mitchell niet zozeer gelegen in het idee dat visuele beelden doeltreffend kunnen worden ingezet als machtsinstrument. Dat visuele cultuur kan worden ingezet bij onderdrukking, beheersing, politieke beïnvloeding of strijdmiddel tegen hegemonische krachten leidt geen twijfel. De 'denkfout' komt in dit geval naar voren wanneer visuele beelden als *het* exclusieve middel voor dergelijke machtsuitoefeningen wordt gezien – orale en literaire middelen kunnen hier immers ook deel van uitmaken. Het punt dat hij hier lijkt te willen maken, is dat er een trend lijkt te zijn ontstaan in visual culture studies – onder invloed van onder andere kritische theorie en genderstudies – om visuele beelden op een al te reducerende wijze te behandelen als 'almachtige krachten' die vervolgens aan een iconoclastiche kritiek onderworpen dienen te worden (zie bijvoorbeeld Horne & Lewis 1996; Doy 2000; Lloyd 2001) en die "zich voorstelt dat de vernietiging of het blootleggen van valse beelden neerkomt op een politieke overwinning" (Mitchell 2002, 175). Een dergelijke benadering van visuele beelden, gedreven door politieke of ethische impulsen (Smith 2005, 145) is volgens Mitchell te eenzijdig en hij stelt dan ook een genuanceerdere benadering voor "in the equivocation between the visual image as instrument and agency, the image as tool for manipulation, on the one hand, and as an apparently autonomous source of its own purposes and meanings on the other" (Mitchell 2002, 175). Zo bezien zijn visuele cultuur en visuele beelden mediators van sociale transacties en communicatie die onze ontmoetingen met anderen en onszelf structureren en bemiddelen en die functioneren als filters waardoor we de ander en onszelf zowel onthullen als verhullen. De wijsgerig-antropologische analyse van de technische gemedieerde dubbelganger in het volgende hoofdstuk zal leren dat er goede gronden zijn voor een dergelijke genuanceerde visie op de technische mediatie. In die visie spelen machtsverhoudingen zeker ook een rol, maar ze zijn niet (langer) de enige of voornaamste focus van onderzoek.

1.1.2 Mechanische verbeelding

1.1.2.1 De mechanische reproduceerbaarheid van het beeld

Eén van de teksten die in visuele cultuur en nieuwe-mediastudies steeds opnieuw opduikt is het essay 'Het kunstwerk in het tijdvak van zijn mechanische reproduceerbaarheid' ['Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit'] (1936) van de Duits-Joodse filosoof Walter Benjamin. De reden is ongetwijfeld dat het een bijzonder originele, baanbrekende en veelzijdige analyse is van de mechanische reproduceerbaarheid is, waarmee Benjamin een belangrijke bijdrage heeft geleverd aan de 'wending naar het beeld'. Wat ook meespeelt is dat de tekst in veel opzichten erg programmatisch is en nog veel te raden laat, wat tot op heden lezers uitnodigt tot interpretatie en herinterpretatie. Hier wil ik slechts enkele thema's aanstippen die voor mijn onderwerp van belang zijn. Centraal in het essay staat de transformatie die het beeld volgens Benjamin ondergaat door de introductie van mechanische 'verbeelding' van de wereld, zoals de fotografie en de film. Voor het tijdvak van de mechanische reproduceerbaarheid werden kunstwerken volgens Benjamin gekenmerkt door authenticiteit en uniciteit (*Einzigkeit*). Unieke kunstwerken worden gekarakteriseerd door eenmaligheid in ruimte en tijd: "Zelfs bij de meest volmaakte reproductie is een ding niet aanwezig: het hier en nu van het kunstwerk – zijn eenmalige bestaan op de plaats waar het zich bevindt"

(Benjamin, 1973, 262). Volgens Benjamin verleent deze 'echtheid' – die zowel tot uitdrukking komt in de materialiteit van het beeld (bijvoorbeeld verkleuring, barstjes in de vernis, restauraties) als in de geschiedenis van het beeld (bijvoorbeeld wanneer het is gemaakt, door en voor wie, waar te zien geweest) – het beeld een bijzonder *aura* dat tevens de *cultuswaarde* van zo'n beeld uitmaakt. Een zelfportret van Rembrandt is vanwege zijn auratische authenticiteit uniek en daardoor een object van bijzondere waarde. Deze is niet uitsluitend esthetisch en economisch; het auratische beeld geniet ook een bijna religieuze verering (en om die reden is het niet zo gek dat veel religies dankbaar gebruik maken van beeldmateriaal). De status van het beeld verandert volgens Benjamin echter met de introductie van de mechanische reproductie. Fotografie en film maken het mogelijk ieder beeld relatief gemakkelijk te vermenigvuldigen. Daardoor gaat het aura verloren:

> Wat in het tijdperk van de technische reproduceerbaarheid van het kunstwerk verdwijnt, is zijn aura. Het proces is symptomatisch; de betekenis gaat uit boven het gebied van de kunst. De reproductietechniek, zo zou men in het algemeen kunnen formuleren, maakt het gereproduceerde los van de traditie. Doordat ze de reproductie vermenigvuldigt, stelt ze in plaats van haar eenmalige verschijning haar massale verschijning. (Benjamin 1973, 267)

Met het aura verdwijnt ook de cultuswaarde van het beeld. Een afdruk van een foto in de krant is allerminst uniek, er bestaan vele tienduizenden of meer kopieën van. En ook de foto in het oude familiefotoboek is niet uniek in de zin dat we er altijd nog een nieuwe afdruk van kunnen laten maken (vooropgesteld dat we het negatief nog bezitten). Die reproduceerbaarheid maakt het beeld volgens Benjamin echter allerminst waardeloos. Er komt namelijk voor de cultuswaarde van het auratische werk een nieuwe waarde in de plaats, die hij aanduidt als *tentoonstellingswaarde*. Hoe meer kopieën er in omloop zijn, hoe waardevoller het mechanisch gereproduceerde beeld. We kunnen daarbij bijvoorbeeld denken aan 'iconische posters' van beroemde filmsterren als Marilyn Monroe of helden als Che Guevara. De waarde van deze beelden is niet gelegen in hun uniciteit, maar juist in het feit dat de reproducties overal te zien zijn. Benjamin's opmerking dat dit niet alleen opgaat voor de kunst indachtig, zouden we ook kunnen denken aan merkkleding, waarop het (beeld)merk bij voorkeur goed zichtbaar moet zijn om als zodanig herkend en daarmee populair te worden. Ook voor wie zijn foto's of video´s op sociale mediaplatforms als Instagram, TikTok of Facebook plaatst, is de tentoonstellingswaarde van belang. Hoe meer *likes* of *links* naar andere websites of apps een beeld oplevert, dus hoe vaker het wordt gereproduceerd op andere beeldschermen, hoe waardevoller het wordt. Met verwijzing naar de politiek stelt Benjamin op visionaire wijze dat het ook daar steeds belangrijker wordt hoe een politicus 'overkomt' in de media. En ook hier is de mediumspecificiteit van belang. Een beroemd voorbeeld is het debat tussen Nixon en Kennedy tijdens de presidentsverkiezingen in 1960. Waar de radio*luisteraars* volgens de polls Nixon als winnaar aanwezen, daar verkozen de televisie*kijkers* de knappe, gebruinde Kennedy massaal boven de bleke, zweterige Nixon. Het was het eerste televisiedebat tussen presidentskandidaten en het zou de Amerikaanse politiek, en ook spoedig daarna die in veel andere landen, tot onderdeel maken van de moderne beeldcultuur (Webley 2010).

In het tijdvak van de mechanische reproduceerbaarheid, zo voegt Benjamin daaraan toe, worden beelden al bij voorbaat met het oog op hun reproduceerbaarheid en tentoonstellingswaarde gemaakt. Selfies en digitale foto's en video's van het eigen dagelijks leven zijn hier in onze huidige tijd een mooi voorbeeld van. Dankzij de mobiele telefoon kan de meest geslaagde foto of video

onmiddellijk ter reproductie aangeboden worden op sociale netwerksites, waar het vergaren van likes (of het uitlokken van shares) het aanlokkelijk maakt het zelf of de omgeving zo gunstig mogelijk vast te leggen om zo de tentoonstellingswaarde te vergroten. Die mogelijkheid van het 'eindeloos' reproduceren en distribueren van beelden vormt zowel de mogelijkheidsvoorwaarde als de vormgevende factor van de huidige beeldcultuur (Hommel, Lie en Smelik 2014, 192). Met deze reproduceerbaarheid van de wereld lijkt er in een bepaald opzicht een omkering plaats te vinden van origineel en kopie. Waar in het tijdperk van het auratische beeld het origineel het primaat heeft en de kopie slechts een inferieure afgeleide afbeelding is (bijvoorbeeld in de vorm van met potlood geschetste kopie van het zelfportret van Rembrandt), daar neemt in het tijdvak van de mechanische reproduceerbaarheid de kopie in zekere zin de plaats in van het origineel. Beeldvorming wordt dan als het ware de kern van de identiteit.

1.1.2.2 De beeldwording van de wereld

Een ander baanbrekend en niet minder origineel essay dat een fundamenteel licht werpt op een ander voor mijn onderwerp belangrijk aspect van de beeldcultuur is 'De tijd van het wereldbeeld' ['Die Zeit des Weltbildes] (1936) van Martin Heidegger, dat in hetzelfde jaar werd gepubliceerd als het essay van Benjamin. In dit essay stelt Heidegger de vraag wat het 'moderne wereldbeeld' nu precies kenmerkt. De lezer verwacht waarschijnlijk dat Heidegger die vraag gaat beantwoorden door het moderne wereldbeeld met voorafgaande wereldbeelden – bijvoorbeeld het middeleeuwse – te vergelijken. Maar dat is niet wat hij doet. Wat de moderne cultuur volgens Heidegger onderscheidt, is nu precies dat de wereld daarin voor het eerst als een *beeld* aan de mens verschijnt: "Het wereldbeeld wordt niet van een voorheen middeleeuws tot een modern, maar precies dat de wéreld tot beeld wordt, daardoor onderscheidt zich het wezen van de Moderne Tijd" (Heidegger 1983, 47). Doordrenkt van de beeldcultuur zijn we geneigd ervan uit te gaan dat iedereen altijd al een beeld van de wereld heeft gehad. Volgens Heidegger brengt deze 'wending naar het wereldbeeld' een fundamentele transformatie met zich mee van het zijnsverstaan, de manier waarop we wereld, onze medemensen en onszelf begrijpen. De wending naar het wereldbeeld betekent namelijk dat de wereld nu voor het eerst tegenover de mens komt te staan. De wereld is niet langer primair een wereld waarin wij als deelnemer opgaan, maar komt als verzameling objecten tegenover het menselijke subject te staan.

> Bij het woord 'beeld' denkt men in eerste instantie aan de afbeelding van iets. Dan zou het wereldbeeld als het ware een schilderij zijn van het zijnde in zijn geheel. Maar wereldbeeld zegt meer. Wij verstaan daaronder de wereld zelf, haarzelf, het zijnde in zijn geheel, zoals het voor ons maatstaf is en verplichting. […] Wereldbeeld, in eigenlijke zin, betekent dus niet: een beeld van de wereld, maar de wereld begrepen als beeld. Het zijnde in zijn geheel wordt nu zo opgevat, dat het enkel en alleen dan 'zijnde' is, voorzover het door de voorstellende en voortbrengende mens tot staan is gebracht. (Heidegger 1983, 46-47)

De opkomst van beeldtechnologieën als de fotografie kan daarom begrepen worden als een uitdrukking van deze fundamentele nieuwe wijze van 'zijnsverstaan' (De Mul 1989). Subjectivering en objectivering gaan volgens Heidegger hand in hand. Wanneer de moderne mens zichzelf als subject centraal gaat stellen, wordt de hele wereld tot een object voor de mens. Beeldtechnologieën als de fotografie en film stellen de mens in staat de realiteit te objectiveren (het is niet toevallig dat we de lens van een camera een objectief noemen). Dankzij het vastleggen van de wereld in objectieve beelden denkt de mens de wereld te kunnen overzien en controleren. De mens beschouwt zich zo de

veroveraar en in zekere zin zelfs schepper van de wereld. Volgens Heidegger wordt door wending naar het wereldbeeld de hele wereld onderworpen aan het 'planetaire imperialisme' van het menselijke *subjectum* (Heidegger 1983, 61). Dat zijn grote woorden, maar ze gelden niet alleen voor de mondiale exploitatie van de aarde, maar ook – op microniveau - voor bijvoorbeeld een selfie-nemend subject. De digitale camera stelt hem in staat zijn zelfpresentatie, waarin hij ook zichzelf tot object maakt, letterlijk tot in de puntjes (*pixels*) te beheersen. In dat opzicht is hij de mechanische reproductie ver voorbij.

1.1.3 Digitale verbeelding

Wat de analyses van Heidegger en Benjamin laten zien is dat er zich sinds de Middeleeuwen diverse 'pictorial turns' hebben voorgedaan, zoals de door hen gesignaleerde wending naar beeldwording van de wereld en naar de mechanische reproduceerbaarheid van het beeld. Poster ziet in de opkomst van *digitale* media een belangrijk nieuw omslagpunt in het karakter van de moderne beeldcultuur: "The great difference in visual regimes between ourselves and our ancestors […] concerns the spread of information machines in the present" (Poster 2002, 68). Onze huidige moderne beeldcultuur kenmerkt zich met andere woorden in hoge mate door de opkomst van de talloze 'beeldschermen' en betreft, aldus Mirzoeff in een interview, de wijze waarop

> our lives, experiences, and knowledges are mediated and re-mediated by way of the televisual, the cinematic, and other kinds of vision and forms of visual media: that we're under constant surveillance; that there's an increase in the wealth and diversity of our visual encounters; and that this, in part, has to do with the legacy of living in a post-modern culture dominated by the flowing, the circulating, the enlivening, distracting, enervating force of images. (Smith 2008, 21-22)

Benjamin als Heidegger schreven hun essays ongeveer tien jaar voor de ingebruikname van de ENIAC, de eerste elektronische computer (1946) en respectievelijk vijftig en zestig jaar voor de introductie van de eerste mobiele telefoon (1983) en het Word Wide Web (1993). Wanneer zij over technische beheersing spreken, dan hadden zij het over mechanische apparaten als de analoge fotocamera en de stuwdam in de Rijn. Met de stormachtige opkomst van de informatie- en communicatietechnologieën en nieuwe media is de beheersing de afgelopen decennia in rap tempo gedigitaliseerd. Dat geldt niet in de laatste plaats ook voor de beheersing van het beeld. In enkele jaren tijd is de analoge camera vervangen door de digitale en vindt ook de distributie langs digitale netwerken plaats. We worden niet langer alleen overspoeld met statische en bewegende *analoge* beelden op Bilboards, in tijdschriften, kranten en reclamefolders, op de televisie en in de bioscoop (die overigens inmiddels ook meestal digitaal worden vervaardigd), maar ook steeds vaker met digitale beelden op pc's, laptops, routeplanners, smartphones en smartwatches. Vooral via het internet en de sociale media trekken er dagelijks duizenden digitale (video)beelden aan ons voorbij: van nieuwsfoto's tot reclames, van selfies tot films, en van games tot Zoom-vergaderingen.

1.1.3.1 Het technische beeld

De van oorsprong Tsjechische mediafilosoof Vilém Flusser brengt in zijn boek *In het universum van de technische beelden* (1985) verschillende aspecten van de huidige beeldcultuur, zoals massa(re)productie en herhaling van beelden, kopieën, simulacra, technische reproductie en de

commerciële waarde van beelden samen door ze te kenmerken als onderdelen van eenzelfde "droomachtige levenssfeer die is gekristalliseerd rondom *technische beelden*: het leefklimaat van de 'zuivere informatie-samenleving'" (Flusser 2014, 8).

Het 'universum van het technische beeld' dat naar zijn zeggen zijn aanvang nam met de fotografie, maar dat inmiddels ook onder andere film, televisie en computerschermen omvat, is naar zijn idee, mede dankzij de digitalisering de taak aan het overnemen die eerder werd vervuld door lineaire teksten (idem, 10). Hij stelt dat lineaire teksten de dominante positie als informatiedrager ongeveer vierduizend jaar hebben ingenomen (dat wil zeggen gedurende de periode die we dánkzij deze prehistorische 'linguistic turn' het tijdvak van 'de geschiedenis' noemen), maar dat het nu beelden zijn die deze positie hebben overgenomen. Hoewel Flusser benadrukt dat beelden vóór die linguïstisch opgetekende geschiedenis ook bij uitstek het medium voor het dragen van informatie waren (van grotschildering tot beeldhouwwerk, van kralenkettingen tot kerven in een boom) zegt hij echter expliciet niet: 'wéér overnemen'. Het is weliswaar verleidelijk op een dergelijke manier naar de ontwikkelingen van de media te kijken, maar dan verkijken we ons volgens Flusser op de mediumkarakteristieke eigenschappen van deze huidige, *technische* beelden, die hij karakteriseert als beelden die "berusten op teksten, ze zijn hieruit voortgekomen, en in feite geven ze ook geen vlakken weer, maar mozaïeken die uit puntelementen zijn samengesteld" (Flusser 2014, 11).

Afb. 3 Gedigitaliseerde Mona Lisa

Om te begrijpen wat Flussers enigszins raadselachtige karakterisering inhoudt, helpt het om bijvoorbeeld eens flink in te zoomen op een digitale foto, of de code tevoorschijn te toveren die achter het beeld van je internetbrowser schuilt. In *The Reconfigured Eye* legt Mitchell als een van de eersten helder uit welke rol pixels spelen in de wereld van het digitale beeld. Alles in de wereld van het technische beeld bestaat uit 'pixels', het beeld valt uiteen in puntjes en symbolen, uiteindelijk de digitale code van de computer. In tegenstelling tot analoge of continue representaties bestaat de digitale code uit discrete eenheden, de eentjes en nulletjes van het binaire systeem (die aansluiten bij de twee toestanden die de computer kan onderscheiden: aan of uit). In de begindagen van de computer werd de computer vooral gebruikt om te rekenen. De tien getallen van het gebruikelijke decimale systeem (0,1,2,3,4,5,6,7,8,9) worden daarbij omgezet in de binaire code (00000000, 00000001, 00000010, 00000011, 000000100 etc.) en vervolgens kunnen daar door middel van een computerprogramma (een opeenvolging van een eindige reeks instructies – ook wel algoritme genoemd - met als doel om een specifieke taak uit te voeren) op een snelle wijze allerlei rekenkundige berekeningen worden uitgevoerd. Ook woorden, beelden en geluiden kunnen op eenvoudige wijze worden gedigitaliseerd. Uitgaande van reeksen van 8 binaire getallen (*bits*), die samen een *byte* vormen, kunnen 256 verschillende elementen worden gecodeerd. Dat is ruim voldoende om bijvoorbeeld de letters in het alfabet, letters met accenten en leestekens te coderen. Bij de digitalisering van analoge beelden wordt een raster over het analoge beeld gelegd, waarbij ieder vakje een kleur van een bepaalde intensiteit wordt toegekend, die op hun beurt weer corresponderen met een binair getal. Voor zwart-wit afbeeldingen zijn 256 waarden (grijstinten) voldoende, bij kleurenafbeeldingen is dat duidelijk te weinig, vandaar dat daar meestal gebruik wordt gemaakt van langere reeksen. Met reeksen van 24

bits kunnen meer dan 16 miljoen verschillende kleuren worden gecodeerd. Naast het aantal kleurwaarden is voor de 'natuurgetrouwheid' van de afbeelding ook het aantal pixels van belang. Hoe groter het geheugen, hoe fijnmaziger het raster en hoe meer een digitaal beeld lijkt op het analoge origineel (Mitchell 1992, 3-8). Maar hoewel het menselijk oog bij een voldoende aantal kleurschakeringen en pixels het verschil niet kan zien, is de aard van digitale beelden geheel anders. Wanneer een foto wordt gedigitaliseerd, kan deze tot op pixelniveau worden gemanipuleerd (denk bijvoorbeeld aan *filters* waarmee je in applicaties als Instagram, TikTok en Snapchat je gemaakte foto´s en video´s in één klik in een bepaalde stijl kan aanpassen).

Bij de bewerking van technische beelden laten zich grofweg twee typen onderscheiden: beelden die het resultaat zijn van beeld*manipulatie* en beelden die ontstaan door beelds*ynthese*. In het geval van beeldmanipulatie wordt beeld met behulp van een computer bewerkt. Hierbij kun je nog een onderscheid maken tussen 'image processing' en 'image compositing' (Darley 2000, 18). Het eerste heeft van doen met al bestaand beeld – denk aan een foto of video – dat wordt gedigitaliseerd om zo digitaal te kunnen worden opgeslagen en worden aangepast met behulp van beeldsoftware. 'Image compositing' verwijst naar het combineren van (reeds bestaand) beeld. Dit speelt bijvoorbeeld een rol bij CGIs die worden geïntegreerd in filmmateriaal, of het creëren van een internet meme waarbij verschillende bestaande afbeeldingen worden ge(re)combineerd. Het tweede gebied van beeldsynthese verwijst naar afbeeldingen die geheel digitaal worden geconstrueerd. Hierbij geldt een dominant streven naar een realistische esthetiek. Anders dan in het geval van beeldmanipulatie, gaat het in het geval van beeldsynthese om beelden die geheel worden gecreëerd door middel van een computer. Ook kunnen digitale afbeeldingen bijzonder simpel worden gekopieerd en gedistribueerd. Daarmee zijn digitale afbeeldingen wezenlijk anders dan bijvoorbeeld een analoge foto, tekening, kralenketting of een grotschildering.

