



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 4 Selfies, memes en deepfakes: drie casestudies

INLEIDING

In het eerste hoofdstuk is de wending naar het technische beeld besproken, evenals de hieruit resulterende (ver)beeldcultuur. Waar in de negentiende eeuw en de eerste helft van de eenentwintigste eeuw de mechanische reproductie de beeldcultuur domineerde, daar heeft afgelopen decennia 'digitale recombinate' de overhand genomen. Bij die bespreking kwam ook de dubbelzinnige positie van het beeld in onze cultuur, die oscilleert tussen beeldverwerping en beeldverheerlijking, aan het licht. En ook de digitale dubbelganger bleek zowel bejubeld als bekritiseerd te worden; enerzijds een innovatief instrument dat de mens in staat stelt zijn eigen identiteit vorm te geven, anderzijds een door derden te manipuleren schaduw met soms sinistere trekken.

In het tweede hoofdstuk van dit proefschrift heb ik aan de hand van Plessner's wijsgerige antropologie betoogd dat het *dubbelgangerdom*, evenals de unheimliche gevoelens die daarmee samenhangen, inherent deel uitmaken van de menselijke levensvorm. In datzelfde hoofdstuk heb ik aan de hand van een op Ihde's en Verbeek's classificatie van verschillende mens-techniekrelaties geïnspireerde schema de hypothese geformuleerd dat deze verschillende mens-techniekrelaties kwalitatief verschillende typen *Leib-* en *Körper*mediaties bewerkstelligen en daarmee ook uiteenlopende typen dubbelgangers en dubbelgangerervaringen.

In het derde hoofdstuk ben ik vervolgens nader ingegaan op de *identiteit* van de dubbelganger die we zijn, waarbij ik heb benadrukt dat deze identiteit onlosmakelijk is verbonden met het spelen van rollen en dat deze onvermijdelijk gepaard gaan met gevoelens van unheimlichkeit. Ik heb hierbij een vertaalslag gemaakt van de vijf algemene kenmerken van het unheimliche onderscheiden door Freud en enkele verwante onderzoekers naar mediumspecifieke gevoelens van unheimlichkeit: digitale onvertrouwdheid, verlies van mediale controle, het zichtbaar worden van dat wat onzichtbaar had moeten blijven, onwillekeurige herhaling en de vervaging tussen realiteit en fantasie. Ten slotte heb ik de voor de technologische mediatie van digitale dubbelgangers geldende variabelen volhardendheid, toegankelijkheid en manipuleerbaarheid een nieuwe betekenislaag gegeven door het identiteitsaspect hiervan te belichten.

In dit vierde en laatste hoofdstuk zal ik enkele *cases* van technologische mediatie van het dubbelgangerdom bespreken. Daarbij zal ik telkens de specifieke vorm die de unheimlichkeit in het gekozen medium (begrepen als digitaal mediadispositief, zie 2.3.2 Media en mediatie: van dingen naar processen) voor het voetlicht brengen. Zoals ik in de methodische verantwoording in 0.5.5.2 heb aangekondigd, heb ik me bij de keuze van de cases door twee criteria laten leiden. In de eerste plaats heb ik gekozen voor praktijken die niet uitzonderlijk zijn, maar algemeen gangbaar in de digitale verbeeldcultuur. In de tweede plaats heb ik praktijken geselecteerd waarin identiteitsvorming en unheimlichkeit op de voorgrond treden. Op basis van deze criteria zal ik in de volgende casestudies