Alles wat we op de beeldschermen van onze computers en mobiele telefoons te zien krijgen, kunnen we aanmerken als technische, digitale beelden. Zelfs teksten en geluiden worden op ons beeldscherm tot een 'beeld', waarvan we respectievelijke de grootte of het lettertype en amplitude en frequentie kunnen wijzigen. In de tijd van het technische beeld wordt alles getransformeerd tot beeld, tóónt alles zich als beeld. Flusser merkt op, en hier horen we de echo van Heidegger, dat technische beelden vooral zo populair zijn omdat ze de vaak chaotische complexiteit van de informatiesamenleving weer tot overzichtelijk en beheersbaar geheel maken. Maar de wending naar het technische beeld betekent volgens Flusser dus allerminst een terugkeer naar een prehistorische tweedimensionale werkelijkheid van analoge vlakken; het is een ontwikkeling in de richting van een nieuwe, posthistorische 'nul-dimensionaliteit' (Flusser 2014, 11) – (een ietwat mysterieus begrip dat doet denken aan de door de kat uit *Coraline* gedefinieerde spiegelwereld als *here*) – een plek, maar tevens niet-plek. De technische beelden in het 'here' van de onlife leefwereld maken de chaos van een globale en *networked* wereld overzichtelijker, stelt Flusser. Wanneer we op de beeldschermen van onze mobiele telefoon of computer een app of webpagina bekijken, dan doen zij ons geloven uitsluitend met 'beeld' te maken te hebben. We zien de schermen als een tweedimensionale oppervlakte waarop allerlei soorten beeld zich aan ons tonen en wanen ons in een veilige, want bekende, omgeving – een verlengde van onze visuele ervaring van de offline-wereld, maar daardoor miskennen we gemakkelijk de codes en algoritmen die daaronder ten grondslag liggen. Het technische beeld kan daarmee een verraderlijk karakter hebben. Dat we de binaire codes en algoritmes 'achter' het beeld niet direct kunnen waarnemen, neemt niet weg dat "although code in general is hidden, invisible inside the machine, it

produces visible and tangible effects in the world" (Kitchin & Dodge 2011, 4). In die zin is het technische beeld gelaagd te noemen, en daarom wezenlijk anders dan bijvoorbeeld de door Flusser genoemde prehistorische tweedimensionale beelden die zich kenmerken door een *what you see is what you get* karakter. Achter de technische beelden die zich aftekenen op het oppervlak van onze beeldschermen, gaat een complexe werkelijkheid schuil, die we niet direct kunnen waarnemen en – als leken – vaak ook niet kunnen doorgronden. De wereld is hiermee volgens Flusser niet tot beeld, maar tot *technisch* beeld geworden. Het begrip 'technisch' is nochtans wellicht wat ongelukkig verkozen, daar het hier niet zozeer om technische beelden in het algemeen (dit zou ook analoge vormen kunnen omvatten), maar in het bijzonder om digitale beelden. Ik zal daarom in het vervolg spreken van het 'digitale beeld'. Met een variatie op Heidegger: we leven inmiddels in 'de tijd van het digitale wereldbeeld'.

1.1.3.2 Het mediumspecifieke karakter van het digitale beeld

Wat zijn nu de mediumspecifieke implicaties van de digitale media die ons huidige technische wereldbeeld bepalen? In *Playful Identities. The Ludification of Digital Media Cultures* (Frissen et al. 2015, 22-24f.) worden vier belangrijke karakteristieken van digitale media genoemd: multimedialiteit, virtualiteit, interactiviteit en connectiviteit.

Multimedialiteit slaat op het gegeven dat digitale media meerdere media, zoals tekst, beeld en geluid, combineren. Omdat al deze media dezelfde digitale code delen, kunnen ze ook eenvoudig in elkaar worden vertaald. Zo hebben veel programma's om muziekbestanden af te spelen de optie om de geluidsgolven te visualiseren. Digitale media zijn ook multimediaal in de zin dat ze alle klassieke media, zoals krant, telefoon, radio, televisie en film, in zich op kunnen nemen.

In de tweede plaats zijn digitale media *virtueel*. Daarmee wijzen de auteurs niet alleen op simulaties van de realiteit, zoals we die kennen in 2D en 3D virtual reality toepassingen, maar ook op het feit dat in de digitale wereld realiteit en virtualiteit vaak lastig kunnen worden onderscheiden. In het onlife leven (zie paragraaf 0.4) – denk aan beeldbellen via Skype of aan onderwijssessies met Teams of Zoom – zijn de fysieke aanwezigheid van de deelnemers en het virtuele beeld dat hen vertegenwoordigd nauw verstrengeld. Virtueel heeft bovendien ook nog de connotatie van potentialiteit. Zo ligt het verloop van een computerspel – anders dan bij een klassiek medium als een papieren roman niet geheel vooraf vast, maar is het deels afhankelijk van de keuzes en vaardigheden van de speler.

Dat hangt samen met het derde kenmerk dat Frissen et al. noemen: digitale media zijn *interactief.* Dat slaat niet alleen op de 'cognitieve interactiviteit' in de vorm van interpretatieve vrijheid, die ook bestaat m.b.t. traditionele media (de vrijheid om een roman of film op je eigen wijze te duiden), maar ook op daadwerkelijk ingrijpen in de representatie. Daarbij kun je niet alleen denken aan de opeenvolging van de scenes in een computerspel, maar ook aan het bewerken van foto's met fotoshop, of het samen bouwen aan een virtuele wereld in een online game.

In de vierde plaats wijzen de auteurs in *Playful Identities* op het mediumspecifieke kenmerk van de *connectiviteit*. Digitale media zijn doorgaans niet 'stand alone', maar scheppen gedeelde virtuele werelden. Facebook, waarvan pakweg een vijfde van de aardbewoners gebruik maakt, is daarvan misschien wel het meest bekende voorbeeld, maar ook platformen zoals Instagram (1,393 miljard actieve gebruikers anno 2022) en TikTok (meer dan 1 miljard actieve gebruikers anno 2022) zijn voorbeelden van dergelijke omvangrijke digitale werelden (Campbell 2022).

Als we proberen de mediumspecificiteit van de complexe 'algoritmische wereld' achter onze beeldschermen wat beter te begrijpen, biedt ook een vergelijking met Benjamins analyse van de mechanische reproduceerbaarheid van het analoge beeld een goed uitgangspunt. Een dergelijke analyse biedt filosoof Jos de Mul in 'Dataïsme. Het kunstwerk in het tijdperk van zijn digitale recombineerbaarheid' (De Mul, 2010). Hoewel de computer – door Turing aangeduid als 'universele machine' – in principe alle klassieke en denkbare mechanische machines kan simuleren (afhankelijk van de gebruikte app functioneert mijn mobiele telefoon als een telefoon, typemachine, camera, 'donkere kamer', televisie, geluidsopnameapparaat, radio of muziekspeler, navigatie-apparaat, toegangspoort tot virtuele werelden, etc.), delen al deze programma's de vier basisoperaties van de dataopslag:

> Dit ABCD van de computer bestaat uit de operaties *Add* (toevoegen), *Browse* (doorzoeken), *Change* (veranderen) en *Destroy* (vernietigen). Deze vier basisoperaties – die corresponderen met de commando's Insert, Select, Update en Delete van de 'structured query language (SQL) - vormen samen de dynamische elementen van wat we een database ontologie zouden kunnen noemen. (De Mul, 2010, 268)

Databases – verzamelingen van op een bepaalde wijze georganiseerde data die eenvoudig toegankelijk zijn voor de gebruiker – zijn natuurlijk ouder dan de computerdatabase. Ook het klassieke telefoonboek is zo'n database: je kunt een nummer opzoeken (*Browse*), en bij iedere herdruk wordt de database geüpdatet door het toevoegen (*Add*) van de nummers van nieuwe abonnees, het verwijderen (*Destroy*) van de data van de opgezegde abonnementen, en het waar nodig wijzigen (*Change*). In vergelijking met de starre database die een telefoonboek is, maakt een eenvoudige spreadsheet op een computer de database een stuk flexibeler, doordat de opgeslagen informatie daar met één enkele muisklik kan worden herordend. Vanaf de jaren vijftig zijn er steeds flexibelere databasemodellen ontwikkeld. In de tegenwoordig meest gebruikte relationele database kan in principe iedere relatie tussen de ingevoerde informatie langs iedere dimensie worden onderzocht. De Mul stelt dat met de digitale database ontologie de mechanische reproduceerbaarheid van het beeld waar Benjamin over spreekt heeft plaatsgemaakt voor een *digitale recombineerbaarheid.* En waar de mechanische reproduceerbaarheid werd gekenmerkt werd door tentoonstellingswaarde, daar wordt de digitale recombineerbaarheid gekenmerkt door *manipulatiewaarde* (De Mul, 2010, 271). Dat reden de meeste mensen de contactgegevens van familie en vrienden tegenwoordig liever opslaan in een digitale database dan in een boekje of kaartenbakje is dat de informatie veel eenvoudiger kan worden beheerd. Bovendien is zo'n digitale database simpel te kopiëren of synchroniseren (bijvoorbeeld tussen pc en mobiele telefoon), mee te nemen en waar nodig te distribueren. En hetzelfde geldt voor de beelden die we maken. Het klassieke fotoboek heeft veelal plaatsgemaakt voor het digitale, waarin de foto's eenvoudig kunnen worden opgeslagen, bewerkt, geordend, gerecombineerd, gedeeld en verspreid.

Sinds Web 2.0 treffen we achter de meeste websites en apps relationele databases aan (Van den Boomen 2014). Zij hebben de moderne webwinkels en daarmee het 'informatiekapitalisme' of 'datakapitalisme' mede mogelijk gemaakt. Niet alleen door de catalogus door een gebruiksvriendelijk te doorzoeken database te vervangen, maar ook als verkoopinstrument. Wanneer iemand een boek koopt via bijvoorbeeld Amazon.com of Bol.com wordt ook alle door de klant ingevoerde informatie (contactgegevens, koop- en zoekgedrag, gegeven waardering etc.) opgeslagen in de database en gekoppeld aan de catalogus en de gegevens van andere klanten. Op basis daarvan doen webwinkels aanbevelingen ('Kopers die boek X kochten, schaften ook de boeken Y en Z aan'). Ook zoekmachines

als Google maken uitvoerig gebruik van op digitale databases gebaseerde personalisatie (zie bijvoorbeeld Esteve 2007; Kline, Dyer-Witheford & de Peuter 2003; Hearn 2017). De manipulatieve kracht van de database doordringt de gehele informatiesamenleving en ligt niet alleen ten grondslag aan het businessmodel van de economie in informatiesamenleving, maar bijvoorbeeld ook in de wetenschap. Te denken valt bijvoorbeeld aan de moderne genetica, waarin relationele databases een belangrijke rol spelen bij het in kaart brengen en analyseren van de complexe netwerken van genen. Interessant daarbij is dat de database niet alleen een belangrijk *instrument* is bij het onderzoeken en manipuleren van het genoom, maar dat de database ook een *model* wordt om de werkelijkheid te begrijpen. Zoals in het mechanische tijdvak het hart werd begrepen als een pomp, zo wordt het genoom (de 'genenpool') nu begrepen in termen van een relationele database (De Mul, 2010, 269-70).

De menselijke identiteit ontkomt ook niet aan dit databasemodel. In het beeldtijdperk is de database ook een belangrijk instrument geworden bij de (wederzijdse) zelfpresentatie. De database is een krachtig middel geworden om de verbeelding van onze identiteit ter hand te nemen. Applicaties als Instagram en TikTok dragen niet alleen bij aan de verhoging van onze tentoonstellingswaarde – sociale media hebben volgens sommigen zelfs geleid tot een online 'reputation economy' (Klein 2013; Schwabel 2011) – maar stellen ons ook in staat de beelden waarmee we ons presenteren op interactieve wijze te beheersen en manipuleren. We kunnen de beelden van onszelf polijsten en virtualiseren, niet alleen letterlijk, door onze selfies te fotoshoppen of door filters te halen, maar ook door de beelden van hashtags te voorzien, termen die de afbeelding voorzien van een tekstuele lading, de geüploade afbeeldingen beter doorzoekbaar én groepeerbaar maken, aan andere personen te linken. In die zin – en dat is nauw verbonden met wat Frissen et al. (2015) connectiviteit noemen – recombineert de database ook mensen. Maar tegelijkertijd worden we ook door bedrijven als Facebook gemanipuleerd in de zin dat zij onze met behulp van slimme query's en algoritmen onze data recombineren tot verhandelbare datasets en verkopen aan andere bedrijven, die ons vervolgens bestoken met reclames. En ook de overheid gebruikt de data die we met onze beelden ruimhartig ter beschikking stellen, om ons gedrag te monitoren en beheersen. We zijn door dit soort praktijken niet alleen het subject, maar ook in toenemende mate en op verschillende wijzen object van database manipulatie. In dit kader wordt er ook wel gesproken van een 'datalogical turn' (Clough, Gregory, Haber, & Scannell 2015) binnen de kapitalistische samenleving, verwijzend naar de grootschalige vergaring van data welke vervolgens middels software wordt ingezet voor "monitoring, managing, and processing capta [verkoopbare betekeniseenheden, EdM] about people, objects, and their interaction" (Kitchin & Dodge 2011, 85). Deze 'datalogical turn' binnen het kapitalisme heeft geleid tot nieuwe manieren van het voorspellen van economische, politieke en culturele tendensen. Alles verwordt tot data, tot aan de gevoelens, emoties en identiteitsuitingen die binnen de online sfeer tot uitdrukking komen aan toe. We zijn aangekomen in een stadium van kapitalisme wat ook wel 'affective capitalism' (Andrejevic 2011; Hearn 2010, 2017) of 'surveillance capitalism' (Zuboff 2018) wordt genoemd; een nieuwe vorm van digitaal kapitalisme, waarbij online zelfpresentatie de nieuwe handelswaar is geworden door de grootschalige surveillance die ermee gepaard gaat. De digitale verbeelding van onze identiteit is daarmee een dubbelzinnige onderneming. Alvorens daar nader op in te gaan, dien ik echter nog wat langer stil te staan bij de dubbelzinnigheid die in onze cultuur van oudsher aan het beeld is toegeschreven.

1.2 De dubbelzinnigheid van het beeld

In het voorafgaande heb ik het begrip 'beeld' tamelijk losjes en in verschillende betekenissen gehanteerd. Hoewel ik in het kader van dit hoofdstuk vooral heb gefocust op visuele beelden, heb ik dat tamelijk breed opgevat. Ik heb het niet alleen met betrekking tot foto's, filmopnamen en grafieken gebruikt, maar in de vorige paragraaf ook voor 'technische beelden' zoals door de computer gegenereerde letters en grafische representaties van geluid. En in de bespreking van Heidegger's essay 'De tijd van het wereldbeeld' kreeg het begrip een abstractere, begripsmatige invulling: de manier waarop we 'tegen de wereld aankijken'. Ik sta daar overigens niet alleen in. Zowel in het alledaagse als het wetenschappelijke taalgebruik wordt de term 'beeld' (*picture*) of 'afbeelding' (*image*) op nogal verschillende wijzen en in uiteenlopende contexten gebruikt. Zo merkt William Mitchell er in zijn boek *Iconology - Image, Text, Ideology* op dat beelden onder meer kunnen verwijzen naar plaatjes, beeldhouwwerken, optische illusies, kaarten, diagrammen, dromen, hallucinaties, spektakels, projecties, beeldspraak, patronen, herinneringen, ideeën, etc. (Mitchell 1986, 9).

1.2.1 Het beeld dat niet een is

De veelzijdige toepasbaarheid hangt waarschijnlijk samen met de prominente aanwezigheid van het beeld in de huidige cultuur, maar maakt het niet eenvoudig om er een eenduidige definitie van te geven. Dat valt al onmiddellijk op, wanneer we de betekenis ervan opzoeken in een woordenboek. Als we het Van Dale Groot woordenboek der Nederlandse Taal (Geeraerts 2005) er op na slaan, dan zien we dat er niet minder dan tien betekenissen worden gegeven. Ik citeer het lemma met weglating van de vele voorbeeldzinnen (die in sommige gevallen overigens nog meer betekenisaspecten en -nuances oproepen):

> *beeld (geen afbreking)*
> *het; -en*
> *(901-1000) slechts verwanten in West-Germ., etymologie onbekend*
>
> *1 nabootsing, doorgaans in een duurzaam materiaal zoals hout, steen, been, gips, metaal of was, van een godheid, een mens, een dier, ook wel van een voorwerp*
> *2 nabootsing van mens of dier enz. in een plat vlak, in tekening of schilderij, ook wel alleen de omtrek aanduidend*
> *3 (gewestelijk) (in de verkleinv.) bidprentje*
> *4 (bij uitbreiding) wat naar een voorbeeld gemaakt is of schijnt en daarmee overeenkomt*
> *5 goed gelijkende, treffende voorstelling*
> *6 wat bijzonder mooi in zijn soort is*
> *7 voorstelling van iets door be- of omschrijving in woorden, m.n. een afgeronde voorstelling*
> *8 voorstelling van iem. of iets in de geest*
> *9 iets in beeld brengen; door een vergelijking verstaanbaar maken*
> *10 door het gezicht verkregen voorstelling, gevormd door de lichtstralen die van een voorwerp uitgaan*

Hoewel de verschillende betekenisaspecten verwantschap vertonen, die zich lijken te bewegen rondom het begrippenpaar 'representatie' en 'representatief', zijn de samenstellers er niet in geslaagd één kenmerk te noemen dat in alle betekenisaspecten aanwezig is. Ook in het wetenschappelijke veld van *visual culture studies* wordt er, net als in de Van Dale, vaak voor gekozen meerdere betekenisaspecten op een rijtje te zetten. Zo onderscheidt Mitchell in *Picture Theory:*

Essays on Verbal and Visual Representation een aantal categorieën, die deels overlappen met die uit de Van Dale. Hij noemt onder andere *verbale beelden* (metaforen en andere vormen van beeldspraak), *mentale beelden* (dromen, herinneringen, fantasieën, ideeën), *perceptuele beelden* (zintuigelijke beelddata, classificaties), *optische beelden* (spiegelreflecties, projecties) en *grafische beelden* (schilderdoek, beeldhouwwerk, materiële afbeelding) (Mitchell 1984, 505).

1.2.1.1 De beeldfamilie

Dat we zulke diverse dingen allemaal aanduiden met hetzelfde woord – beeld – wil niet noodzakelijk betekenen dat ze allemaal één specifiek kenmerk delen. Er lijkt hier eerder sprake te zijn van wat Wittgenstein 'familiegelijkenis' noemt. In dat geval, zo legt hij uit in zijn *Filosofische onderzoekingen* [*Philosophical Investigations*] (1953), hebben we van doen met een reeks eigenschappen, waarbij alle 'familieleden' een aantal van die kenmerken bezitten, maar niet noodzakelijk dezelfde (Wittgenstein 1976, 65v.). Wittgenstein legt dat uit aan de hand van het begrip 'spel', maar hij had ook het begrip 'beeld' kunnen nemen, want dat lijkt, zoals we zagen, minstens zoveel connotaties te bezitten. In de introductie van *What Do Pictures Want?: The Lives and Loves of Images* maakt Mitchell in zijn poging de beeldfamilie in kaart – ik zou bijna schrijven: 'in beeld' – te brengen, een verhelderend onderscheid tussen *afbeelding*, *object*, *medium*, en *beeld*.

Afbeelding
Onder *afbeelding* (*image*) verstaat hij "any likeness, figure, motif, or form that appears in some medium or another" (Mitchell 2005, xiii). Het begrip afbeelding verwijst hier met andere woorden naar de nabootsende functie van beelden.

Object
Een *object* is "the material support in or on which an image appears, or the material thing that an image refers to or brings into view" (idem). Hier is tevens, zo licht Mitchell toe, het begrip 'objectiviteit' mee verbonden: de notie van iets dat tegenover een subject staat. In het geval van een foto bestaat het object dan bijvoorbeeld uit het papier met de daarop gehechte chemicaliën, of het digitale bestand (en diens technologische dragers).

Medium
Een *medium* definieert Mitchell als "the set of material practices that brings an image together with an object to produce a picture" (idem). Later in zijn boek definieert hij het medium nog wat breder als een "material social practice, a set of skills, habits, techniques, tools, codes and conventions" (idem, 203). Tot het medium fotografie behoren dan bijvoorbeeld niet alleen de camera of de mobiele telefoon waarmee we het 'nabootsende object' dat we kennen als de foto maken, maar bijvoorbeeld ook de printer, het bedrijf dat de foto tegen betaling voor ons afdrukt, of de Facebook app waarop we de foto publiceren. In de brede zin van het woord maken ook sociale conventies als 'het maken van een fotoalbum van de vakantie' of 'het publiceren van selfies op Facebook' deel uit van het medium.

Beelden
Beelden (*pictures*), ten slotte, zijn "complex assemblages of virtual, material, and symbolic elements" (idem, xiii). Daarbij onderscheidt hij – aanknopend bij zijn hierboven geciteerde indeling uit *Picture Theory* (1984) – een aantal categorieën, in een oplopende reeks van concreet naar (zeer) abstract, die lopen van 'dingen die we aan de muur hangen' (zoals schilderijen) via 'picture shows' (zoals films),

beeldobjecten in hun omgeving (bijvoorbeeld een standbeeld van een politicus op het plein voor het parlementsgebouw, of een selfie als onderdeel van de zelfpresentatie van een Facebookgebruiker), stereotype gedragspatronen (in een rijtje voor een toeristische trekpleister een foto maken), "mentale beelden", dat wil zeggen de verbeelding of herinnering van een belichaamd bewustzijn (de herinnering aan het feestje dat ik vorige week bezocht), een uitspraak of tekst waarin een 'stand van zaken in de wekelijkheid' wordt uitgedrukt (bijvoorbeeld het beeld dat een historicus schetst van een bepaalde historische actor of historisch tijdvak), tot aan wereldbeelden in Heideggeriaanse zin (idem, xiii-xiv).

Hoewel in de alledaagse taalpraktijk die verschillende betekenisaspecten van 'beeld' nogal eens door elkaar worden gebruikt, en andere indelingen van de beeldfamilie mogelijk zijn (zie bijvoorbeeld Belting 2005), zal ik ten behoeve van de helderheid van mijn betoog de conceptuele indeling van Mitchell volgen.

1.2.1.2 De complexiteit van het beeld

De lichte verwarring die kan ontstaan wanneer het woord 'beeld' valt, hangt niet alleen samen met het feit dat het zoveel verschillende betekenisaspecten heeft, maar is vaak ook het gevolg van het feit dat een en hetzelfde object die verschillende betekenisaspecten belichaamt. Neem nu een selfie die we hebben geüpload naar het sociale platform Instagram, en voorzien van enkele begeleidende hashtags. Tot welke categorie behoort dit 'ding'? Als fotografisch *object* is het tevens een *afbeelding*, omdat het dankzij de "lichtstralen die van het gefotografeerde voorwerp uitgaan" qua vormen kleuren een gelijkenis vertoont met de gefotografeerde persoon. Maar het zelfportret geeft – door de enscenering, hoek van waaruit is gefotografeerd, pose, type lens, filter, et cetera, ook uitdrukking aan het *mentale beeld* dat de selfie-fotograaf van zichzelf heeft: zo ben ik of zo wil ik zijn. In het laatste geval probeert de selfie-fotograaf zichzelf ook in lijn met het zesde betekenisaspect dat de Van Dale ten aanzien van het woord 'beeld' onderscheidt, als 'bijzonder mooi in zijn soort', een *ideaalbeeld* te (re)presenteren. De hashtags én de gebruikte *beeldtaal* (naast filters bijvoorbeeld het gebruik van bepaalde attributen, gebaren of kledingstukken in de foto), voorzien het beeld bovendien van een *verbale* en *symbolische* component. De materiële uitdrukking, de ordening van de pixels op het beeldscherm, maken het bovendien een *grafisch beeld*, dat – optisch – moet worden geïnterpreteerd door toeschouwers van het beeld. Het individu dat hashtags toevoegt gaat classificerend te werk volgens bepaalde *sociale conventies*, de toeschouwer zal bij het aanschouwen hetzelfde doen (bijvoorbeeld 'jonge vrouw', 'geen make-up', 'artsy', et cetera). De praktijk van het maken en interpreteren van de selfie op Instagram, met de daarbij behorende technieken, vaardigheden, codes (bijvoorbeeld door de gebruikers gehanteerde 'beeldtaal') en modes geven ons ten slotte ook een beeld van het *medium* Instagram. Dit alles maakt dat het weliswaar betekenisvol is de verschillende leden van de beeldfamilie, dat wil zeggen betekenisaspecten analytisch-theoretisch te *onderscheiden,* te *benoemen* en te *interpreteren,* maar dat deze in praktijk allerminst te *scheiden* zijn. De onderscheiden begrippen vormen de toolbox waarmee ik in het vervolg, en met name in de cases in de drie laatste hoofdstukken, de complexe en vaak weerbarstige realiteit van de verbeeldcultuur te lijf zal gaan.

1.2.1 De ambiguïteit en ambivalentie van het beeld

Het beeld en daarop gebaseerde noties als die van de beeldcultuur hebben niet alleen verschillende betekenissen, maar worden ook verschillend en vaak tegenstrijdig gewaardeerd, variërend van idolatie (beeldverheerlijking) tot iconoclasme (beeldverwerping). Waar 'visual thinking' en de producten daarvan, zoals 'virtual reality', volgens sommige onderzoekers "unprecedented opportunities" van "scientific creativity" bieden, dat wil zeggen "presentation (not reflecting any being, but constructing it), and not representation, based on classic mimesis" (Rarot en Śniadkowski 2014, 7-8) daar doen anderen het beeld af als – zoals Mitchell het puntig samenvat "the medium of the subhuman, the savage, the 'dumb' animal, the child, the women, the masses" (Mitchell 1994, 24). En leven in een beeldcultuur impliceert dat dat zelfs hun tegenpolen – zelfstandige, volwassen, elitaire mannen – om de titel van een boek van bekende criticaster van de beeldcultuur, Neil Postman, aan te halen – zich tegenwoordig intellectueel "dood amuseren" (Postman 1985).

Ook bij de eerder in dit hoofdstuk besproken auteurs treffen we uiteenlopende interpretaties en waarderingen aan. Waar veel visuele cultuurwetenschappers vaak met fascinatie, zo niet bewonderende instemming de 'visual pleasure' die de beeldcultuur kenmerkt, beschrijven en analyseren, daar is de houding van de eerder besproken Benjamin en Heidegger op zijn best ambivalent te noemen. 'Het kunstwerk in het tijdvak van de technische reproduceerbaarheid' van Benjamin is doortrokken van een nostalgie naar het tijdvak van de auratische kunst en van kritiek op de door de beeldcultuur mogelijk geworden "esthetisering van de politiek, die het fascisme bedrijft" (Benjamin 1973, 289), tegelijkertijd prijst hij de technische reproduceerbaarheid vanwege haar democratische en pedagogische potentieel, en omdat zij zo ook de "politisering van de kunst" mogelijk maakt (idem). En waar Heidegger in 'De tijd van het wereldbeeld' de wending naar het beeld enerzijds als een 'zijnshistorische beschikking' presenteert en vaak niet zonder bewondering spreekt over waar de moderne techniek het moderne subject al niet toe in staat stelt, spreekt hij tevens de vrees uit dat de mens in het tijdperk van het wereldbeeld de belangrijkste grondstof (*wichtigster Rohstoff*) van de technologie zal worden (Heidegger 1967, Band I: 84). Ook Debord, die ik eerder al even kort aanhaalde, ziet vooral waanzin en politieke – onderdrukkende – krachten aan het werk in de door hem waargenomen 'spektakelmaatschappij'. Deze tegenstrijdige waardering van het beeld heeft een lange geschiedenis, en voordat ik me in de laatste paragraaf van dit hoofdstuk zal buigen over de tegenstrijdige waardering die ook de in de beeldcultuur optredende digitale dubbelgangers ten deel valt, zal ik in de volgende twee paragrafen kort ingaan op genoemde geschiedenis.

1.2.1.1 Beeld en realiteit: tussen beeldverwerping en beeldverheerlijking

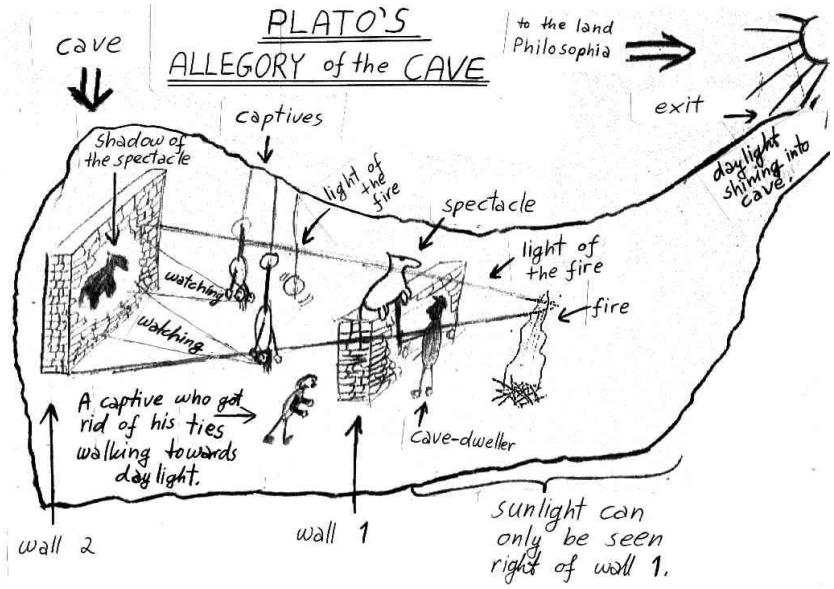
Eén van de redenen van de ambiguïteit van het beeld is gelegen in de dubbelzinnige verhouding die het beeld onderhoudt met datgene waar het naar verwijst. Enerzijds is het beeld daarvan onderscheiden: het beeld verwijst naar het afgebeelde dat het zelf niet is. Het schilderij of de foto is, hoe groot de gelijkenis ook is, niet het afgebeelde voorwerp, maar *re*presenteert dat object. Anderzijds kun je toch ook zeggen dat het beeld het afgebeelde (in zijn afwezigheid) *present* stelt. In dat geval neemt de afbeelding als het ware de plaats van het afgebeelde in. In kritische reflecties op het beeld wordt er vaak op gewezen dat er in dit verband een groot verschil bestaat tussen taal en beeld. Waar taal wordt opgevat als een representatiesysteem dat zijn kunstmatigheid openlijk toont (een woord pretendeert niet op het ding waarnaar het verwijst te lijken), daar wordt het beeld vaak verweten een teken te zijn dat pretendeert dat niet te zijn. Het beeld is in deze optiek een indringer

met een masker dat ons allen voor de gek houdt door de indruk te wekken een transparant venster te zijn dat ons uitzicht op het object zelf biedt: “Instead of providing a transparent window on the world, images are now regarded as the sort of sign that presents a deceptive appearance of naturalness and transparency concealing an opaque, distorting, arbitrary mechanism of representation, a process of ideological mystification” (Mitchell 1984, 503-4). Met andere woorden, het beeld doet alsóf het een directe representatie van de wereld is, terwijl het die in werkelijkheid *juist* stiekem verhult (zie ook Berger 1977).

De Belgische schilder Magritte laat dat op een geestige manier zien in *La trahison des images* (Het verraad van de beelden, 1928/29), de beroemde afbeelding van de pijp waaronder staat geschreven ’Dit is geen pijp’. Wanneer we het voor het eerst zien, verrast dat onderschrift ons. Als er nu één ding een pijp is, dan is het deze realistisch geschilderde pijp toch wel? In tweede instantie zijn we verrast over het feit dat de geschilderde tekst ons verrast: bij nader inzien is het immers klip en klaar dat het een áfbeelding van een pijp is, en daarmee niet de pijp zelf. Deze opzettelijke werking van Magritte’s kunstwerk toont dat afbeeldingen een transparante kwaliteit bezitten die ons hen doet vergeten en ons gevoelsmatig ‘onmiddellijk’ in contact brengen met het afgebeelde. Vandaar dat de opzettelijke beschadiging van symbolische objecten – bijvoorbeeld het christelijke kruis, of de Amerikaanse vlag - het gesymboliseerde zelf lijkt te raken en daarom heftige emoties kan oproepen. Wie een kruis vertrapt of een vlag in brand steekt, vernietigt niet alleen een (vaak niet erg kostbaar) materieel object, maar schendt het heilige of de natie die daarin present wordt gesteld. Maar het beeld kan – paradoxaal genoeg – het zicht op het afgebeelde ook juist ontnemen, zoals het voorbeeld van Magritte’s pijp laat zien.

Ook de westerse filosofie heeft vanaf haar aanvang met deze ambiguïteit van het beeld geworsteld. Dat wordt bij voorbeeld al duidelijk bij Plato, waarvan de filosoof Whitehead ooit heeft gezegd dat de hele traditie na hem niet veel meer heeft gedaan dan het plaatsen van een reeks voetnoten bij zijn teksten (Whitehead 1978, 39). Plato’s filosofie wordt gekenmerkt door een scherpe scheiding tussen de veranderlijke en vergankelijke wereld van alledag (die hij ook wel aanduidt als de wereld van het Worden) en de bovenzinnelijke wereld van de onveranderlijke en onvergankelijke Ideeën (de wereld van het Zijn). Plato’s filosofie zou je mimetisch kunnen noemen, omdat hij stelt dat de dingen in onze alledaagse wereld afbeeldingen zijn van de eeuwige Ideeën (*eidos,* ook wel vertaald als oervorm). Zoals een met een krijtje gemaakte tekening van een cirkel op een schoolbord een onvolmaakte en vergankelijke kopie is van het abstracte en tijdloze Idee van de cirkel die ons daarbij voor ons geestesoog zweeft, zo is ook het bed in de slaapkamer volgens Plato slechts een vergankelijke afbeelding (*eikon*) van het eeuwige Idee van het bed. En een afbeelding van dat bed – bijvoorbeeld op een schilderij of in een verhaal – is zelfs niet meer dan een afbeelding van een afbeelding (*fantasma*). De ambiguïteit en ambivalentie die het beeld voor Plato heeft komt erin tot uitdrukking dat hij aan de ene kant stelt dat het *deel heeft* aan het Idee van het bed (*methexis*) en het bed op zijn beurt de Idee *present stelt* (*parousia*), maar anderzijds benadrukt hij keer op keer dat in de rangorde van de zijnden de concrete objecten lager staan dan de Ideeën. Het bed dat de ambachtsman zijn technische vaardigheid (*technè*) maakt, zo stelt Plato in *De Staat,* is een min of meer gelijkende, maar inferieure, want vergankelijke kopie van het eeuwige Idee. En nog erger is het gesteld met de kopie die de kunstenaar van deze kopie maakt. Om die reden is de kunstenaar voor Plato “een schijnbeelden-ontwerper […], die van de echte waarheid héél ver af staat” (Plato, 1980, deel III, 463 – 605c). De afbeeldingen van de kunstenaar behoren noch toch tot het ware Zijn, noch tot de wereld van het Worden, maar maken deel uit van de bedrieglijke wereld van de schijn (*fantasma*).

Voor Plato is er in de ideale staat daarom geen plaats voor kunstenaars en andere makers van beelden. Daarvoor geeft hij twee redenen. De eerste is dat de beelden die de kunstenaar maakt slechts schijnkennis opleveren. Omdat de mens er volgens Plato naar moet streven de eeuwige Ideeën te contempleren, moet hij zich verre houden van de schijnbeelden van die de kunstenaar produceert. Die beelden leiden de toeschouwer af van gewenste contemplatie en verleiden hem daarentegen zijn verlangen te richten op de afgebeelde voorwerpen. En omdat schilders en dichters als Homerus moreel verwerpelijke zaken verbeelden, oefenen ze ook nog een verderfelijke invloed uit op de jeugd (een type kritiek die we ook nog steeds wat betreft de moderne beeldcultuur aantreffen, bijvoorbeeld in de kritiek dat gewelddadige films of games aanzetten tot geweld (zie bijvoorbeeld Goldstein 2005)).



Afb. 3 Plato's allegorie van de grot

Uit zijn kritiek op het beeld blijkt dat Plato zich goed bewust was van de kracht die beelden op mensen uitoefenen. Het is niet zonder ironie dat Plato in zijn dialogen ook zelf regelmatig gebruik maakt van lang uitgesponnen *beeldspraak*, bijvoorbeeld in de beroemde mythe van de grot, waarin hij mensen die zich niet richten op contemplatie op de Ideeën vergelijkt met gevangen in een grot die op de wand slecht de door een vuur veroorzaakte schaduwen zien van de voorwerpen die zich achter hun rug bevinden, en niet die voorwerpen zelf, en al helemaal niet de bron van al het zichtbare: de zon (op zich weer een zinnebeeld van de Idee van het Goede). Bovendien vinden we in Plato's dialogen ook een meer positieve benadering van het beeld. Zo stelt hij in het *Symposium* in lijn met het hierboven genoemde idee van *methexis* dat de erotische bekoring van een mooi lichaam de beschouwer kan inspireren tot de contemplatie van lichamelijke schoonheid in een meer abstracte zin en vandaar zelfs kan opstijgen tot de Idee van het Schone als zodanig en "de schoonheid-zelf te zien in al haar zonne-zuiverheid, reinheid, onvermengdheid, niet bezwaard door menselijk vlees, onbezoedeld door kleuren en die honderd andere beuzelarijen, […] de goddelijke schoonheid-zelf in haar éénvormigheid" (Plato, 1980, deel II, 211d-e). Plotinus – de in de derde eeuw n.C. levende grondlegger van het neoplatonisme – gaat daarin nog een stap verder dan Plato door te stellen dat de kunstenaar zich bij het maken van de afbeelding niet zozeer laat inspireren door materiële objecten uit alledaagse werkelijkheid, maar zich onmiddellijk laat leiden door de betreffende Idee (Plotinus 1991, Enneaden, V, viii,1). De kunstenaar *idealiseert* dus volgens Plotinus zijn afbeelding. Hij beeldt niet een willekeurig bed af, maar het Idee, het wezen van het bed. Met die opvatting rehabiliteert Plotinus de afbeelding tot op zekere hoogte en plaatst hij de kunstenaar boven de ambachtsman, die de kunstenaar voor Plato was. Daarmee loopt hij vooruit op de romantische verheerlijking van de kunst.

Hoewel Georg Wilhelm Friedrich Hegel allerminst een romanticus kan worden genoemd en met zijn idealistische filosofie van de Geest (door hem ook aangeduid als de Idee en het Goddelijke) dichter staat bij het rationalisme van Plato, zet hij wel Plotinus' rehabilitatie van de schijnbeelden voort. Hegel onderschrijft weliswaar dat de kunst het rijk van de schijn is in vergelijking met dat van de Geest, maar deze schijn mag volgens hem niet als louter illusie worden begrepen. Zo stelt hij in de inleiding tot zijn postuum uitgegeven *Ästhetik* (1835):

> De schijn is juist wezenlijk voor het wezen, de waarheid zou niet bestaan als zij niet zou schijnen en verschijnen. […] De verschijningen van de kunst zijn dus ver verwijderd van de loutere schijn en in tegenstelling tot de gewone werkelijkheid dienen zij gerekend te worden tot de hogere realiteit en het waarachtiger bestaan. (Hegel 1989, 19-20)[8]

Ondanks het gegeven dat Hegel het beeld en de kunst herwaardeert, blijven zij in zijn rationalistische filosofie uiteindelijk slechts tijdelijke stadia op weg naar het filosofisch begrip. Voor Hegel behoudt de rationalistische opgevatte Goddelijke Geest het primaat. Dat verandert onder invloed van de secularisering. Wanneer het idee van een hogere, transcendente werkelijkheid erodeert, verliest het beeldverbod zijn ultieme grond. Een filosoof die daar als geen andere uitdrukking aan heeft gegeven is Friedrich Nietzsche. In de boeken die hij in de laatste decennia van de negentiende eeuw publiceert, geeft hij een krachtige uitdrukking aan de secularisering met zijn in *De vrolijke wetenschap* [*Die fröhliche Wissenschaft*] (1882) verschenen these van 'de dood van God':

> [108]. *Nieuwe gevechten.* Toen Boeddha dood was, vertoonde men nog eeuwenlang zijn schaduw in een grot, - een enorme huiveringwekkende schaduw. God is dood: maar zoals de menselijke aard nu eenmaal is, zullen er misschien nog millennia lang grotten bestaan waarin men zijn schaduw vertoont. - En wij - wij moeten ook nog zijn schaduw overwinnen! (Nietzsche 1976, 119)

Nietzsche verbindt in dit aforisme de dood van de transcendente god van het christendom met het platonisme door zijn verwijzing naar Plato's mythe van de grot. Dat is niet zo gek wanneer we bedenken dat het christelijke idee van een transcendente god sterk is beïnvloed door Plato's filosofie (Gaston 2009). In *Voorbij goed en kwaad* [*Jenseits von Gut und Böse*] (1886) noemt Nietzsche het christendom daarom niet zonder reden en met de nodige spot "platonisme voor 'het volk'" (Nietzsche 1979, 8). In het zojuist geciteerde aforisme brengt Nietzsche tot uitdrukking dat ook wanneer God dood wordt verklaard zijn 'schaduwen' – lees: de invloed van zijn denken – nog lang zullen doorwerken. Nietzsche's kritiek op de in zijn ogen nihilistische traditie van het platonisme en christendom, dat de mens oproept zich af te wenden van het vergankelijke leven hier en nu en zich te richten op de eeuwige, bovenzinnelijke wereld gaat gepaard met een radicale herwaardering van het beeld en de kunst. In *Afgodenscherming of Hoe je met de hamer filosofeert* [*Götzendämmerung oder*

[8] In deze redenering tekent zich een denkfiguur af die Hegels denken als geheel doortrekt, de notie van mediatie, die in de filosofie na hem veelvuldig zal worden overgenomen. Kern daarvan is dat de Geest of Idee zichzelf slechts kan vatten door zich te veruiterlijken ofwel objectiveren in een materiële gestalte. Hegel ontwikkelt dat idee in de context van zijn allesomvattende metafysica en wereldgeschiedenis. Bij filosofen als Dilthey en de door hem geïnspireerde Plessner en Ricoeur krijgt het een meer aardse en alledaagse invulling. Zo stelt Dilthey dat we *belevingen* slechts werkelijk kunnen *begrijpen* wanneer ze een gearticuleerde *uitdrukking* krijgen. Het idee dat aan dit proefschrift ten grondslag lag, ging ik bijvoorbeeld slechts echt begrijpen toen ik het al schrijvend tot uitdrukking bracht. In het volgende hoofdstuk over Plessner zal ik de notie van mediatie uitvoeriger bespreken.

wie man mit dem Hammer philosophiert] (1889) geeft Nietzsche in het nog geen twee pagina's beslaande hoofdstukje 'Hoe de "ware wereld" ten slotte een fabel ging worden' een uiterst beknopte geschiedenis van de 'dwaling' van een bovenzinnelijke wereld in zes grote stappen. Waar deze 'ware wereld' bij Plato nog bereikbaar is in de filosofische contemplatie van de Ideeën (stap 1), daar wordt deze in het christendom tot iets dat slechts in een hiernamaals bereikbaar is (stap 2). Bij Kant wordt de ware wereld – van de dingen als zodanig – principieel onbereikbaar, omdat we de wereld alleen kunnen vatten als een 'menselijke wereld', zoals deze aan de mens verschijnt in een door de menselijke rede 'gefilterde' vorm, dat wil zeggen door de apriorische vormen van menselijke zintuigen en het menselijk verstand (stap 3). Maar als deze 'ware wereld' onbereikbaar is geworden, zo stelt Nietzsche, en – zoals Schopenhauer heeft benadrukt – er dus ook geen enkel troostende werking meer van uitgaat (stap 4), dan heeft ze geen enkel nut meer. Volgens Nietzsche kunnen we dan de 'ware wereld' maar beter afschaffen (stap 5). Hiermee eindigt echter deze 'Geschiedenis van de dwaling' nog niet. Er is volgens Nietzsche nog een laatste – zesde – stap nodig: als de 'ware wereld' niet bestaat, heeft het ook geen zin meer om de wereld die overblijft schijnbaar te noemen: "*Met de ware wereld hebben wij ook de schijnbare afgeschaft!"* (Nietzsche 1983, 87-88).