selfies, *internet meme* en *deepfake* aan een nadere kwalitatieve analyse onderwerpen. Daarbij belicht ik iedere casus steeds vanuit drie perspectieven, die aanknopen bij theoretische beschouwingen in de eerste drie hoofdstukken. Ik zal de genoemde fenomenen steeds bespreken vanuit 1) het perspectief van de beeldcultuur en beeldverheerlijking/ beeldverwerping; 2) het perspectief van Plessner's dubbelgangerdom en Ihde's en Verbeek's classificatie van verschillende mens-techniekrelaties, aangevuld met de door mij getypeerde *vervreemdingsrelatie* en onderscheid in *Leib-* en *Körpermediaties*; en 3) het perspectief van de mediumspecifieke identiteitseffecten, waarbij mijn aandacht vooral zal uitgaan naar de optredende unheimlichkeit. Ik zal deze perspectieven hierna verkort weergeven als respectievelijk het beeld-, het mens- en het identiteitsaspect. Om het mediumspecifieke unheimliche per casus te kunnen vatten en omschrijven, zal ik per case steeds de vijf genoemde kenmerken van het unheimliche belichten, waarbij per kenmerk de drie variabelen – volhardendheid, toegankelijkheid en manipuleerbaarheid – als *focale dimensies* zullen functioneren die ik losjes verwerk in mijn analyse. Met betrekking tot de drie in de casestudies te analyseren digitale toepassingen (respectievelijk selfies, memes en deepfakes) bestaat er inmiddels een meer of minder omvangrijke academische literatuur. In het hiernavolgende zal ik me beperken tot die literatuur die relevant is voor het dubbelgangersthema.

4.1 SELFIES

Ik begin deze kwalitatief empirische verkenning met een 'digitale dubbelganger' die inmiddels een vertrouwd gezicht is in onze onlife samenleving: de selfie. Hierbij richt ik de focus op mogelijke unheimliche aspecten van de selfie, waarbij ik onder andere inga op 'selfie dysmorphia', een fenomeen dat sinds 2017 aandacht krijgt in de media en in mindere mate inmiddels ook in de wetenschap. De genoemde term duidt op een zelfbeeld-verstorend aspect van selfies en selfiefilters. Hoewel het fenomeen 'selfie' in de bredere zin begrepen niet volstrekt nieuw is, duikt de naam voor het eerst op in 2002, op het Australische webforum van ABC World om precies te zijn (Liddy 2013). Het is ook vanaf ongeveer deze tijd dat de selfie zich wereldwijd kan verheugen op een groeiende populariteit. Een selfie is een zelfportret, vaak gemaakt met de camera van een smartphone of tablet, waarbij de persoon op de foto soms zichtbaar de camera vasthoudt (bijvoorbeeld door het gebruik van een spiegel), of de camera op armlengte afstand voor zijn of haar gezicht houdt (of op nog iets grotere afstand door gebruik te maken van een zogenaamde *selfiestick*). Omdat smartphones en tablets doorgaans in verbinding staan met het internet, is het een kleine stap om de gemaakte selfie na de opname te publiceren op een sociale digitale platforms, zoals Twitter, Instagram, Facebook, Snapchat of WhatsApp. Vaak worden selfies begeleidt door een tekstuele toevoeging of uitleg en/of een of meerdere 'hashtags' (een # voorzien van een duidende term, bijvoorbeeld #ElizeDeMul, #zomervakantie). Dankzij dergelijke hashtags kunnen specifieke personen of thema's op de genoemde sociale-mediawebsites snel en eenvoudig worden gevonden. In de Oxford English Dictionary, die het woord selfie in november 2013 uitriep tot woord van het jaar (Oxford English Dictionary 2022The Guardian 2013), wordt de nadruk gelegd op het specifieke foto-apparaat (smartphone of webcam) en het publiceren van de genomen selfie op sociale-mediawebsites een selfie is "a photograph that one has taken of oneself, typically one taken with a smartphone or webcam and uploaded to a social media website" (idem). Met name het feit dat de controle over deze digitale dubbelganger (het maken, bewerken en verspreiden) in de eerste instantie bij de gebruiker zelf ligt en daardoor wellicht het nauwst aansluit bij de wijze waarop deze zichzelf 'aan de wereld' en zichzelf wil presenteren (en hiermee van de drie cases in dit hoofdstuk in eerste instantie het meest *heimlich* lijkt), heeft mij

gemotiveerd de selfie – en meer in het bijzonder het contrasterende fenomeen van ‘selfie dysmorphia’ – als eerste mediadispositief te analyseren.