In het kader van mijn uiteenzetting is vooral van belang dat de afschaffing van de 'ware wereld' een fundamentele herwaardering met zich meebrengt van het beeld. Waar het beeld in de platoons-christelijke traditie altijd was verbonden met de 'schijnbare wereld' en om die reden werd gezien als inferieur aan de transcendente werkelijkheid van de Ideeën of God, op zijn best een zwakke schaduw daarvan, daar betekent dat de afschaffing van de ware en daarmee ook van de daaraan ondergeschikte schijnbare wereld voor Nietzsche ook het einde van de negatieve waardering voor het beeld. Nietzsche zet Plato als het ware van de kop op de voeten door de kunstenaars juist te bejubelen als degenen die ons met hun verleidelijke beelden weer kunnen leren van de zo lang verketterde vergankelijke en zintuiglijke wereld van alledag te gaan houden. Ons weer leren om, zoals Nietzsche dat de Perzische profeet in de mond legt in zijn boek *Aldus sprak Zarathoestra* [*Also sprach Zarathustra*] (1883-5) 'trouw te blijven aan de aarde' (Nietzsche 1974, 27). Van zijn eerste werk, *De geboorte van de tragedie uit de geest van de muziek* [*Die Geburt der Tragödie aus dem Geiste der Musik*] (1872) tot aan de laatste aantekeningen die hij maakt, spreekt Nietzsche op nadrukkelijke wijze zijn bewondering uit voor het vermogen van de kunstenaars beelden te scheppen die ons verleiden het aardse leven lief te hebben en daarmee het nihilisme van de platoons-christelijke traditie, die ons vele eeuwen in zijn greep heeft gehouden, te overwinnen. Zo schrijft hij in het vroege *Menselijk, al te menselijk* [*Menschliches, Allzumenschliche*s] (1978-80): "Vóór alles heeft zij [de kunst, EdM] ons in de loop van duizenden jaren geleerd het leven in al zijn gedaanten met belangstelling en plezier in de gaten te houden en ons gevoel zo ver te krijgen dat we tenslotte uitroepen: 'Hoe 't ook is, het leven, het is goed!'" (Nietzsche 1980a, 144).

Vanwege zijn 'beeldverheerlijking' zou men Nietzsche de ideoloog van de beeldcultuur kunnen noemen. Toch is er zelfs bij hem sprake van ambivalente gevoelens ten opzichte van de beelden van de kunstenaars. Geïnspireerd door Plotinus' eerder besproken herwaardering van de kunst is het christelijke beeldverbod in de katholieke kerk losgelaten. Gedurende vele eeuwen hebben beeldend kunstenaars, maar ook schrijvers en musici, kerken met hun schilderijen gedecoreerd, de missen muzikaal ondersteund of heiligenlevens in geschrifte geïdealiseerd. Om die reden laat Nietzsche zich herhaaldelijk ook zeer kritisch uit over de kunst. Zo stelt hij in *Menselijk, al te menselijk,* waaruit ik hierboven zijn lofzang op de kunst citeerde, ook dat "kunstenaars van alle tijden in hun hoogste vlucht

juist die voorstellingen naar een hemelse verheerlijking hebben opgedragen waarvan wij nu de verkeerdheid inzien: zij zijn de idealiseerders van de godsdienstige en filosofische dwalingen van de mensheid" (Nietzsche 1980a, 140). Zoals we hierna zullen zien, treffen we deze ambivalentie in de huidige beeldcultuur ook aan, bijvoorbeeld ten opzichte van de digitale dubbelgangers die we in sociale media als Facebook aantreffen. Enerzijds hechten we bijzonder aan de wijze waarop wij ons in de sociale media presenteren. In zekere zin *zijn* wij het beeld dat we van onszelf scheppen. We doen dan ook ons uiterste best onszelf en ons leven zo aantrekkelijk en glamoureus mogelijk te presenteren. Maar anderzijds is er ook veel kritiek op deze idealiserende beelden. In die gevallen gaat het niet om een idealisering in de richting van een transcendente werkelijkheid, maar wordt er een beeld geschapen dat zich richt naar sociale idealen, maar dat echter niet erg overeenstemt met het leven van alledag, dat immers niet altijd zo aantrekkelijk en glamoureus is als de beelden in de sociale media ons willen doen geloven (Woertman 2012).

Ook bij postmoderne Nietzscheanen die reflecteren op de huidige beeldcultuur zien we deze dubbelzinnigheid ten aanzien van het beeld. Zo deelt Jean Baudrillard in zijn boek *Simulacres et simulations* (1981) enerzijds Nietzsches opvatting dat er met de afschaffing van de ´ware wereld´ ook geen sprake meer kan zijn van een slechts ´schijnbare wereld´ van het beeld. Waar vanaf Plato het beeld vaak is weggezet als een inferieure kopie (*eikon* of *fantasma*) van de ware wereld, noopt de afschaffing van die ware wereld tot een afschaffing van de 'kopie'. Om te begrijpen hoe hij invulling geeft aan dit idee, loont het – net als Baudrillard zelf – een allegorie te hanteren. In het boek *Sylvie en Bruno* (1889) van Lewis Carroll – de auteur van het fameuze absurdistische sprookje *Alice in Wonderland* dat in de introductie al kort werd genoemd – komt een paradoxale wereldkaart voor, die later door diverse wetenschappers vanwege de krachtige symboliek in diverse contexten opnieuw is aangehaald. In het boek vertelt een van de karakters over de perfectie van de kunst van het maken van kaarten waar hij woont. Ze zijn hier zó precies dat de schaal van de kaarten één op één is. Jorge Luis Borges neemt het idee van de minutieuze kaartenmakers over in zijn korte verhaal 'Del rigor en la ciencia' (1946). Borges' kaartenmakers worden bevangen door het idee de hele wereld te vangen in een allesomvattende plattegrond. Ze gaan gedetailleerd te werk. Zó gedetailleerd dat de wereldkaart uiteindelijk geheel samenvalt met de wereld zelf. Vanwege de omvang van dit intensieve project, is de kaart reeds in verval wanneer de laatste elementen worden toegevoegd. Slechts flarden bedekken aan het einde van de klus de wereld nog, de rest van de kaart is al uiteengevallen en verdwenen.

Met dit verhaal, "la plus belle allégorie de la simulation", vangt Baudrillard zijn *Simulacres et simulations* aan, met de observatie dat deze fabel inmiddels werkelijkheid is geworden (Baudrillard 1981, 9). Echter, hij draait het verhaal van Borges om. Het is niet zozeer de *plattegrond*, de exacte kopie van de werkelijkheid, die in verval is, maar het is juist de *werkelijkheid zelf* – ooit het origineel dat ten grondslag lag aan de kopie – die aan flarden ligt. Wij leven in zijn ogen onze dagelijkse levens in een 'kopie' van de werkelijkheid, een 'kopie' die (voort)bestaat in afbeeldingen – foto's, films, selfies. Kopie staat hierbij tussen "aanhalingstekens", omdat het onduidelijk in hoeverre deze 'verbeterde', hyperreële versie van de werkelijkheid, nog gebaseerd is op haar vergankelijke origineel. Baudrillard trekt daarmee Benjamins analyse van de mechanische reproduceerbaarheid door naar het heden. Hij onderscheidt drie stadia in de ontwikkeling van de media van reproductie. In de eerste fase bewerkstelligen de technische media volgens hem weliswaar een verdubbeling van de werkelijkheid, maar hun functie is nog steeds primair representerend. "Daarna krijg je pas een volgende fase, een tussenvorm die ook door Benjamin is beschreven, waarin de dingen niet eerst worden geproduceerd

en daarna gereproduceerd, maar waar de dingen onmiddellijk met het oog op de reproductie worden gemaakt. Je ziet hoe langzamerhand het eerste stadium, dat van het origineel, verdwijnt ten gunste van haar afbeelding. De kenmerken van de werkelijkheid beginnen dus nogal te verzwakken (...) Het laatste stadium, en dat interesseert me eigenlijk het meest, is het stadium waarin je niet eens meer kunt spreken van reproductie – want daarin is nog sprake van een boodschap –, maar van een stadium waarin iedere verwijzing naar de werkelijkheid verdwijnt. In dat geval zijn de media geen reproductiemiddel van de werkelijkheid meer, maar een verdwijningsvorm van de werkelijkheid" (Lutz 1983/1984). Baudrillard duidt dat laatste stadium ook wel aan als een *hyperrealiteit,* waarin het beeld domineert en het onderscheid tussen realiteit en beeld oplost:

> Aujourd'hui l'abstraction n'est plus celle de la carte, du double, du miroir ou du concept. La simulation n'est plus celle d'un territoire, d'un être référentiel, d'une substance. Elle est la génération par les modèles d'un réel sans origine ni réalité: hyperréel. (Baudrillard 1981, 10)

Het leven in een hyperrealiteit veronderstelt dat we in zeker opzicht leven in een 'dubbel' van de wereld; een universum "un univers étrangement semblable à l'original" (Baudrillard 1981, 24). In dit geval, zo stelt Baudrillard, is deze 'dubbelganger van de wereld' geen voorbode voor de dood (een traditionele opvatting van de dubbelganger, zie 1.3.1.1; 1.3.1.2); van de dood is deze hyperrealiteit reeds 'gereinigd'. De hyperrealistische dubbel van de wereld is 'ondood', *beter* dan de dingen 'al levend' waren; "plus souriantes, plus authentiques, dans la lumière de leur modèle, tels les visages des funeral homes" (Baudrillard 1981, 24). In het interview 'Game with Vestiges' stelt Baudrillard: "The hyper-real is the first movement in which there is a game played with representation nowadays. One plays parodically with photographic resemblance, with things that one doesn't believe in any more. One knows quite well that there are no longer any exact images of the world, no more mirrors—there are only tricks with mirrors" (Baudrillard 1993, 95). Hoewel de hyperrealiteit échter dan echt is en op een bepaalde manier kleurrijker en 'authentieker' dan het origineel dat reeds verdwenen is, klinkt uit de door Baudrillard gehanteerde beeldspraak – net als Benjamin voor hem – een nostalgisch betreuren van 'het verdwijnen van de wereld' in het simulacrum door.

In zijn essay 'Requiem for the Media' stelt Baudrillard, met verwijzing naar Benjamins analyse van de 'reproduceerbaarheid', dat in massamedia de productie van betekenis geheel is vervangen door louter reproductie: The symbolic has slipped from the order of the very production of meaning to that of its *re*production […]" (Baudrillard 2003, 282). Net als Benjamin, ziet Baudrillard de komst van technische reproduceerbaarheid als het belangrijkste aspect van de laat-industriële industrie. Een belangrijk resultaat van deze zich ontwikkelende reproduceerbaarheid ligt volgens hem in de snelheid, de overdaad en de overproductie van informatie, wat leidt tot oververzadiging, verstrooidheid en een hang naar oppervlakkig vermaak (*spectacle*). Hedendaagse toeschouwers zijn niet langer op zoek naar "the richness of imagination in [contemporary] images; [they] look for the giddiness of their superficiality, for the artifice of detail, the intimacy of their technique" (1988, 42-3) – ook de menselijke verbeelding raakt door en door gemedieerd, krijgt door middel van mediatie vorm en wordt door middel van mediatie begrepen.

1.2.1.2 De oculaire traditie: tussen kijken en bekeken worden

Wat de geschiedenis van de filosofische receptie van het beeld nog ingewikkelder maak is dat deze receptie interfereert met wat de Amerikaanse historicus en filosoof Martin Jay in zijn boek *Downcast Eyes. The Denigration of Vision in Twentieth-Century French Thought* (1994) heeft aangeduid als de oculaircentrische traditie van de westerse cultuur. Onder oculaircentrisme verstaat hij de hoge waardering en dominantie van het zien. In de hiërarchie van de zintuigen stond het zicht lang bovenaan. Oculaircentrisme verwijst met andere woorden naar de 'hegemonie van het oog' in de westerse filosofie en cultuur in het algemeen. Hij neemt als reactie op die hegemonie een tegenbeweging waar die een kritische blik op het zicht werpt en haar bijvoorbeeld koppelt aan sociale onderdrukking met behulp van surveillance en spektakel en aan de patriarchale machten van de 'male gaze' (Walker & Chaplin 1997, 19-20).

Het is niet vreemd dat Jay het eerste hoofdstuk – 'The Noblest of the Senses: Vision from Plato to Descartes' (Jay 1994, 21-82) begint bij Plato. Want hoewel Plato, zoals ik in de vorige paragraaf uiteen heb gezet, zich zeer negatief uitlaat over beelden, in het bijzonder de fantasmatische beelden van de kunstenaars, beschrijft hij ook het filosoferen in visuele termen, als een *schouwen* van Ideeën. De eerder besproken mythe van de grot is daarvan een goed voorbeeld. De gehele ervaring van de werkelijkheid wordt daarin in visuele termen uitgelegd. Dat de gevangenen de werkelijkheid verkeerd interpreteren en slechts de 'schaduwen' van de 'ware wereld' zien, heeft niet zozeer te maken met het feit dat ze de wereld kijkend beschouwen, want ook het filosofisch kennen van de ware wereld van de Ideeën is volgens Plato een vorm van kijken. Natuurlijk is er daarbij een belangrijk verschil. Waar het kijken van de gevangenen zich richt op de vergankelijke, zintuigelijke wereld is het schouwen van de filosoof abstract, zijn 'geestesoog' is gericht op de bovenzinnelijke, eeuwige Ideeën. Enkel in die zin is voor Plato en de traditie die op hem steunt het zien het meest nobele zintuig.

Volgens Jay is dit primaat van het zien tot op heden merkbaar in onze cultuur, tot in het alledaagse taalgebruik. Zo wijst hij erop dat het geen Duitser zal ontgaan dat *Augenblick* het woord 'Augen' bevat en *Anschauung* het woord 'Schau' (dat is in het Nederlandse 'ogenblik' en 'aanschouwing' ook het geval), net zomin als het Fransen zal ontgaan dat in *savoir* en *pouvoir* het woord 'voir' zit verstopt (Jay 1994, 2). En in het Nederlands heeft een woord als 'visie' eveneens een visuele oorsprong. Dat verandert niet door de secularisering en de teloorgang van de bovenzinnelijke wereld. Eerder integendeel! Immers, wanneer de blik zich van het hemelse rijk afwendt en zich in toenemende mate gaat focussen op de zintuiglijk-empirische werkelijkheid, dan wordt de rol van het zien zo mogelijk nog belangrijker. Zoals ik in paragraaf 1.1.1.2 al opmerkte, is visualisering een belangrijk kenmerk van moderne wetenschap. In de moderne tijd gaat dat – zoals ook Heidegger opmerkt in het eerder besproken essay 'De tijd van het wereldbeeld' – gepaard met een scherp, dichotoom onderscheid tussen het kijkende subject en het bekeken object. We zien dat bijvoorbeeld bij de zestiende-eeuwse denker Descartes.

In het licht van Nietzsche's in de vorige paragraaf besproken waardering voor kunstenaars vanwege hun gerichtheid op de zintuiglijke wereld, is het niet zo vreemd dat er in praktijk van de kunstbeoefening een lange traditie bestaat die het zien primair verbindt met het afbeelden van de *empirische* werkelijkheid. Deze traditie heeft mede onder invloed van de secularisering en de daarmee gepaard gaande wending naar het 'hier en nu' in de Moderne Tijd aan populariteit gewonnen. Zo

introduceerde Alberti in 1435 het perspectivistisch afbeelden in de kunsten. Hij betoogde dat deze wijze van afbeelden een wetenschappelijke en objectieve representatie van de werkelijkheid is, "a system for the automatic en mechanical production of truths about both the material and the mental world" (Mitchell 1984, 524). De techniek van het centraal perspectief ontkent zijn eigen kunstmatigheid en claimt een 'natuurlijke' weergave te zijn van hoe de dingen 'echt' zijn. Het perspectivistisch afbeelden nam al snel een dominante plaats in de wereld van de beeldende kunsten in, onder het mom van rede, wetenschap en objectiviteit. Het is in dat licht bezien ook niet zo vreemd dat grote kunstenaars als Leonardo da Vinci tevens hun sporen hebben verdiend als wetenschappers. En de komst van de fotocamera, die vergelijkbare afbeeldingen produceert als het perspectivisme, stimuleerde de overtuiging dat we hier van doen hebben met een 'natuurlijke wijze van representatie' (Mitchell 1984, idem; zie ook de opmerkingen over de relatie tussen fotografie en objectiviteit in paragraaf 1.1.2).[9]

In de afgelopen eeuwen is er echter volgens Jay sprake van een omkering in de oculaircentrische traditie. Daarmee bedoelt hij niet zozeer dat het beeldende minder dominant zou zijn geworden in onze cultuur (hij erkent dat in de huidige (digitale) beeldcultuur het tegendeel juist het geval is), maar dat het visuele schouwen in de loop van de tijd met steeds grotere argusogen wordt bekeken (Jay 1994, 14). Tot voor kort behield het *zien* zijn kentheoretische primaat, maar in de afgelopen decennia heeft het volgens Jay deze dominante positie juist gaandeweg verloren. Het is volgens Jay eerst met de fenomenoloog Husserl dat, in weerwil van de ook door hem nog gebruikte oculaire metaforen (zoals *Wesensschau*), de scherpe tegenstelling tussen subject en object, zoals we die bij Descartes zien, wordt doorbroken (Jay 1994, 265). En volgens techniekfilosoof Don Ihde is het niet zonder ironie dat juist de idealistische theorieën van Plato, Hegel en Husserl techniekfilosofen hebben geïnspireerd tot een omkering van het perspectief en de ontwikkeling van een omgekeerd, materialistisch perspectief:

> There is something of an irony in this narrative in that three 'idealists' – Plato, Hegel, and now, Edmund Husserl – are formulators of philosophies which stimulated inversions of a more 'materialist' sort which could lay the basis for the philosophical concern with technologies. (Ihde 1993, 39)

Husserl's fenomenologie begon als een poging het 'rijk van de pure ideeën' te beschrijven. Anders dan bij Plato was zijn versie evenwel dialectisch, in die zin dat kennis enkel kon worden vergaard via *interactie met de wereld* (Ihde 1993, 39). Hoewel Husserl's insteek in de eerste instantie Platoonse trekken had, betekende dit laatste inzicht (onbedoeld) een nieuw soort filosofisch relativisme. Het betekent immers dat kennis afhangt van een *belichaamd subject*, die via dat lichaam de wereld leert kennen. Het was Husserl-leerling Heidegger, die ten volle besefte wat deze verschuiving in het

[9] Nog steeds bestaat er de tendens om een fotografisch beeld te zien als een weergave van de werkelijke stand van zaken. Anderzijds merkte ik in de bespreking van de digitalisering van het beeld in paragraaf 1.1.3.2 op dat die heeft geleid tot een ondermijning van het objectieve gehalte van het 'fotografische' beeld. Dat digitale simulaties ons zo gemakkelijk voor de gek kunnen houden, komt echter doordat ze 'meeliften' op de objectieve reputatie van de analoge fotografie (dat gold ook voor de beruchte stalinistische fotomontages waaruit in ongenade gevallen kameraden zijn weggeretoucheerd).

denken betekende. Zijn 'belichaamde' visie op het menselijk zijn en aandacht voor de rol daarin van materiële zaken (bijvoorbeeld in de vorm van ter handen zijnde technische instrumenten) markeerde het begin van een materialistische 'techniekfilosofie' (Ihde, 1993: 39; meer hierover in 2.3.4).

Waar Husserl met zijn fenomenologische *Wesensschau* nog vasthoudt aan de positieve connotatie van het zien, is er in het westerse denken ná Husserl bovendien een duidelijke omkering in de waardering van het zien waar te nemen. Deze ontwikkeling berust niet op toeval. Met de genoemde (her)introductie van de mens als 'belichaamde denker', was hij niet langer louter subject, maar subject én object in één. De objectivering van de mens die zich in de twintigste-eeuwse filosofie op verschillende manieren manifesteert, heeft geleid tot een radicale herwaardering voor het 'schouwen' en een bijzonder kritische houding ten aanzien van de rol die ´het zien´ in de beeldcultuur speelt. Dat laat zich volgens Jay bij uitstek aflezen aan de Franse traditie. Zo analyseert Sartre – een overtuigd 'ocularfoob' – in *L'être et le néant. Essai d'ontologie phénoménologique* (1943) de 'boze blik' van de ander die mij tot een object reduceert, wat voor hem een bijzonder kwalijk gegeven is (Jay, 1994, 276).

Dit idee van een objectiverende blik met een uitgesproken negatieve bijsmaak bereikt een hoogtepunt in Foucault's interpretatie van het panopticum in *Discipline, Toezicht en Straf. De geboorte van de gevangenis* [*Surveiller et punir. Naissance de la prison*] (1975). In het boek beschrijft Foucault hoe rond 1800 uiteenlopende vormen van *disciplinering*, gericht op het menselijk lichaam, tot ontwikkeling komen. Waar Heidegger in 'De tijd van het wereldbeeld' beschreef hoe vanaf 1600 de natuur steeds meer tot object van machtsuitoefening werd, beschrijft Foucault hoe in het klassieke tijdperk, dat volgens de door hem gehanteerde periodisering van 1600 tot 1800 duurt, nu ook het menselijke lichaam wordt ontdekt als object van machtuitoefening: "In de loop van de klassieke periode wordt het lichaam ontdekt als voorwerp en doelwit van de macht. Overal zien we tekens van de uitgebreide aandacht die toen aan het lichaam werd geschonken – het lichaam dat wordt gemanipuleerd, gekneed, gedresseerd, het lichaam dat gehoorzaamt, reageert en allengs krachtiger en bedreven wordt" (Foucault 1989, 189). De mens wordt aldus opgevat als een te beheersen machine. Daarbij onderscheidt Foucault enerzijds het "anatomisch-metafysische register" waarin het lichaam object van onderzoek door medici en filosofen wordt, en anderzijds "een technisch-politieke register. Dat een samenspel is van school-, hospitaal- en militaire reglementen en van empirische en rationele methoden om de verrichtingen van het lichaam te controleren of te corrigeren" (idem). In deze context van het produceren van 'gehoorzame lichamen' bespreekt Foucault ook het panopticon. Het architectonische principe van het panopticon werd in 1791 voor het eerst beschreven door de Engelse Verlichtingsfilosoof Jeremy Bentham (Bentham 1995). Het panopticon is een cirkelvormig gevangenisgebouw waarin de 'doorzoncellen' kunnen worden gadegeslagen vanuit een centrale toren.

Met zijn bespreking van het panopticon als nieuwe vorm van 'straf', brengt Foucault drie belangrijke veranderingen in (Westerse) strafprocedures en surveillance in kaart ten tijde van de overgang van het klassieke naar het moderne tijdperk (vgl. Mathiesen 1997, 217). In de eerste plaats verandert het karakter van de straf: waar in het klassieke tijdperk de nadruk lag op lijfstraffen, waarbij vergelding, te schande maken en schrik aanjagen voorop stond, daar domineert in het moderne tijdvak gevangenisstraf, die vooral is gericht op correctie en verbetering van de delinquent. En waar, in de tweede plaats, de klassieke lijfstraf in een vaak theatraal vormgegeven, publieke setting werd

toegediend, daar vindt de gevangenisstraf plaats in een in een voor het publiek verborgen locatie, de individuele cel. In de derde plaats maakt het panopticum de gevangene zelf tot degene die de disciplinerende macht over zichzelf uitoefent:

> [D]e gedetineerde wordt bewust gemaakt van zijn permanente zichtbaarheid, waardoor de macht automatisch kan functioneren. Het toezicht, al is het discontinue, dient continu effect te hebben. De macht dient zo volmaakt te zijn dat haar feitelijke uitoefening overbodig wordt, het architectonische apparaat moet een machine zijn die, onafhankelijk van degene die macht uitoefent, een machtsbetrekking produceert en handhaaft; kortom de gedetineerde dient opgesloten te worden in een machtssituatie die hijzelf in stand houdt. (Foucault 1989, 270-71)

Dat is mogelijk doordat Bentham's panopticum zo is ontworpen dat de bewaker vanuit de centrale toren alle gevangenen in de gaten kan houden, maar zelf onzichtbaar is voor de gevangenen. Omdat de gedetineerde dus nooit weet of hij op een bepaald moment wel of niet geobserveerd wordt, zal hij zich op ieder moment bespied wanen en gaat hij zich met de blik van de bewaker identificeren. De 'zielsverandering' komt weliswaar tot stand in een surveillancevorm die buiten het individu gelegen is, maar deze wordt binnenuit uitgeoefend door het individu zelf. In het panopticon kan één enkele cipier het toezicht over vele gevangenen houden en zelfs als hij er niet is, werkt het systeem. De gevangenen identificeren zich met de (boze) blik van de cipier. Het panopticum heeft hierbij echter niet meer de intimiteit en individualiteit van de 'boze blik' van Sartre, waarbij *jij* het bent die *mij* bekijkt. In het panopticum identificeert een individu zich met de *anonieme* blik van een ander; het individu *objectiveert zichzelf*. Dat maakt het panopticum een bijzonder efficiënt instrument om "gedisciplineerde individuen te fabriceren" (idem, 429). Het bewerkstelligt "human beings who control themselves through self-control, thus fitting neatly into a so-called democratic capitalist society" (Mathiesen 1997, 217). Als gevolg heeft zich een 'carceral society' ontwikkeld, waarbinnen panoptische machtstructuren zich allang niet meer beperken tot het gebied van strafvervolging. "It is the normalizing gaze of panopticism which presumably produces that subjectivity, that self-control, which disciplines people to fit into a democratic capitalist society" (idem, 218). In het volgende hoofdstuk zal ik nader ingaan op de antropologische mogelijkheidsvoorwaarden van deze zelf-objectivering.

Het staat buiten kijf dat er veertig jaar na de analyse van Foucault nog steeds sprake is van panoptische surveillance. Bijvoorbeeld in de vorm van koepelgevangenissen – in Nederland te vinden in Arnhem, Breda en Haarlem. In de digitale 'onlife' samenleving is deze negentiende-eeuwse surveillancevorm inmiddels echter minder gangbaar geworden. Tegenwoordig vinden we de disciplinerende macht van panoptische surveillance massaal op straat, in de vorm van CCTV (*closed-circuit television*) op openbare plekken zoals stations, vliegvelden, havens en (snel)wegen, als ook in talloze gebouwen, zoals banken, ministeries, winkels en winkelcentra, parkeerterreinen, en ziekenhuizen. En meer recent worden gezichtsherkenningstechnologieën door de politie ingezet bij protesten (BLM, anti-coronagroeperingen). En ook treffen we ze aan op middelbare scholen, die in Nederland inmiddels ook massaal gebruik maken van digitale leerlingvolgsystemen zoals Magister en Somtoday – "Een digitale glazen kooi", aldus Tweede Kamerlid Paul van Meenen (Hagen 2019), die het reilen en zeilen van jongeren registreert en toegankelijk en inzichtelijk maakt voor docenten en in veel gevallen ook voor de ouders.

Hoewel het panopticon-model van Bentham en Foucault in sommige gevallen nog steeds bruikbaar is, is het volgens veel mediatheoretici niet toereikend om de nieuwere, door massamedia en digitale technologieën mogelijk geworden vormen van surveillance te duiden. Zo stelde de socioloog Thomas Mathiesen in de negentiger jaren van de afgelopen eeuw dat er in de door massamedia als televisie gekenmerkte *viewer society* naast de Foucaultiaanse panoptica nieuwe vormen van surveillance tot ontwikkeling zijn gekomen met onderscheiden kenmerken: "[T]he many - literally hundreds of millions of people at the same time – […] admire the few […] so that the tendency for the few to see and supervise the many is contextualized by a highly significant counterpart" (Mathiesen 1997, 215). Hij duidt deze vorm van surveillance aan met de term *synopticon*, van *syn*, samen/gelijktijdig, en *opticon*, zien (idem, 219). In deze synoptische ruimte bekijken de 'many' de realiteit gefilterd door deze 'few', die de beschikbare informatie filteren, vormen en presenteren (zie bijvoorbeeld Cohen, Stanley en Young 1973; Tuchman 1978; Hall 1989; Protess en McCombs 1991).

Waar Foucault wel benoemd dat panoptische technieken een langere geschiedenis kennen, situeert hij de opkomst van panoptische structuren rond eind 18e eeuw. Mathiesen trekt een historische lijn die verder teruggaat, zowel als het gaat om panoptische alsook synoptische machtsstructuren. Zo ziet hij de invoering van belastingen door keizer Augustus als een oude vorm van panoptische surveillance (Mathiesen 1997, 222), waarbij de blik van de heersende keizer als het ware wordt geïnternaliseerd door het belastingbetalende individu. Ook synoptische 'institutions of spectacle', kennen een lange geschiedenis, aldus Mathiesen. We kunnen daarbij denken aan audiovisuele spektakels zoals die in de klassieke oudheid in het Griekse theater en het Romeinse circus werden opgevoerd. Er doet zich met de opkomst van de massamedia volgens Mathiesen echter een belangrijk verschil met die oudere 'institutions of spectacle' voor;

> In the older context, people were gathered together; in the modern media context, the 'audience' has increasingly been delocalized so that people have become isolated from each other. In the older context, 'sender' and 'receiver' were in each other's proximity, be it in the ancient theatre or the festivals and image-building of the Colosseum; in the modern media context, distance between the two may be great. (Mathiesen 1997, 222)

In de moderniteit komt daarbij het verwarrende gegeven dat het niet altijd mogelijk is 'panoptische instituten' en 'synoptische instituten' uit elkaar te houden; soms biedt een technologie of platform mogelijkheden voor de aanwezigheid van beide machtsstructuren tegelijkertijd: "In our own time, television, video, satellites, cables and modern computer development are joint technological features. In his book 1984 George Orwell described panopticism and synopticism in their ultimate form as completely merged: through a screen in your living room you saw Big Brother, just as Big Brother saw you" (idem, 223).

Mathiesen schreef zijn voetnoot bij Foucault toen het World Wide Web nog in de kinderschoenen stond. Waar Foucault's panopticon tekortschoot om de massamedia en de architectonische surveillancestructuren die deze in zich dragen overtuigend te duiden, daar blijken ook synoptische machtsstructuren niet afdoende om de 'onlife' werkelijkheid in al zijn heterogene complexiteit te vatten. Na hem zijn de disciplinerende visuele machtssystemen van het panopticon en synopticon verder aangevuld met meerdere modellen die de veelheid aan 'blikken' in onze huidige tijd helpen vangen. Waar Mathiesen's model past bij de consumptiemaatschappij en diens beeldconsumenten, daar doet met de opkomst van sociale netwerksites ook de *prosumer* zijn intrede (Toffler 1980), die hier niet alleen consumeert maar ook creëert, en wordt er in dat verband ook gesproken van het ontstaan van het 'participerend panopticum' (Cascio 2005) of 'omniopticon' (Jurgenson 2010). Waar in het klassieke panopticon één enkele 'Big Brother' een hele groep gevangenen in het oog hield, en

ook bij de bewakingscamera's in principe één bewaker het publiek in de gaten kan houden, daar houden de gebruikers van sociale media elkaar voortdurend 'in het (boze) oog'; de 'many' bekijken met ander woorden de 'many'. Het is een vorm van sociale controle 2.0. Wie de ongeschreven regels overtreedt of politiek incorrect is, kan rekenen op *naming and shaming* en riskeert zelfs te worden *gecanceld.* En terwijl iedereen naar elkaar loert, verzamelen Web 2.0 applicaties en mobiele apps door middel van specifieke algoritmen ook allerlei data van de gebruikers, van surfgedrag op het internet en financiële transacties tot navigatie door de fysieke ruimte. Zuboff spreekt in dat verband, zoals in 1.2.2.2 werd opgemerkt, van 'surveillance capitalism' (Zuboff 2018). Als je beveiligingssoftware niet op orde is, is het zelfs mogelijk dat een boos oog je door de camera van je laptop of mobiel beloert zonder dat je dit in de gaten hebt. In deze laatste voorbeelden lijken zowel het panoptische, synoptische, als omnioptische of participerende model tekort te schieten; waar je bij een bewakingscamera nog kunt zien dat je misschien wordt gadegeslagen (en op dat feit berust een belangrijk deel van de werking: zelfs als het apparaat helemaal niets registreert werkt het), en je bij Instagram, Facebook of TikTok weet dat vele anderen je pagina kunnen bekijken, is het niet duidelijk of, en zo ja wat, er door algoritmen aan data van je worden verzameld en gebruikt. Techniekfilosofe Esther Keymolen noemt dat treffend 'onzichtbare zichtbaarheid' (Keymolen 2007, zie ook Hildebrandt 2009). Als die onzekerheid maakt dat je bij iedere toetsaanslag op je hoede bent, dan werkt het bewakingssysteem in zekere zin nog steeds als panopticum. Onderzoek leert evenwel dat veel internetgebruikers echter helemaal niet stilstaan bij het feit dat hun gedrag voortdurend door uiteenlopende partijen, zowel legaal als illegaal, wordt gemonitord.[10] In dat geval werkt het systeem niet als panopticum, maar dat neemt natuurlijk niets weg van de bewakende werking ervan en van het feit dat daarmee niet zelden de privacy en het recht worden geschonden.

Ten slotte heeft ook de wijze waarop informatie wordt gedeeld invloed op de wijze waarop er gekeken (en bekeken) wordt. Zo wordt veel informatie online opgeslagen – denk aan chatlogs van bijvoorbeeld Whatsapp en Facebook, e-mails, social media profielen, et cetera – hetgeen "pervasive awareness" (Mann, Nolan & Wellman 2002) en passiviteit in de vorm van bijvoorbeeld 'lurkers' teweegbrengt (Preece, Nonnecke & Andrews 2004). Pervasive awareness wordt veelal als een van de "affordances" van social media genoemd en verwijst dan naar de mogelijkheid van 'relational persistence' en 'sustained awareness' (Hampton 2016, 102). Waar bepaalde ontwikkelingen op individueel niveau (afstuderen, verhuizen, het wisselen van baan) eerder een verlies aan interpersoonlijk contact met bepaalde individuen betekende, daar maken social media het mogelijk de ander van een afstand – en vaak passief – te blijven volgen. Pervasive awareness is een implicatie

[10] In een in 2020 in opdracht van het Ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties door de Universiteit Twente uitgevoerd onderzoek naar de digitale vaardigheden van de Nederlandse bevolking concluderen de auteurs: "De cijfers gepresenteerd in dit rapport tonen aan dat er nog veel ruimte voor verbetering is bij zowel functionele als kritische vaardigheden" (Van Deursen en Helsper 2020, 35). Waar de groeiende toepassing van algoritmen in Artifical Intelligence (AI) en het Internet of Things (IoT) de functionele vaardigheden ondersteunen, maakt deze groei het juist noodzakelijk kritische vaardigheden – door de auteurs ook aangeduid als "digitaal bewustzijn" – te versterken: "Er [is] meer aandacht nodig voor digitale vaardigheden in een omgeving gekenmerkt door AI- en IoT-systemen. De autonome werking van deze systemen betekent niet dat digitale vaardigheden een kleinere rol gaan spelen; het tegenovergestelde is waar. De complexiteit van AI en IoT impliceren dat bepaalde vaardigheden belangrijker worden en meer uitdagingen met zich meebrengen. Het is maar de vraag of de beheersing van deze vaardigheden voor iedereen haalbaar is. AI en IoT zijn in potentie een verdere versterker van bestaande sociaal-digitale ongelijkheid." Het is daarom volgens de auteurs noodzakelijk dat er "meer geïnvesteerd wordt in kritische digitale vaardigheden. Deze vaardigheden zijn in dit rapport gepresenteerd als een vereiste voor participatie in de samenleving. In AI- en IoT-omgevingen gaan ze een minstens, zo niet nog belangrijkere rol spelen omdat de consequenties van een tekort aan deze vaardigheden verreikend zullen zijn" (idem, 37).

van *person-to-network* communicatie en maakt deel uit van een dynamische balans tussen het uitzenden en monitoren van online content (idem, 103). De passiviteit die hiermee gepaard gaat komt volgens Erickson voort uit het gegeven dat de uitgezonden communicatie 'recordable' en 'persistent' is (Erickson 1999). Het valt te allen tijde te bekijken (mits de ander een geaccepteerd contact is of het om openbare social media profielen gaat) en boyd (2010) voegt hier nog aan toe dat ook het doorzoekbare (*searchable*) karakter van de informatie hieraan bijdraagt. Je kunt altijd op een later tijdstip nog eens terugkeren en hoeft niet direct (of soms überhaupt) iets te doen met de aangereikte communicatie. De notie van 'pervasive awareness' heeft veel raakvlakken met het omnioptische principe van het 'participatory panopticon' – de gebruikers zijn zowel kijkers als bekekenen (indien zij ook actieve producenten zijn). In dit kader wordt er ook wel gesproken van "interpersonal surveillance"(Trottier 2012) en "social surveillance" (Marwick 2012).

Er wordt dus in de onlife wereld heel wat, en op uiteenlopende wijzen, gekeken en bekeken. Wie een cultuurpessimistische bril opzet, zal in de zojuist genoemde vormen van controlerende visualisatie vooral een groot gevaar zien dat bedreigend is voor privacy en – wanneer het illegaal gebeurt – het recht. Maar dat veel gebruikers dat gevaar op de koop toe nemen, laat zien dat de digitale beeldcultuur blijkbaar ook veel aantrekkelijke aspecten heeft. De sociale media stellen ons in staat voortdurend met onze familie, vrienden en werkrelaties in contact te staan en ons sociale leven en werk te coördineren. De technologisch gemedieerde beeldcultuur heeft bovendien een democratiserende werking. Sinds de opkomst van het publieke internet aan het einde van de afgelopen eeuw kunnen steeds meer mensen op actieve wijze deelnemen aan de beeldcultuur. Was het beeld lange tijd het bezit van hen die de middelen en kennis bezaten om ze te produceren, nu kan iedereen de beelden niet enkel consumeren maar ook produceren. Dit neemt overigens natuurlijk niet weg dat er nog steeds grote machtsverschillen en onevenwichtigheden zijn: ons doen en laten is bijvoorbeeld zichtbaarder voor Facebook dan het doen en laten van Facebook voor ons (Zuboff 2018).

Als we de door Martin Jay in *Downcast Eyes* beschreven ontwikkelingen overzien, dan kunnen we samenvattend daaruit twee grote ontwikkelingslijnen destilleren. De eerste betreft het object van het zien. Waar het schouwen aanvankelijk vooral gericht was op een transcendente werkelijkheid – een 'abstract kijken met je geestesoog – daar is 'het kijken' tegenwoordig gericht op de empirische werkelijkheid. Daarmee hangt, ten tweede, ook een ontwikkeling samen van kwalitatief naar kwantitatief. Deze hangt nauw met de eerste ontwikkeling samen. De geviseerde empirische werkelijkheid wordt anders voorheen de onmeetbare transcendente wereld, niet langer met kwalitatieve begrippen gevat, maar uitgedrukt in kwantitatieve data. Zelfs de filosofie ontkwam daar niet aan. Dat geldt in het bijzonder voor het utilisme, waarvan Jeremy Bentham, de uitvinder van het panopticum, een van de grondleggers was. Bentham pleitte ervoor dat we ethiek moeten baseren op het kwantitatieve principe van 'het grootste goed voor het grootste aantal mensen' (Ihde 1993, 63). Het kwantitatieve principe is inmiddels helemaal ingeburgerd in ons alledaagse leven. Meten is weten en hoe meer we meten, hoe beter. Dat leidt tot een in toenemende mate empirisch beeld van de werkelijkheid. Ook van onszelf, met de via de digitale dubbelganger geschapen *quantified self* als uitkomst (Lupton 2016).

1.3 De verbeelding van de dubbelganger

1.3.1 Natuurlijke en verbeelde dubbelgangers

In paragraaf 0.3 van de Introductie merkte ik op dat het begrip dubbelganger zowel kan slaan op echte dubbelgangers, mensen die bijzonder sterk op elkaar lijken, als om verbeelde dubbelgangers, meer of minder gelijkende afbeeldingen van mensen in uiteenlopende media. Beide toepassingen van het begrip behoeven een korte toelichting.

Hoewel alle mensen in meerdere opzichten – genetisch profiel, uiterlijk, karakter, levensgeschiedenis – uniek zijn, lijken ze tegelijkertijd ook altijd meer of minder op elkaar. Het meest extreem doet dit verschijnsel zich voor bij eeneiige tweelingen. Hoewel ze numeriek verschillend zijn (we hebben immers niet met één, maar met *twee personen* te maken), vertonen ze een extreme gelijkenis (vgl. Ricoeur 1990,140). Maar ook personen die genetisch niet zo sterk verwant zijn, kunnen sterk op elkaar lijken. Sommige kranten en tijdschriften hebben een rubriek waarin foto's worden vertoond van personen waarvan het uiterlijk grote overeenkomst vertoont met dat van beroemde voetballers, filmsterren en andere celebrities. Mensen worden bovendien gekenmerkt door een mimetische begeerte (Girard 1961) en bootsen elkaar voortdurend na. We zien dat terug in haardracht, mode en de inrichting van het huis, maar bijvoorbeeld ook in rolmodellen, vakantiebestemmingen, of favoriete auteurs, muziek of filmgenres.

In mijn onderzoek gaat het echter niet om deze menselijke dubbelgangers, maar om verbéélde dubbelgangers. Daar klinken de verschillende betekenisaspecten van de natuurlijke dubbelganger overigens vaak in door, omdat de verbeelde dubbelgangers daarin mede hun inspiratie vinden. Verbeelde dubbelgangers kunnen zich zowel als een natuurlijk verschijnsel voordoen of als een cultureel artefact, ofwel een kunstmatige dubbelganger betreffen. Bij 'natuurlijke dubbelgangers' kunnen we denken aan visuele reflecties in het water of schaduwen op de muur (zoals dat het geval is in Plato's grot). Een spiegel bevindt zich op de grens van het natuurlijke en kunstmatige, aangezien hier een natuurlijke weerspiegeling wordt veroorzaakt door een artefact. Ook andere zintuigen kunnen een natuurlijke dubbelganger waarnemen. We kunnen daarbij denken aan een echo van onze stem. Omdat ik met Mitchell het beeld breed heb gedefinieerd, reken ik ook dergelijke akoestische nabootsingen tot de verbeelde dubbelganger (in dat geval is er sprake van een 'akoestisch beeld'). Wanneer we de mentale connotatie van het beeld erbij betrekken, dan kunnen we ook de enkel gedachte, immateriële dubbelgangers – zoals beschermengelen en spookachtige dubbelgangers – tot het domein van de dubbelgangers rekenen.