4.1.1 Het beeldaspect van de selfie

De selfie kenmerkt zich door een duidelijke aanwezigheid in de digitale beeldcultuur en lijkt voorlopig ook niet te verdwijnen (De Mul 2018a). Hoewel de term ‘selfie’, zoals gezegd, in 2002 voor het eerst opdook in de cyberwereld, wordt hij pas sinds 2012 wijdverspreid gebruikt op sociale-mediawebsites en in de traditionele pers. In veel talen geldt de Engelse term inmiddels als een geïntegreerd leenwoord. Zo werd in Nederland het woord in 2013 in het *Van Dale Groot woordenboek der Nederlandse Taal* (de ‘Dikke van Dale’) opgenomen en werd het woord in Nederland in dat jaar, net als in Engeland, verkozen als woord van het jaar. Hoewel de explosieve groei van het woordgebruik niet één op één worden gelijkgesteld met de groei van het verschijnsel zelf, is wel een indicatie voor de toenemende populariteit van de selfie. Zoals in 1.1.1 werd opgemerkt worden er in 2022 dagelijks ongeveer 92 miljoen selfies genomen (Broz 2022). Deze populariteit is niet vreemd als we bedenken dat de selfie in de eerste instantie een ludieke en (positieve) wijze is om te experimenteren met je identiteit en je experimenten met je vrienden te delen (zie bijvoorbeeld Rettberg 2014; Tiidenberg and Cruz 2015; Wargo 2015; Barker and Rodriguez 2018; Nikitina 2021; Butkowski 2022). Een selfie nemen – en deze eventueel bewerken met een filterapp – is een manier om jezelf te leren kennen via een noodzakelijke uitdrukking (1.3.2.1); het stelt je in staat te experimenteren met verschillende rollen en maskers om te onderzoeken en ondervinden ‘wie je bent’. Daarbij speelt ook het gemak waarmee de selfie de door Bazin opgemerkte psychologische impuls het ‘zelf’ vast te leggen op beeld (1.3.1.2) gerealiseerd kan worden, een grote rol. Het is verslavend gemakkelijk.

Vanuit mijn verkenning van digitale dubbelgangers en de soms vervreemdende werking die zij hebben, ben ik vooral geïnteresseerd in de gevallen waarbij de selfie een unheimlich karakter krijgt. Daartoe richt ik mijn aandacht in deze casestudy op enkele gevallen die in de media veel aandacht kregen en waarbij de selfie in een minder positief daglicht kwam te staan. Zo haalt tiener Danny Bowman in 2014 de kranten vanwege een ‘selfie-obsessie’. Hij neemt tot wel 200 selfies op een dag, op zoek naar de “perfecte selfie” (Molloy 2014). Op 15-jarige leeftijd maakte hij zijn eerste selfie, en in een interview beschrijft hij hoe goed het voelde als hij vanaf dat moment positieve reacties kreeg op zijn online geposte selfies, maar ook hoe slecht hij zich voelde als de reacties negatief waren. Zijn hang naar positieve reactief en het hierop volgende goede gevoel resulteert in het dwangmatig maken en uploaden van selfies. “My alarm went off and I would take 10 pictures before I had washed. Then I would take another 10 after showering and another 10 after moisturising. I swiped through them on my phone. I would change the lighting and take another 10, or go into another room and take another 20. Then I would spend hours looking at them, scrutinising my features and skin. I took selfies in bed, in the bathroom, and all day into the early hours” (Aldridge and Harden, 2014). Ondanks de grote hoeveelheid selfies kan geen enkele zelfverbeelding hem volledig tevredenstellen. Uiteindelijk, na het obsessief bekijken van een dagelijkse lading van honderden selfies, doet de jongen een poging zichzelf van het leven te beroven en wordt de hedendaagse Narcissus als gevolg daarvan opgenomen en behandeld voor technologieverslaving, OCD (obsessive–compulsive disorder) en Body Dysmorphic Disorder (Bjornsson, Didie and Phillips 2010). Inmiddels is hij bestuurder van de organisatie Mental Health en maakt hij zich sterk voor betere hulp aan jongeren die in de levenssfeer van sociale media mentale problemen ontwikkelen en kampen met een laag of vertekend zelfbeeld. Dat vertekende zelfbeeld wordt ook wel in verband gebracht met het gegeven dat er een grotere zelf-objectivering lijkt plaats te vinden bij mensen die veel selfies maken, waarbij de blik van de ‘ander’ als het ware de overhand krijgt in de zelf-ervaring en de nadruk komt te liggen op de eigen fysieke verschijning