In de menselijke cultuur vinden we echter ook uiteenlopende materiële dubbelgangers. We kunnen daarbij denken aan kunstmatige twee- en driedimensionale representaties van mensen, variërend van de prehistorische afbeeldingen van mensen, zoals we die bijvoorbeeld aantreffen in de grotschilderingen in Lascaux en in de vorm van kleibeeldjes van menselijke figuren, tot aan geschilderde portretten, standbeelden en fotografische en filmische representaties van menselijke personen. Verbeelde dubbelgangers kunnen hun origineel overleven. Dat geldt per definitie voor de bijzondere categorie dubbelgangers die de doden in herinnering houden, bijvoorbeeld in de vorm van Egyptische sarcofagen, dodenmaskers of foto's op de grafsteen. Ook dansers of acteurs kunnen andere personen verbeelden, maar daarbij vallen degene die verbeeldt en de dubbelganger fysiek samen.

Afb. 4 Menselijk figuren, Lascaux

Dat is weer niet het geval met literaire dubbelgangers. Het kan daarbij gaan om een ´verdubbeling´ van bestaande personen, bijvoorbeeld in een (auto)biografie of krantenartikel, of om fictieve personages in de literatuur. Ook deze kennen een lange geschiedenis. Een mooi voorbeeld is het verhaal dat de in Plato's dialoog *Symposium* opgevoerde komedieschrijver Aristophanes vertelt over de oorsprong van de liefde. Volgens dat verhaal hadden mensen in de oertijd twee hoofden en twee paar armen en benen. Omdat de oppergod Zeus ze daardoor als een bedreiging zag, besloot hij ze allen doormidden te klieven met zijn zwaard, waarna ieder van de helften gedoemd was op zoek te gaan naar zijn wederhelft (Plato 1980, deel II, 190c).

1.3.1.1 Dubbelgangers in literatuur, film en televisieseries

Ook in de moderne literatuur is het motief van de dubbelganger populair. Vooral in de negentiende-eeuwse Romantiek maakt de dubbelganger met regelmaat zijn opwachting. De in veel talen overgenomen Duitse term *Doppelgänger* dateert uit deze tijd. Het was de schrijver Jean Paul die de term voor het eerst gebruikte in zijn roman *Siebenkäs* (1796/97), waarin de hoofdfiguur op aanraden van zijn vriend, tevens zijn dubbelganger, zijn eigen dood in scène zet, om onder een ongewenst huwelijk uit te komen. De dubbelganger geldt vanaf deze roman vaak als een manifestatie van het sinistere soort, een donkere entiteit, een spookachtige gelijkenis, die veelal een van de hoofdpersonen uit een verhaal schaduwt en geldt als aankondiger van een duistere wending in zijn of haar leven – de dood, waanzin, et cetera. Het is een "spectral presentiment of disaster" (Schwartz 1996, 84). De dubbelganger is hierbij meestal een vrijwel exacte kopie van een individu, maar op de manier waarop het traditionele negatief van een zwart-witfoto dat is: een kopie waar alle witte delen zwart zijn en omgekeerd.

Maar het omgekeerde is soms ook het geval. In de roman *De dubbelganger* (1846) van Dostojewski splitst zich van de beambte Jakow Petrowitsj Goljadkin, die in vele opzichten een mislukkeling is en die zich onsterfelijk belachelijk maakt wanneer hij onuitgenodigd het verjaardagsfeest van de dochter van zijn baas bezoekt. Weggestuurd en afgedropen komt hij op weg naar huis een man tegen. Deze heeft dezelfde naam en geboorteplaats en blijkt op hetzelfde departement te werken – maar hij is in alles het positieve spiegelbeeld van de antiheld. De dubbelganger probeert er alles aan te doen om het de hoofdpersoon naar de zin te maken, en speelt hem zelfs een liefdesbrief van de dochter van hun baas in handen. Maar het handelen van deze ideale alter ego kan niet voorkomen dat het met Jakow

Petrowitsj Goljadkin slecht afloopt. Wanneer hij deze liefdesbrief op een volgend feest probeert te verzilveren, wordt hij met zachte hand in een koets geplaatst die hem naar een gekkenhuis in Siberië brengt. Lijkt de hoofdpersoon in de roman te lijden aan schizoïde waandenkbeelden, in andere romans waarin het dubbelgangersthema centraal staat, lijken de hoofdpersonen eerder te lijden aan ziekelijke vormen van narcisme. Zo is er de anekdote over de ijdele schrijver d'Annunzio, die – aangenaam verrast – zichzelf ontmoet en zijn dubbelganger – een knappe en ongeschonden 17-jarige versie van zichzelf – hartstochtelijk prijst "als ware het een schilderij" (Schoenmaker 1978, 184). In de roman *Het portret van Dorian Gray* (1890) van Oscar Wilde staat een portretschilderij centraal waarop echter juist de afbeelding steeds ouder wordt, terwijl de afgebeelde hoofdpersoon, die een ziekelijke liefde voor zijn eigen knappe vertoning ontwikkelt, juist onveranderlijk jong blijft. Het portret is een dubbelganger die het verdorven karakter van Dorian Gray tot uitdrukking brengt. Een vergelijkbaar thema speelt in De Musset's lange gedicht *La Nuit de décembre* (1835), dat verhaalt over een bezoek aan een begraafplaats, waar hij zijn oudere en geheel verloederde dubbelganger ontmoet, die hem waarschuwt voor de toekomstige gevolgen van zijn overvloedige alcoholgebruik. De romans van Wilde en De Musset doen denken aan de in Finse en Noorse folklore voorkomende *etiänen* en *vardøger,* dubbelgangers die als het ware voorafgaan aan hun 'origineel' en functioneren als (positief dan wel negatief) 'voorbeeld' of 'voorganger'. De dubbelganger gaat voor en toont hoe de toekomst er uit zal zien en is daarmee een simulacrum in Baudrillaard's zin – een kopie zonder origineel.

Er zou een heel boek te vullen zijn over het dubbelgangersthema in de negentiende-eeuwse literatuur. Daarin zouden naast de reeds genoemde werken ook Shelley's *Prometheus Unbound* (1820)*,* Chesterton's gedicht 'The Mirror of Madman' (1900) en James' korte verhaal 'The Jolly Corner' (1908) zeker niet mogen ontbreken. En dat geldt ook voor het werk van andere bekende en minder bekende schrijvers zoals Hoffmann, Edgar Allen Poe, Kafka, Raimund, Andersen, Strindberg en – meer recent – Herman's *De donkere kamer van Damokles* (1958), Welsh' *Filth* (1998) en Danielewski's *House of Leaves* (2000). Hoewel de voorbeelden in de vorige subparagraaf laten zien dat verbeelde dubbelgangers zich regelmatig manifesteren in de westerse literatuur (zich hier overigens niet tot beperkend, ook in andere culturen zijn dubbelgangers te vinden), verwondert het niet dat de door (analoge en digitale) fotografie en (analoge en digitale) film gedragen beeldcultuur een uitstekende voedingsbodem biedt voor visuele dubbelgangers. Tegenwoordig maken dubbelganger dan ook regelmatig hun opwachting in *sciencefiction films* en televisieseries, bijvoorbeeld in de vorm van *clones*. De dubbelganger is te zien in films als Richard Ayoade's *The Double* (2013) en Andrej Tarkovski's *Solaris* (1972). De laatstgenoemde film handelt over een planeet waar gestorven geliefden van astronauten weer tot leven worden gebracht. In *Being John Malkovich* (1999) van regisseur Spike Jonze is het titel-personage "literally trapped in a room full of identical twins behaving independently of his own intentions and actions" (Bailenson & Segovia 2010, 175). Ook de vampier, die zijn opwachting maakt in populaire (film)series als *Twilight* (2008-2012), *The Vampire Diaries* (2009-2017) en *True Blood* (2008-2014), is bij uitstek het perfecte symbool voor de dubbelganger, gelijktijdig dood én levend en moeilijk te onderscheiden van zijn origineel. De fascinatie voor menselijke dubbelgangers komt ook tot uitdrukking in televisieprogramma's als *Finding My Twin Stranger* (2016) van regisseur Heenan Bhatti, waarin het DNA-profiel van zeven stellen van extreem gelijkende – maar elkaar onbekende – mensen door the Department of Twin Research van het St Thomas ziekenhuis in London wordt geanalyseerd en vergeleken. Voor wie ook benieuwd is naar zijn *real life* dubbelganger bieden ook websites als findmydoppelganger.net en twinstrangers.net een uitkomst. Ze bieden een database aan waarin je kunt zoeken naar mensen die er – *unheimlich* – precies zo uitzien als jijzelf.

1.3.1.2 De dubbelzinnigheid van de dubbelganger

Wat de beknopte opsomming van verbeelde (echte en fictieve) dubbelgangers leert, is dat deze verbeeldingen vrijwel zonder uitzondering draaien om het – vaak sinistere – mysterie dat zo kenmerkend is voor de dubbelganger. Of de dubbelganger zich nu toont als waarschuwende helper of als schrikbeeld optreedt, hij roept steeds *unheimliche* gevoelens op. Zo vertelt actrice Garner bijvoorbeeld over haar ontmoeting met haar digitale dubbelganger – in de vorm van een gamepersonage gebaseerd op haar rol in de tv-serie *Alias* van regisseur J.J. Abrams – die haar een sterk *unheimliche* ervaring opleverde (Fritz 2003). En Tsivian documenteerde de *unheimliche* ervaring van Russische acteurs bij het zien van zichzelf op het filmdoek, en hun angst dat de bewegende dubbelganger van invloed zou zijn op hun interne zelfbeeld. Bij anderen kwam het gevoel voort uit de nog niet gestandaardiseerde afspeelsnelheid. Films werden aanvankelijk met de hand gedraaid, en het effect was schokkende of te snelle bewegingen op het scherm, net niet helemaal menselijk. "Early Russian writers on film were well aware of the projectionist's role in transforming 'calm fluent gesture' into a 'jerky convulsive twitch' and making the 'actors gesture like puppets'" (geciteerd in Tsivian 1998, 53-54). Op het *unheimliche* karakter van de dubbelganger kom ik in hoofdstuk 3 nog uitvoeriger te spreken. Op deze plaats volstaat het op te merken dat de dubbelganger, zelfs als hij als helper optreedt, vaak een bijzonder ambigue en ambivalent karakter is. In het licht van de voorafgaande analyse van het beeld, doet zich het vermoeden voor dat dit wel eens zou kunnen samenhangen met de eerder in dit hoofdstuk genoemde ambiguïteit en ambivalentie die het fenomeen 'beeld' als zodanig aankleeft.

De waardering van de dubbelganger is uitgebreid onderzocht door psychoanalyticus Otto Rank in zijn boek *Der Döppelganger* (1925). In zijn bespreking van de ontwikkeling van het concept van de dubbelganger komt hij tot de conclusie dat er sprake is van een overgang van een positieve waardering naar een meer afwijzende houding ten aanzien van dubbelgangers. Lange tijd gold de dubbelganger volgens hem als een beschermer van het ego, een garantie op voortbestaan na de destructieve kracht van de dood. Ook André Bazin, een van de grote theoretici van de fotografie, is in "The Ontology of the Photographic Image" ["Ontologie de l'image photographique"] (1960) de mening toegedaan dat de psychologische impuls die de plastische kunst en technologie heeft doen ontstaan, gelegen is in het bevrijden van sterfelijken aan de klauwen van de tijd. Bijvoorbeeld door het creëren van een substituut, een dubbelganger die de plek van het levende lichaam inneemt en zo de dood te slim af is (Bazin 1980). Vaak wordt dit substituut gevonden in een 'afbeelding' van het zelf. In de vorm van een grotschildering bijvoorbeeld, of een sarcofaag. Beiden zijn een manier om het 'zelf' in materie te vangen en voort te laten bestaan. Als met de secularisering de hoop op een voortbestaan na de dood in een transcendente 'ware wereld' langzamerhand verdampt en er een 'herwaardering voor het aardse' zijn intrede doet in de westerse cultuur, wordt de dubbelganger vooral een onheilspellende gestalte die ons herinnert aan onze sterfelijkheid. Ook Sigmund Freud, de joodse grondlegger van de psychoanalyse met wie Rank gedurende vele jaren nauw samenwerkte, ziet deze ontwikkeling zich aftekenen. Traditioneel zagen de Joden de verschijning van de dubbelganger volgens Freud als een teken van profetische gaven. Een voorbeeld daarvan is Scholem, een legende in de Talmud die het verhaal vertelt van de man die, op zoek naar God, zichzelf tegenkwam. Deze opvatting van de dubbelganger verandert in de afgelopen eeuwen echter radicaal: "van een waarborg van het voortbestaan verandert hij in de unheimliche voorbode van de dood" (Freud 2006, Deel 8, 107). De besproken analoge dubbelgangers hebben in de informatiesamenleving een digitale pendant

gekregen. Zoals we zullen zien, behouden deze veel van de ambiguïteit en ambivalentie van hun voorgangers.

1.3.2 Digitale dubbelgangers

In paragraaf 0.3 van de Introductie merkte ik op dat ik in deze studie onder digitale dubbelgangers "digitaal gemedieerde visuele representaties van het zelf" versta. Nu fungeert de term 'digitale dubbelganger' – evenals varianten als *digitaler Doppelgänger*, *digital twin* en *digital shadow* – als een paraplubegrip waaronder nogal wat verschillende betekenissen schuilen. Zo kan een digitale dubbelganger onder andere verwijzen naar *avatars*[11] – afbeeldingen van gebruikers – in bijvoorbeeld games of gezondheidsapps (Bailenson & Segovia 2010; Aymerich-Franch & Bailenson 2014; Chia & Wong 2015), naar dubbels die we aantreffen in filmische en fotografische afbeeldingen van onszelf (Tziallas 2014), naar digitale 'stuntdubbels' in de filmindustrie (Giesen & Khan 2018), naar door middel van data analyse verkregen profielen van individuen (Bode & Kristenen 2015), naar digitale simulaties – 'digital twins' – van onszelf en de wereld, met behulp waarvan wordt geprobeerd voorspellingen te doen over ons toekomstig gedrag of dat waar nodig bij te sturen (Glaessgen and Stargel 2012; Boschert and Rosen 2016), naar identiteitsdiefstal en cybercrime (Malone 2012; Goga, Venkatadri and Gummadi 2015) of naar onverwachte lookalikes in de vorm van via het internet gevonden of gedeelde genetisch niet-verwante maar toch identieke individuen (Soliman 2015). In het vervolg zullen meerdere van deze varianten ter sprake komen, voor zoverre ze worden aangewend voor wat ik *digitale zelfverbeelding* zou willen noemen. In die zin is de digitale dubbelganger een bijzonder geval van de technologische verbeelding die ik eerder in dit hoofdstuk heb besproken. We kunnen de kenmerken daarvan nu ook gebruiken om het specifieke karakter van de digitale zelfverbeelding nader te omlijnen.

1.3.2.1 Digitale verbeelding van de mens

Met Heidegger heb ik betoogd dat de verbeeldcultuur wordt gekenmerkt door een beeldwording van de wereld. Alles wordt daarbij tot een object voor het kennende subject. Dat geldt op enigszins paradoxale wijze ook voor het subject zelf. Ook het subject maakt van zichzelf (en van andere subjecten) een beeldobject. Nu is dat geen volstrekt nieuw verschijnsel. Mensen hebben altijd wel al een bepaald mentaal zelfbeeld gehad. Kenmerkend voor de digitale verbeeldcultuur is evenwel dat dit zelfbeeld wordt geobjectiveerd in digitaal-materiële beelden, variërend van een foto op Facebook of een grafische afbeelding van ons slaapgedrag in een gezondheidsapp, of een door een webwinkel gemaakte grafiek van ons koopgedrag. Wie in de onlife wereld gebruik maakt van uiteenlopende apps om dingen te kopen, een treinreis te betalen of aan vrienden op een van de vele sociale media te laten zien waar hij is of hoe de nieuwe trui staat, laat een heleboel digitale sporen na die tezamen een gedistribueerde 'schaduw' ofwel digitale dubbelganger vormen.

Een dergelijke *zelf-objectivering* of *zelfverbeelding* speelt een belangrijke rol in onze identiteitsvorming en zelfbegrip. Onze identiteit wordt in deze gevallen gemedieerd door de digitale sporen die we nalaten in de onlife wereld. Nu is ook het feit dat onze identiteit wordt gemedieerd door externe

[11] In dit begrip klinkt nog de oude, religieuze betekenis door van de dubbelganger. Het begrip is afkomstig uit het Hindoeïsme, waar het letterlijk 'de neerdalende' betekent, en in een abstractere zin verwijst naar een gereïncarneerd persoon, dat wil zeggen naar iemand die na de dood is wedergeboren en opnieuw een lichamelijke gestalte heeft aangenomen.

objecten ook geen volstrekt nieuw verschijnsel. Het is eigen aan menselijke identiteitsvorming. In paragraaf 1.2.2.1 refereerde ik in de bespreking van de relatie tussen beeld en realiteit naar Hegel's opvatting dat de Geest slechts tevoorschijn kan treden door zich zintuiglijk – in een beeld – uit te drukken. Zonder de *schijn* van het beeld kan het *zijn* überhaupt niet aan ons verschijnen. Bij Hegel maakt deze gedachte deel uit van een abstracte metafysica, maar filosofen na hem hebben dit abstracte model ook toegepast op de concrete, alledaagse werkelijkheid. Zo maakt de Duitse filosoof Dilthey, een kritische bewonderaar van Hegel, een onderscheid tussen beleving (*Erlebnis*), uitdrukking (*Ausdruck*) en begrijpen (*Verstehen*). Wanneer we een bepaalde beleving willen begrijpen, is het noodzakelijk deze eerst te objectiveren en articuleren in een bepaalde uitdrukking (Dilthey 1994, 134v.). Wie tijdens zijn studie als opdracht een essay moet schrijven, zal de inhoud meestal niet al vooraf compleet in zijn hoofd hebben, maar slechts meer of minder vage gedachten daarover hebben. Pas wanneer we die gedachten op papier hebben gezet en daarmee gearticuleerd, krijgen we werkelijk 'greep' op de zaak waarover we schrijven en gaan we deze echt begrijpen. En dat geldt ook voor ons zelfbegrip. Om onszelf te begrijpen, dienen we onszelf te objectiveren. Wie een dagboek bijhoudt, schrijft meestal niet op wat hij al weet; de articulerende uitdrukking van onze belevingen is een deel van een zelfonderzoek. Je leert jezelf eerst kennen door jezelf uit te drukken.

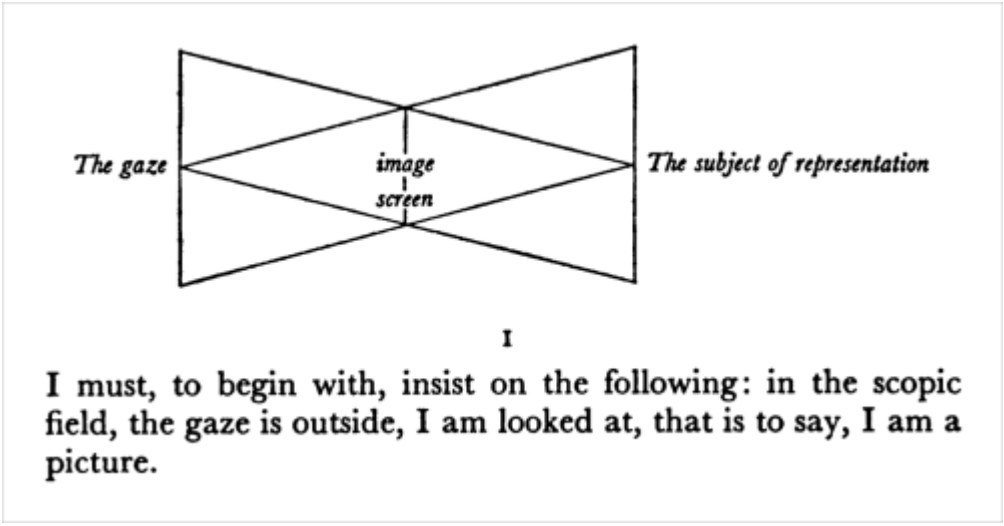
De Franse filosoof Paul Ricoeur heeft dit idee verder uitgewerkt in zijn theorie van narratieve identiteit (Ricoeur 1990, 137-198). Waar Dilthey over alle levensuitingen spreekt, benadrukt Ricoeur het belang van onze verhalen. Ons leven is niet alleen een goede metafoor voor onze identiteit, omdat die zich net als een verhaal afspeelt in de tijd, een begin en een einde heeft, en daar tussenin voortdurend in ontwikkeling is, maar ook omdat we ook in het vertellen van levensverhalen onze identiteit gestalte geven. We drukken onze (vaak impliciete) belevingen uit in gearticuleerde verhalen. Deze verhalen stellen niet alleen onszelf en degenen die met ons verkeren in staat te begrijpen wie we zijn (zonder dat we ons leven overigens ooit volledig zouden kunnen begrijpen), maar ze zijn ook een belangrijke fase in de identiteitsvorming, omdat wij ons met die verhalen identificeren.

Hoewel verhalen nog altijd een belangrijke rol spelen in ons leven, zijn beelden in de huidige verbeeldcultuur daarnaast een steeds belangrijkere rol gaan spelen. Ook in de identiteitsvorming. In de 'droomachtige sfeer' van de verbeeldcultuur duiken digitale dubbelgangers in allerlei 'technische beelden' Soms doen ze denken aan analoge voorgangers, zoals sarcofagen (een Instagram of TikTok account waar een 'kopie' van jou en je activiteiten is opgeslagen), grotschilderingen (Facebookgebruikers schrijven op hun eigen *wall* of die van Facebook vrienden), en geografische kaarten (wanneer je een met behulp van Google maps en de GPS van je smartphones een digitale kopie opslaan van de route die je hebt hardgelopen). Soms zijn ze gefixeerd in de tijd (bijvoorbeeld de profielfoto op je LinkedIn-pagina die jarenlang ongewijzigd blijft), soms zijn ze uiterst veranderlijk, bijvoorbeeld het aantal likes of commentaren die aan een op social media gepubliceerde foto worden toegevoegd. Soms maak je ze zelf, wanneer je een foto of video op een social media platform plaatst, soms worden ze door anderen gemaakt, wanneer je opduikt in een door een ander gemaakte foto, of worden ze gebruikt of misbruikt door algoritmen, bijvoorbeeld wanneer Facebook met behulp van zijn algoritmen en databases 'achter' de foto deze verkopen aan een derde partij die deze kan gebruiken voor reclamedoeleinden, of je gang door de stad door bewakingscamera's wordt vastgelegd of je betalingsverkeer door de bank wordt geregistreerd.

Maar ook hier geldt dat de digitale zelf-objectiveringen bepalend zijn voor de identiteitsvorming. Dat geldt niet alleen voor de social mediagebruiker die zijn identiteit mede tot uitdrukking brengt in de beelden die hij op zijn profiel plaatst, maar ook de social media platformen zelf vormen zich een beeld van de identiteit van de gebruiker aan de hand van diens zelfverbeelding. Ook de zelfverbeelding in de technische verbeeldcultuur blijkt bijzonder dubbelzinnig. We kunnen dat nog wat verder verduidelijken aan de hand van het begrippenpaar *avatar* en *agent.* Wanneer een technische afbeelding van een mens in real time wordt bestuurd door de afgebeelde persoon, dan is er sprake van een *avatar* (zie noot 11). Wanneer een technisch beeld daarentegen door een algoritme, een set computerinstructies, wordt voortgedreven, dan noemen we het een (computer of software) *agent* (Nwana 1996). Bij digitale dubbelgangers zijn avatar en agent echter vaak nauw verstrengeld. De identificatie met de zelfverbeelding (de *avatar*) vindt namelijk ook plaats wanneer deze de facto wordt aangestuurd door een algoritme. Dat kan, zoals we zo dadelijk zullen zien, in sommige gevallen nastrevenswaardig zijn, maar in andere gevallen tot (in enkele gevallen bijzonder) negatieve uitkomsten leiden.

1.3.2.2 Zelfverbeelding in de viewer society

Ter afsluiting van dit hoofdstuk ga ik nog wat dieper in op deze tegengestelde effecten van de digitale dubbelganger. Het neologisme 'verbeeldcultuur' verwijst niet alleen naar 'zelf-objectivering' – het uitdrukken van onszelf in externe beelden – maar verwijst ook naar 'zelfverbeelding'; het gegeven dat we beelden ook vaak gebruiken als ideaalbeelden. Zelfverbeelding is ook 'verbeelding' in de zin dat de beelden die we in de digitale (ver)beeldcultuur aantreffen immers vaak niet strikt objectief zijn, maar een projectie van ideaalbeelden van onszelf of nabootsingen van onze rolmodellen.



Afb. 5 Structure of the scopic field (in: Mitchell 2002)

In dit licht is Mitchells bespreking van Lacans verhandeling over de 'structure of the copic field' – in Afbeelding 5 afgebeeld als dialectische intersecties met een 'screened image' in het centrum – interessant. Mitchell beschrijft het diagram van Lacan als een 'wieg' die door de handen van en subject en object wordt bewogen: de toeschouwer en het bekeken object. Tussen hen in "is this curious intermediary thing, the image and the screen or medium in which it appears" (Mitchell 2002, 175). In oude studies van de optica, werd dit ook wel de *eidolon* (te vertalen met 'idool' of 'schijnbeeld') genoemd; het geprojecteerde sjabloon dat wordt geprojecteerd door het zoekende oog,

een simulacrum van het bekeken object, “cast off or propagated by the object like a snake shedding its skin in an infinite number of repetitions” (idem, 167).

Hoewel dit oude optische model van de *eidolon* als weergave van de psychische en fysiologische structuren van de menselijke visie, bezien in het licht van moderne wetenschappen, geen standhoudt, noemt Mitchell het wel een van de beste weergaves van visie als een *psychosociaal proces*.

> It provides an especially powerful tool for understanding why it is that images, works of art, media, figures and metaphors have lives of their own, and cannot be explained simply as rhetorical, communicative instruments or epistemological windows onto reality. The cat’s cradle of intersubjective vision helps us to see why it is that objects and images look back at us; why the *eidolon* has a tendency to become an idol that talks back to us, gives orders, and demands sacrifices; why the propagated image of an object is so efficacious for propaganda, so fecund in reproducing an infinite number of copies of itself. It helps us to see why vision is never a one-way street, but a multiple intersection teeming with dialectical images, why the child’s doll has a playful half-life on the borders of the animate and inanimate, and why the fossil traces of extinct life are resurrected in the beholder’s imagination. It makes it clear why the questions to ask about images are not just what do they mean, or what do they do? But what is the secret of their vitality – and what do they want? (idem, 176)

Mitchel’s beschrijving van de afbeelding als *eidolon* – idool en schijnbeeld in één – spreekt tot de verbeelding en raakt aan een aspect van afbeeldingen dat zich lastig in woorden laat vangen. De wijze waarop een afbeelding (de term hier door Mitchel gehanteerd in de brede zin van het woord) geanimeerd kan lijken, een ‘half-leven’ leidend, en niet alleen passief bekeken wordt door ons, maar “terugkijkt”, van invloed op ons kan zijn. In dit licht bezien zou het een vergissing zijn (zelf)verbeeldingen in navolging van Plato af te doen als louter ijdele fantasmen. Bij de bespreking van de relatie tussen beeld en realiteit in paragraaf 1.2.2.1 merkte ik met Baudrillard op dat technische beelden vaak het karakter hebben van simulacra: kopieën zonder origineel. Interessant is echter dat ook digitale ‘zelfverbeeldingen’, ofschoon zonder referent, referent kunnen *worden* voor de werkelijkheid. In dat geval gedraagt de digitale dubbelganger zich niet als ‘digitale schaduw’ die een causaal verband houdt met de realiteit zoals zij in een verleden ooit was, maar is hij eerder als de eerdergenoemde Finse *etiänen* en Noorse *vardøger*: vóórgangers die iets tot uitdrukking brengen nog voordat het ‘origineel’ dit doet. Ook hier geldt dat een goed voor-beeld doet navolgen. Een digitale dubbelganger heeft met andere woorden de potentie een nieuwe dimensie toe te voegen aan het zelfbeeld van een individu, en dat omdat de dubbelganger zich vaak ophoudt op de grens tussen echt en onecht, tussen realiteit en virtualiteit, tussen het fysieke en het verbeelde (Bayne 2008; Meadows 2008). Yee en Bailenson spreken in deze context van het *Proteus Effect* (Yee and Bailenson 2007). Proteus is een Griekse zeegod die – zoals de golven – voortdurend van gedaante kon verwisselen en de toekomst kon voorspellen. We zouden hem daarom ook de god van de anticiperende zelfverbeelding kunnen noemen:

> The Proteus Effect predicts that an individual’s behavior conforms to their digital self-representation independent of how others perceive them, for example, subjects who occupy attractive avatars behave more socially, taller avatars more confidentially, etc.
>
> And although extreme self-transformations are expensive (e.g., cosmetic surgery) or difficult to perform (e.g., gender reassignment surgery) on our physical bodies, nowhere is self-representation more flexible and easier to transform than in virtual environments where users can choose or customize their own avatars—digital representations of themselves. (idem, 271)

Bovendien, stellen ze, is een digitale dubbelganger niet zozeer een uniform of masker dat onze echte identiteit verbergt, maar de dubbelganger ís of wordt wie we zijn (idem, 274). Op dit antropologische thema kom ik in het volgende hoofdstuk nog uitvoerig terug.

Bailonson en Segovia hebben onderzoek gedaan naar de invloed die digitale dubbelgangers kunnen hebben op onze herinneringen en op het creëren van *valse* herinneringen. Zestig kleuters kregen een narratief voorgelegd waarin zij zelf de hoofdrol speelden. Het narratief was geheel imaginair en onwaarschijnlijk en verhaalde over de kleuter die een stuk ging zwemmen met twee orka's. Vervolgens werd de groep opgedeeld in vier verschillende testgroepen. De eerste groep kreeg na het voorgelegde narratief geen opdrachten. De tweede groep moest zich na het horen van het verhaal voorstellen hoe ze zelf met de orka's aan het zwemmen waren. De derde groep kreeg beelden te zien van een digitale dubbelganger van iemand anders dan zij zelf, zwemmend met orka's. De vierde groep kreeg eveneens digitale beelden te zien van het zwemmen met de dieren, maar dan met een digitale dubbelganger van henzelf. Een week later werden alle kinderen geïnterviewd en werd hen gevraagd naar het zwemmen met de orka's. Gelet werd er op de wijze waarop de kinderen het voorval herinnerden; als iets wat écht voorgevallen was, of niet (of iets hier tussenin). Uit de testresultaten blijken de kinderen die zichzelf moesten voorstellen met de orka's en de kinderen die hun eigen dubbelganger zagen zwemmen met de dieren vaker valse herinneringen aan te maken en te denken dat ze de dieren in de echte wereld hebben ontmoet (Bailenson and Sevogia 2010, 183).

Psychologe Loftus denkt dat digitale dubbelgangers een soortgelijk effect kunnen hebben op volwassenen. De mens maakt een onderscheid tussen echte en fictieve herinneringen door specifieke details, zoals geluid en beeld, terug te halen (Murphy 2011, 63). Omdat digitale dubbelgangers zogenaamde *rich media* zijn (Daft and Lengel 1984), die hoog scoren op het niveau van directe feedback, talig zijn en het vermogen hebben om verschillende soorten prikkels (symbolen, menselijke gebaren, etc.) over te dragen en een persoonlijke focus aan te brengen, is de kans groter dat de herinneringen van de digitale dubbelganger als *eigen* herinneringen worden ervaren. "These kinds of images can invade you like a Trojan horse," stelt Loftus (Murphy 2011, 63). King introduceerde de term "spectacle of the real" (King 2005) om nadruk te leggen op de wijze waarop in de visuele cultuur realiteit en spektakel innig verweven zijn. "Reality or performance, true or untrue, original or copy, street fashion or fashion show: the different strands of fact and fiction become entangled in a Gordian knot" (Hommel, Lie en Smelik 2014, 193). En hoe meer onze dubbelgangers op ons lijken, hoe lastiger het wordt onderscheid te maken tussen realiteit en virtualiteit. Kijken naar een digitale dubbelganger "that resembles you can influence your thoughts, feelings and actions, often for the better – a phenomenon dubbed the 'doppelgänger effect'" (Murphy 2011, 59). Breinonderzoek laat tevens zien dat onze digitale dubbelgangers meer effect op ons uitoefenen dan de beeltenis van een ander. Caudle presenteerde in 2009 tijdens een Society for Neuroscience bijeenkomst haar onderzoek naar de invloed van avatars op spelers van *World of Warcraft*. Wanneer gamers informatie werd voorgelegd over hun avatars, was er meer activiteit te zien in de mediale prefrontale cortex (welke in verband wordt gebracht met het verwerken van belangrijke 'zelf-relevante' informatie) dan wanneer er informatie werd voorgelegd over anderen. "This suggests that you're recruiting similar parts of the brain when you're thinking about the digital representation of yourself as you are when you're thinking of the real-life version of yourself", stelt Caudle (Murphy 2011, 60). Omdat digitale dubbelgangers wel een direct verband houden met hun referent maar – omdat zij zich ophouden op de grens tussen realiteit en virtualiteit – ook kunnen verschillen, zijn ze ook geschikt als

zelfverbeteringstool. Zo zou een visie van een 30 jaar oudere versie van jezelf kunnen helpen om slimmere financiële beslissingen te maken in het heden, of een versie van jezelf met huidkanker door de zon je zonnebadgedrag veranderen, of een zelfverzekerde dubbelganger die een koffie besteld in een virtuele koffietent helpen bij het genezen van sociale angsten (Murphy 2011). Dat een digitale dubbelganger effect kan hebben op menselijk gedrag is in het kader van reclameboodschappen reeds aangetoond. Door het gebruiken van bestaande beeltenissen van een individu (van social media profielen bijvoorbeeld) en deze vervolgens te implementeren in een reclamebeeld, zijn mensen sneller geneigd een product positief te beoordelen (Murphy 2011, 62). Ook hier lijkt het aanmaken van valse herinneringen een rol te spelen. Een onderzoek van Braun, Ellis en Loftus laat bijvoorbeeld zien dat er bij mensen die naar een reclame voor Disneyland kijken waarin ze zelf zijn afgebeeld terwijl ze de hand schudden van Bugs Bunny (een Warner Bross karakter) sprake bleek van een "increased confidence that they personally had shaken hands with the impossible character as a child at a Disney resort" (Braun, Ellis and Loftus 2002, 1).

Deze digitale dubbelgangers spelen, net als Mitchells voorbeeld van de pop van een kind, een 'playful half-life on the borders of the animate and inanimate' in de zin dat ze dingen ondernemen die het originele referent niet heeft gedaan of gaat doen:

> Unlike the traditional mirror and its photographic, cinematic and video analogues, with their straightforward reflection of what is in front of them, the reflections provided by the computer can be 'refracted' or altered to create a myriad of radically transformative effects. (Cleland 2006, 7)

Morse beschrijft een visuele bewegende digitale dubbelganger als "free to wander, no longer tied to a mirror position; once recorded, it is unleashed in time as well to enjoy its semiautonomous but ever so repetitive existence" (Morse 1998, 172). Ranald and Ranald noemen een dergelijke dubbelganger een 'living picture' (Ranald and Ranald 1961, 11). 'Quasi-autonome' dubbelgangers zouden ook volgens hen in de toekomst kunnen worden ingezet voor reclame, onderzoek en 'zelfverbetering' (bijvoorbeeld voor het veranderen van gedrag). Zoals we reeds zagen gaat zelfverbeelding niet enkel om het presenteren van een identiteit aan een *ander*. Via de digitale omweg drukt het individu zichzelf uit en begrijpt en wórdt hij ook zichzelf. Dit kan verklaren waarom een digitale dubbelganger zoveel invloed lijkt te hebben op het gedrag van het 'originele individu'; de digitale dubbelganger, als extensie van ons lichaam, doet het 'uitdrukken' van het zelf voor het individu en geeft zo vorm aan de zelfrealisatie van het origineel. Rokeby beschrijft interactieve digitale dubbelgangers daarom ook wel als 'transforming mirrors' (Rokeby 1995).

Quasi-autonome dubbelgangers kunnen echter ook negatieve of *unheimliche* gevoelens oproepen (Bailenson and Sevogia 2010, 177), zoals ik zelf bijvoorbeeld in lichte mate ervoer bij de confrontatie met mijn in onbruik geraakte LinkedIn profiel dat me jaren later ineens werd voorgehouden. De in de introductie genoemde 'Treinplasser' zal waarschijnlijk hevigere negatieve emoties voelen bij de vele digitale kopieën van zijn misplaatste handeling in de trein die nog rondzwerven op het internet. Wellicht was het de intentie van zijn vrienden om de stoerheid van hun vriend te verbeelden, voor degenen die zich ergeren aan vandalisme in de trein is de plassend uitgebeelde jongen een symbool voor dit maatschappelijk kwaad. Precies dat maakt de digitale dubbelgangers vaak zo *unheimlich* (in hoofdstuk 3 ga ik hier uitgebreider op in), ze zijn meer dan louter 'schaduwen' van hun origineel. Ze

kunnen onafhankelijk van hun 'origineel' voortbestaan en – tot op zekere hoogte – 'voortbewegen'. Opnieuw geldt dat dit geen volstrekt nieuw verschijnsel is. Het geldt bijvoorbeeld immers ook voor een sarcofaag die zich in het heden in een museum bevindt, terwijl zijn 'origineel', de afgebeelde farao, al eeuwen geleden is vergaan, of een analoge foto die in verkeerde handen is beland. Een cruciaal verschil is evenwel de grote snelheid en kwantiteit waarmee digitale dubbelgangers zich in de digitale verbeeldcultuur kunnen verspreiden. Een foto of filmpje kan zich buiten de controle van zijn menselijke referent verspreiden en op onverwachte plekken opduiken. Het woorddeel 'ganger' onderstreept dat de dubbelganger een 'geanimeerde' entiteit is, die quasi-onafhankelijk en quasi-autonoom van zijn 'origineel' kan bewegen. Dat kan al gebeuren doordat een andere gebruiker zich de dubbelganger toe-eigent, bijvoorbeeld door het kopiëren van beeldmateriaal op social media en deze zonder toestemming ergens anders voor gebruiken. Wanneer zo'n dubbelganger wordt 'bestuurd' door een algoritme, verkrijgt hij in nog grotere mate een schijnbare autonomie, 'beweegt' uit zichzelf en gaat zo een (schijnbaar) eigen leven leiden. Ik kom hier in de casestudie over deepfake videobeelden in paragraaf 4.3 nog uitvoeriger op terug.

Net als de sarcofaag van de farao roepen digitale dubbelgangers de vraag op hoe ze zich verhouden tot hun levende, dat wil zeggen sterfelijke en beperktere origineel. De vermogens van onze digitale dubbelgangers gaan vaak de menselijke vermogens voorbij. Zo verwijst de term 'digitale dubbelganger' in de filmwereld ook wel naar een digitale beeltenis van een acteur, bijvoorbeeld in de vorm van een digitale (CGI) stunt-dubbel. Het bijzondere van digitale dubbelgangers in de vorm van een dergelijke stunt-dubbel is dat de digitale 'kopie' het origineel overtreft in vaardigheden en mogelijkheden. Lichamelijke en psychologische belemmeringen en grenzen aan het menselijke zijn vaak op een digitale dubbelganger niet van toepassing, het is een soort digitale *Übermensch*. Het unheimliche karakter van zo'n stunt-dubbel kan liggen in diens bovenmenselijke eigenschappen, maar wordt ook treffend zichtbaar in het geval van het overlijden van het 'origineel'. Digitale dubbelgangers hebben de neiging rond te blijven zwerven in de onlife sfeer, zelfs als hun 'origineel' er niet meer is. In sommige gevallen komt een acteur te overlijden tijdens een filmproject, en neemt de digitale dubbelganger zijn plek volledig in om zo de film toch nog te kunnen voltooien; dit is bijvoorbeeld gedaan in GLADIATOR, toen Oliver Reed voor afronding van het filmproces overleed en – meer recent – in ROGUE ONE waar de reeds lang overleden acteur Perter Cushing als het karakter 'the Grand Moff Tarkin' op het scherm opnieuw tot leven werd gewekt. De spanning tussen sterfelijkheid en onsterfelijkheid, tussen levend en niet levend, die zo belangrijk is bij het ontstaan van *unheimliche* gevoelens, is hier goed merkbaar. De digitale dubbel leeft voort, praat, gebaart, huilt en lacht; al die dingen die het originele, sterfelijke individu niet meer kan doen. De gestorvene zal, net als de farao, de unheimliche gevoelens niet zelf ervaren, maar zijn familie en vrienden mogelijk des te meer. Kittler stelt dat technologieën die lichamelijke data vastleggen (zoals film en foto) heden ten dage centraal staan in de wijze waarop wij identiteit zien. Hij stelt dat dergelijke visuele technologieën kunnen worden gezien als een "technological rechristening of the soul" (Kittler 1999, 149). De invloed die visuele (digitale) dubbelgangers hebben op onze identiteit is gelegen in het feit dat zij 'gemechaniseerde gelijkenissen' creëren "that roam databanks that store bodies" (Kittler 1999, 96).

Ten slotte roepen de digitale dubbelgangers de vraag op naar de impact van de verdubbeling op onze *authenticiteit.* Die vraag deed zich, zo hebben we hiervoor gezien, ook al voor met betrekking tot mechanische dubbelgangers zoals de foto en het filmbeeld. In 'Het kunstwerk in het tijdvak van de mechanische reproduceerbaarheid' haalt Benjamin Pirandello's roman *Si Gira* (1915) aan, waarin een

filmactrice wordt getraumatiseerd omdat ze niet alleen wordt verbannen van het toneel, maar zelfs van haar eigen persoon (Benjamin 1973, 273-4). Pirandello zelf liet zich negatief uit over de nieuwe media, die de kunst van het toneelspelen, uitgevoerd door levende en ademende toneelspelers, reduceerde tot een niet-substantieel, flikkerend spook. Benjamin onderstreept dat er in het geval van film een totale vervreemding bestaat tussen acteur en zijn afbeelding. Het is een 'schaduw' van het zelf die het toneel op wordt geduwd, een ontlichaamde schaduw, die volgens Benjamin is ontdaan van zijn aura (Idem, 274). Hoewel hij gevoelsmatig een punt heeft als het gaat om 'vervreemding' tussen individu en digitale dubbelganger (in dit geval een cinematografische afbeelding), kunnen foto- en filmbeelden echter ook juist een gevoel van intimiteit en nabijheid oproepen. Denk bijvoorbeeld aan de foto's die mensen vaak van hun geliefde of kinderen bij zich dragen. In 'Depictive Traces: On the Phenomenology of Photography' gaat Mikael Pettersson nader in op deze op het eerste inzicht verrassende kenmerken van het 'mechanische beeld':

> [P]hotographs apparantly are special in that our subjective experience of looking at photographs seems very different from our experience of looking at other types of images, such as paintings or drawings. [Elizabeth Barrett Browning] pointed out the seemingly special character of our experience of looking are photographs. In a much-cited passage from a letter of 1843, she wrote: "It is not merely the likeness which is precious in such cases – but the association and the sense of nearness involved in the thing." Photographs […] have a unique capacity to, phenomenologically speaking, put us in the proximity of what they are photographs of. (Pettersson 2011, 185)

En met betrekking tot Jendall Walton's ervaring van een fotorealistisch geschilderd zelfportret van Chuck Close, dat bij nadere inspectie geen foto blijkt te zijn, schrijft Pettersson: "Close's image shows that what matters for the proximity aspect of photography cannot solely be the amount of detail or, more generally how the picture looks (Pettersson 2011, 187). Wat is het dat foto's onderscheidt van andere afbeeldingen en ze die ervaring van nabijheid en intimiteit schenkt? Pettersson wijst in dat verband naar Susan Sontag, die opmerkt dat een foto niet alleen een afbeelding is, maar ook een afdruk, "a trace, something directly stencilled off the real, like a footprint or a death mask" (Pettersson 2011, 189). Ook Roland Barthes wijst in *De lichtende kamer* [*La Chambre Claire*, 1980], een boek waarin een jeugdfoto van zijn ten tijde van het schrijven pas overleden moeder centraal staat, op dit – semiotisch gesproken – indexicale karakter dat de fotografie onderscheidt van iconen. Het is de causale relatie die bestaat tussen de index (rook, voetafdruk in zand, dodenmasker, portretfoto) en hetgeen waar de index naar verwijst (het vuur, de voet, het gelaat), die maakt dat dit 'afgebeelde' zo sterk aanwezig is. Daarin, zo merkt Barthes op, is ook de 'verwondende kracht' van de foto gelegen. Immers, het afgebeelde is niet meer op het moment dat je de foto bekijkt. De foto doordringt ons ervan dat 'het iets er geweest is' *(Ça a été)* dat er nu niet meer is (Barthes 1988, 83). Immers, zelfs wanneer de gefotografeerde persoon nog in leven is, is dat moment waarop zij of hij was, voorgoed verdwenen. Aldus begrepen, is de persoon die gefotografeerd is reeds dood: "Bij de foto van mijn moeder als kind denk ik: ze gaat dood. Evenals de psychoticus van Winnicott verkeer ik in angst en vreze *om een gebeurtenis die reeds heeft plaatsgevonden.* Of de persoon op de foto al dood is of niet, iedere foto vormt deze catastrofe" (Barthes 1988, 102). Dat maakt de ervaring van een foto van een gestorven geliefde zo dubbelzinnig: we voelen ons nabij en tegelijkertijd doordringt de foto qua foto ons op pijnlijke wijze van het feit dat de persoon er niet meer is.

Interessant is in dit verband een opmerking van Christian Metz in 'Fotografie als fetisj' (1986), die erop wijst dat de werking van de film op dit punt tegengesteld is: waar de foto de afgebeelde persoon als

dode in stand houdt, daar roept de film de persoon in herinnering als levende (Metz, 1986, 93). In mijn analyse van selfies en deepfake video's zal ik nog uitvoeriger te spreken komen op de implicaties van dit verschil voor de unheimlichkeit die verbonden is met digitale dubbelgangers. Bij digitale dubbelgangers dringen vragen rondom authenticiteit zich nog sterker op dan bij de analoge. Een traditionele analoge foto bewijst dat iemand werkelijk bestaat of heeft bestaan, en in het verlengde ervan, dat een zekere gebeurtenis echt heeft plaatsgevonden. Natuurlijk bestonden er ook in de tijd van de analoge fotografie retouches en vervalsingen. Maar het succes daarvan was nu precies verbonden met de authentiserende kracht van de fotografie, haar belofte 'niets dan de volle waarheid' te tonen. In die zin is de analoge fotografie bij uitstek de techniek die de door Heidegger geanalyseerde 'beeldwording van de wereld' tot uitdrukking brengt (vgl. De Mul 1989). In de beeldcultuur van technische beelden staat die 'volle waarheid' echter onder druk. Beeldmateriaal kan op allerlei manieren worden gemanipuleerd en geconstrueerd en daarvan worden we ons steeds meer bewust. "In a world that is saturated by images, pictures have become complex, ambiguous and contradictory. Hardly anyone adheres to any idea of a naïve mimesis, that is, the idea that the image is a simple copy or mirror of reality" (Hommel, Lie en Smelik 2014, 192-3). Om die dubbelzinnigheid van mechanische en digitale (zelf)portretten – tegelijkertijd vervreemdend en intiem – te kunnen doorgronden, zullen we daartoe in het volgende hoofdstuk eerst nog nader in moeten gaan op Plessner's analyse van de bijzonder vorm die de fundamentele dubbelaspectiviteit van organismen bij de mens krijgt. Omgekeerd kunnen we de menselijke dubbelaspectiviteit in de digitale beeldcultuur slechts goed begrijpen op basis van inzicht in de kenmerken van het technische beeld.

Het analyseren en begrijpen van de tsunami aan technische beelden in de huidige digitale verbeeldcultuur is een grote uitdaging. En de opgave is niet uitsluitend een theoretisch vraagstuk. Omdat deze technologieën doordringen in alle levensdomeinen, is het ook van praktisch belang. Het is daarom ook niet zo gek dat Mitchell en Boehm in een briefwisseling al snel tot de conclusie komen dat vraagstukken rondom beeld niet uitsluitend filosofisch van aard zijn, maar dat het gaat om een "practical coming to terms with reality dominated by visual phenomena of all kinds" (Purgar 2014). Mijn onderzoek naar de aard en betekenis van 'digitale dubbelgangers' kan in lijn met deze gedachte eveneens worden gekarakteriseerd als een 'practical coming to terms'. De digitale dubbelgangers zijn er al, maar behoeven nadere analyse – om onze huidige leefwereld en ons zelf beter te leren begrijpen. Wanneer we de spanning tussen authenticiteit en vervreemding, en tussen de positieve en de unheimliche effecten van onze digitale dubbelgangers beter willen doorgronden, dienen we nader in te gaan op de antropologische dimensie van de dubbelganger. Want zoals we in het volgende hoofdstuk zullen zien, is de dubbelzinnigheid van het beeld en de digitale dubbelganger in laatste instantie gefundeerd in het dubbelgangerkarakter van de mens zelf.

1.4 Volhardendheid, toegankelijkheid en manipuleerbaarheid 1/3 (beeldaspect)

In dit hoofdstuk heb ik op een interdisciplinaire wijze het beeldaspect van de digitale dubbelganger verkend. Op basis van deze brede verkenning, destilleer ik ter afsluiting van dit hoofdstuk bij wijze van een kwalitatieve samenvatting drie fundamentele aspecten van de (digitale) dubbelganger: *volhardendheid*, *manipuleerbaarheid* en *toegankelijkheid*. Deze drie termen fungeren daarbij als paraplubegrippen, aangezien ze alle drie een aantal in dit hoofdstuk besproken kenmerken van het digitale beeld onder zich scharen. In de volgende twee hoofdstukken zullen aan genoemde drie termen nog een aantal antropologische en techniekfilosofische betekenisaspecten worden

toegevoegd. Ieder van de drie paraplubegrippen zal zo gaandeweg een interdisciplinair scala aan betekenisaspecten gaan omvatten, wat mij in het vierde hoofdstuk in staat zal stellen de daar te bespreken cases langs drie disciplinaire begripsassen te analyseren en interpreteren.

Volhardendheid. Met Dilthey en Ricoeur stelde ik dat menselijke identiteitsvorming altijd via de omweg van de uitdrukking plaatsvindt (1.3.2.1); om een vocabulaire te hanteren dat past bij het onderwerp van dit proefschrift kunnen we in dit kader ook wel spreken van zelf*verbeelding*. Zelfbegrip heeft vanuit dit identiteitsbegrip altijd van doen met een zekere mate van objectiveren. Pas in de uitdrukking leren we onszelf kennen. Waar sommige uitdrukkingen van vluchtige aard zijn, bijvoorbeeld het vertellen van een anekdote over een van je belevenissen door middel van het medium 'stem' – daar kenmerkt de *digitale* dubbelganger als uitdrukking zich onder andere door een zekere volhardendheid (*persistence*). Die volhardendheid is een van de kenmerken van de uit digitale data geconstrueerde digitale dubbelganger en vormt soms wellicht ook een drijfveer achter hun ontstaan; Bazin zag het ontstaan van plastische kunst en technologieën zoals foto en film niet voor niets als resultaat van de psychologische impuls het 'zelf' vast te leggen en te doen ontsnappen aan de tand des tijds.

Een dergelijke volhardendheid delen digitale dubbelgangers met andere uitdrukkingstechnieken. Een standbeeld of een analoge foto, bijvoorbeeld, zorgen ook voor een uitdrukking van het zelf die persisteert in de tijd. Waar digitale dubbelgangers verschillen van andere uitdrukkingsvormen, is het gemak waarmee grote aantallen of kopieën van dergelijke dubbelgangers kunnen worden geproduceerd en gedistribueerd. Met Turing stelden we vast dat de computer een 'universele machine' is die in principe alle klassieke en denkbare mechanische machines kan simuleren (1.1.3). Beelden zijn hierdoor meer dan ooit voor iedereen die een computer of smartphone heeft simpel, efficiënt en goedkoop te reproduceren; door de digitalisering is tentoonstellingswaarde van de mechanische reproduceerbaarheid (Benjamin) massaal gedemocratiseerd. Met Benjamin zagen we tevens dat het aura van het beeld in tijden van zijn mechanische reproduceerbaarheid zijn dominantie moet afstaan aan de serialiteit van het gereproduceerde beeld (1.1.2.1). De tentoonstellingswaarde is daardoor geëxplodeerd. Waar een mechanische foto in de privésfeer vaak slechts eenmaal werd afgedrukt en uitsluitend werd getoond, daar stelt de digitale reproductie de gebruiker in staat om van een foto met enkele toetsaanslagen talloze gelijkwaardige kopieën te maken en in de publieke sfeer te distribueren. Ook dat draagt bij aan hun mediumspecifieke volhardendheid.

Er is inmiddels sprake, zo stellen Floridi et al. (2015), van een ommekeer van informatie-schaarste naar informatie-overvloed (0.4). Ook digitale dubbelgangers maken onderdeel uit van die informatiegolf. De door de auteurs opgemerkte verschuiving van het primaat van op zichzelf staande dingen, eigenschappen en binaire relaties, naar het primaat van interacties processen en netwerken maakt dat eenmaal geüploade digitale afbeeldingen door het gemak waarmee de 'prosumers' van deze beelden verder via netwerken reproduceren en verspreiden een ´blijvend´ karakter hebben. Eenmaal online, laat een afbeelding zich lastig tenietdoen, omdat digitale informatie – om met Erickson te spreken – *recordable* en *persistent* is (1.2.1.2).

Baudrillard stelt dat de onthullende impact van massamedia groot is door de snelheid, overdaad en overproductie van informatie, waarbij *spectacle* – oppervlakkig vermaak – een stuwende kracht is van die informatiestroom. Vooruitblikkend op de casestudies in hoofdstuk 4 is dit principe terug te zien bij digitale dubbelgangers, bijvoorbeeld als het gaat om *internet memes* en *deepfakes* van herkenbare personen. Dit heeft ook zijn weerslag op onze (ervaring van) identiteit. Kittler stelt dat technologieën

die ‘lichamelijke data’ vastleggen (bijvoorbeeld op digitale film en foto) heden ten dage centraal staan in de wijze waarop wij identiteit zien (1.3.2.2). De invloed die visuele (digitale) dubbelgangers hebben op onze identiteit, is gelegen in het feit dat zij gelijkenissen creëren, puttend uit alsmaar uitdijende databases die ‘lichamen opslaan’.

Toegankelijkheid. De volhardendheid van het beeld in deze databases zorgt volgens Mann, Nolan en Wellman voor *pervasive awareness*, verwijzend naar de *affordance* van relationele persistentie die bijvoorbeeld social media in zich dragen (1.2.1.2). Digitale dubbelgangers, bijvoorbeeld in de vorm van selfies of andere social media updates, worden in digitale netwerken opgeslagen en zijn gemakkelijk en ‘blijvend’ in te zien. Dit brengt ons tot het tweede aspect, namelijk toegankelijkheid. De toegankelijkheid van digitale dubbelgangers hangt samen met een van de door Frissen et al. benoemde mediumspecifieke kenmerken van digitale media: connectiviteit (3.3.1.1). Digitale media bestaan niet als op zichzelf staande eilanden, maar scheppen in connectie met ander media gedeelde virtuele werelden, zoals Facebook of TikTok. boyd voegt toe dat informatie niet alleen volhardend (*persistent*) is en *connected*, maar ook nog *searchable*, doorzoekbaar. Dit vergroot de zichtbaarheid van volhardende, op het internet ronddwalende, digitale dubbelgangers.

De digitale dubbelgangers die de zich digitaal uitdrukkende mens schept, zijn in meer of mindere mate toegankelijk in de ‘virtuele werelden’ waarin zij in databases voortbestaan. De eerdergenoemde notie van *pervasive awareness* heeft veel raakvlakken met Jurgenson’s ‘omniopticon’en Cascios ‘participatory panopticon’ (zie 1.2.1.2) – kijkers worden net zozeer bekeken als ze zelf kijken (mits zij ook actieve producenten zijn). In dit kader spreekt Tottier van ‘interpersonal surveillance’ en Marwick van ‘social surveillance’. De toegankelijkheid tot data, waaronder digitale dubbelgangers, geldt met andere woorden voor iedereen met de juiste hard- en software voorhanden. Big Brother is verworden tot talloze ‘brothers and sisters’ die ook zélf weer zichtbaar zijn voor de ander. Hoe meer kopieën er in omloop zijn, hoe toegankelijker (en daarmee waardevoller) het mechanisch gereproduceerde beeld wordt. Met Hommel, Lie en Smelik zagen we dat het die mogelijkheid van ‘eindeloos’ reproduceren en distribueren van beelden is die zowel de mogelijkheidsvoorwaarde als de vormgevende factor van de huidige beeldcultuur vormt (1.3.2.2), welke volgens Poster een groot verschil laat zien met de beeldcultuur van onze voorgangers (1.1.3). Toegankelijkheid van digitale dubbelgangers kan in dit opzicht ook worden begrepen als de toegankelijkheid van het (re)produceren en distribueren van digitale dubbelgangers; ook hier geldt dat eenieder met de juiste hard- en software voorhanden met vaak een enkele druk op de knop (een beeld) van zichzelf kan reproduceren en distribueren.

Wat betreft de toegankelijkheid van het digitale beeld doet zich hier evenwel een paradox voor. Waar het digitale beeld in het tijdperk van diens reproduceerbaarheid en distributie enerzijds een hoge mate van toegankelijkheid kent, daar kenmerkt de door Flusser benoemde complexe werkelijkheid achter deze ogenschijnlijke vlakke afbeeldingen (1.1.3.1) zich juist door een hoge mate van *ontoegankelijkheid*. In dat opzicht zijn digitale dubbelgangers (net als andere digitale beelden) Benthem’s beschrijving van het panopticum dat in stand wordt gehouden door het wachttorentje met geblindeerde ramen die een observerende macht zouden kunnen herbergen (1.2.1.2) voorbij, omdat de toeschouwer of gebruiker van digitale beelden zich vaak niet eens bewust is van het torentje en/of de ramen. Dit neemt niet weg dat deze er alsnog wel degelijk zijn! Het digitale beeld doet zich dan wel enigszins huichelachtig voor als een ‘plat’ beeld (*what you see is what you get*), zonder wachttorentjes of observerende machten. In realiteit zit er echter ‘achter’ dit ’platte’ beeld een even complexe als onzichtbare binaire werkelijkheid verborgen, waarin algoritmes de observerende macht van de

portier, hoewel onzichtbaar, weldegelijk hebben overgenomen. Keymolen spreekt om deze reden treffend van de 'onzichtbare zichtbaarheid' van gebruikers (1.2.1.2).

Manipuleerbaarheid. Dit brengt ons bij het derde en laatste aspect in het door mij geconstrueerde model van digitale dubbelgangers: manipuleerbaarheid. Waar de hoge mate van reproduceerbaarheid van digitale beelden aan de volhardendheid raakt (hoe meer kopieën in omloop hoe persistenter het beeld) en aan de toegankelijkheid (hoe meer kopieën in de omloop op verschillende platforms hoe groter de vindbaarheid van het beeld), daar verwijst manipulatie naar nog een ander aspect van de digitale dubbelganger dat daarmee in tegenspraak lijkt. In dit hoofdstuk werd reeds duidelijk dat we dit begrip in elk geval op twee wijzen kunnen opvatten: manipuleerbaarheid van de afbeelding zélf en manipulatie als effect van de digitale dubbelganger op diens 'origineel'.

Wat betreft de eerste invulling van manipulatie is Flussers typering van het technische beeld ene zijn nadruk op pixels en digitale code (1.1.3.1) en belangrijk startpunt voor een beter begrip van de wijze waarop gedigitaliseerde beelden, waaronder digitale dubbelgangers, tot op pixelniveau kunnen worden gemanipuleerd. Hoewel je dit tot op zekere hoogte ook van voorgangers, zoals het standbeeld of de analoge foto, kunt zeggen, onderscheidt de digitale dubbelganger, zo zagen we onder andere met Darley, zich door de snelheid en het (groeiende) gemak waarmee die manipulatie tot stand kan komen (1.1.3.1). Was je eerder uren, zo niet dagen of weken, bezig met het maken van een op de rand van werkelijkheid en fantasie balancerende dubbelgangers, zoals een geschilderd zelfportret of sarcofaag, daar kan tegenwoordig iedereen met een smartphone en de juiste apps in enkele klikken en swipes een al dan niet getransformeerde digitale dubbelganger produceren.

Dit hangt samen met drie van de door Frissen et al. mediumspecifieke kenmerken van digitale media; multimedialiteit, virtualiteit en interactiviteit (1.1.3.2). Multimedialiteit slaat op het gegeven dat digitale media meerdere media, zoals tekst, beeld en geluid, combineren. Doordat zij allen dezelfde digitale code delen, kunnen ze ook eenvoudig in elkaar worden vertaald – De Mul spreekt in dit kader ook wel van digitale recombineerbaarheid – hetgeen de manipuleerbaarheid van uitdrukkingen vergroot. Ook het begrip virtualiteit is hierbij belangrijk, waarmee Frissen et al. verwijzen naar simulaties van de realiteit en tevens naar de wijze waarop digitale afbeeldingen – onder andere door genoemde manipulatie – zich vaak op een moeilijk te onderscheiden grens tussen realiteit en virtualiteit begeven. Ten slotte benadrukken Frissen et al. dat digitale media interactief zijn. Dat slaat niet alleen op de 'cognitieve interactiviteit' in de vorm van interpretatieve vrijheid (een 'tekst' – in de breedste zin van het woord – interpreteren naar eigen inzicht), maar ook op het daadwerkelijk kunnen ingrijpen in de representatie. Daarbij kun je niet alleen denken aan de opeenvolging van de scenes in een computerspel, of het samen bouwen aan een virtuele omgeving, maar ook aan het bewerken van foto's of video's die digitale dubbelgangers voortbrengen. De uitdrukkingen van het zelf in beeld kunnen worden gepolijst en gevirtualiseerd, worden voorzien van filters en hashtags, worden gerecombineerd en genetwerkt. Met De Mul kunnen we stellen dat in die zin digitale dubbelgangers niet enkel door tentoonstellingswaarde worden gekenmerkt – deel uitmakend van wat Klein en Schwabel ook wel de 'reputation economy' hebben genoemd – maar dat hun digitale recombineerbaarheid nadruk legt op *manipulatiewaarde* (1.3.3.2). Met Heidegger stelde ik vast dat de digitale dubbelganger daarmee tot het ultieme object van technische manipulatie wordt (1.2.1). De zichzelf tot object makende mens is in staat zichzelf letterlijk tot in de puntjes (*pixels*) te beheersen.

De tweede invulling van manipulatie legt niet zozeer de nadruk op de manipuleerbaarheid van de digitale dubbelganger als beeld, maar op de wijze waarop digitale dubbelgangers op hun beurt hun

‘origineel’ kunnen ‘manipuleren’; hier gebruikt in de betekenis van ‘beïnvloeden’ of ‘veranderen’. Mitchell’s bredere definitie van beeld als *eidolon* (idool en schijnbeeld in één) toepassend op de digitale dubbelganger als ‘quasi-geanimeerde’ en ‘half-levende’ entiteiten, werd zichtbaar hoe digitale dubbelgangers de potentie bezitten (de identiteit van) het afgebeelde individu te veranderen (1.3.2.2). Digitale dubbelgangers gaan de menselijke vaardigheden en vermogens niet zelden voorbij; Rokeby spreekt ook wel van *transforming mirrors*. Door hun grote manipuleerbaarheid (in de eerste definitie van het woord) in staat zijn een wens of waarschuwing tot uitdrukking brengen met relatie tot het zelf – bijvoorbeeld een selfie die door een filter een slankere versie van een individu toont, of een *smart mirror* die laat zien hoe je er uit zal zien na nog eens dertig jaar roken – kunnen als simulacrum daarmee niet slechts een ‘echo’ of ‘schaduw’ (een afdruk) van het zelf zijn, maar ook een *anticiperende zelfverbeelding* vormen (1.3.2.2). Zo kunnen digitale dubbelgangers ook ‘voorgangers’ worden. De digitale dubbelganger heeft zo bezien potentie om door middel van manipulatie een nieuwe dimensie toe te voegen aan het zelfbeeld van het individu. Deze manipulatie maakt tevens, zo zagen we ook al in de typering van Frissen et al. van digitale media als virtueel, dat zij zich – zo stellen ook Bayne en Meadows – vaak ophouden op de grens tussen echt en onecht, realiteit en virtualiteit, het fysieke en verbeelde. Een interessante toevoeging hierop was Nwana’s noties van avatar en agent die in het geval van digitale dubbelganger innig verstrengeld zijn; identificatie met de zelfverbeelding (avatar) vindt óók plaats als deze wordt aangestuurd door een ‘manipulatief’ algoritme, of wordt bewerkstelligd door een ander, bijvoorbeeld in het geval van een door een ander in het leven geroepen internet meme waarin een herkenbaar persoon de hoofdrol speelt (1.3.2.1).