(Veldhuis et al. 2020, 8), waarbij het vertekende zelfbeeld weer invloed heeft op selfiegedrag en de mate van manipulatie van de selfies, bijvoorbeeld door middel van filters (Wang 2019).

Een ander voorbeeld van ogenschijnlijk unheimliche selfies vinden we eind 2017; de Britse 32-jarige Lucy O'Grady verschijnt dan op televisie in de ochtend-show *The Morning* (Corner 2017). Ze vertelt hoe ze regelmatig selfies neemt en deze vervolgens bewerkt met zogenaamde 'beauty-apps', zoals *FaceTune* of *Perfect365*. Hiermee is het mogelijk op gemakkelijke wijze je eigen foto te 'photoshoppen', bijvoorbeeld door je huid te egaliseren, je neus te verkleinen of je lippen te vergroten. Voor O'Grady is het een manier, zo vertelt ze in het interview, om zichzelf zo mooi mogelijk te presenteren. In zichzelf onschuldig, maar, zo stelt ze, "the difficulty is when you look back in the mirror, when you've become accustomed to seeing edited selfies, you become dissatisfied with what you see." Dit gevoel wordt in haar geval nog verder versterkt door mensen die haar er in *real life* op wezen dat ze er in haar selfies zo anders uitzag. Om meer op haar selfies te lijken investeert O'Grady enige tijd in botox, fillers en een neuscorrectie. Ten tijde van het interview in *The Morning* is ze inmiddels tot het inzicht gekomen dat ze aan 'selfie dysmorphia' lijdt, en dat het najagen van haar selfies een onbegonnen zaak is. Plastisch chirurg Dan Marsh, ook te gast in de show, stelt dat hij anno 2017 wel meer mensen als O'Grady in zijn kliniek treft en noemt het een problematisch fenomeen.

Waar O'Grady in 2017 nog een van de weinigen die de term 'selfie dysmorphia' in de mond neemt, daar ontstaat in de loop van 2018 in de media – ook in kranten als *The Washington Post* en *The Guardian* – een kleine mediahype rondom frases als 'snapchat dysmorphia' (Chiue 2018) en 'selfie dysmorphia' (Hunt 2019). Verscheidene kranten en tijdschriften rapporteren dat deze nieuwe – volgens de kranten officieel geaccepteerde – mentale stoornis voortkomt uit de negatieve invloed van sociale media op ons zelfbeeld, met name door apps die de mogelijkheid bieden, dankzij augmented reality filters op apps zoals Snapchat en Instagram of photoshop apps zoals Facetune, een gemaakte selfie aan te passen. De claim dat 'snapchat dysmorphia' een officiële nieuwe mentale stoornis betreft, wordt al snel ontmaskerd als een aanstekelijk geval van fake news. Hoewel BDD (Body Dysmorphic Disorder) opgenomen is in de *Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders* (DSM), het wereldwijd gehanteerde classificatiesysteem van psychische stoornissen, is dat met 'snapchat dysmorphia' en 'selfie dysmorphia' niet het geval (en hetzelfde geldt overigens voor 'selfitis', dat in 2017 de pers haalde). Desondanks zijn er wel degelijk aanwijzingen dat ze verwijzen naar een reële aspect van de relatie die sommige selfie-makers en manipuleerders onderhouden met hun 'selfies'. In deze context worden zogenaamde *filters*, zoals de hierboven genoemde Lucy O'Grady die gebruikt, vaak genoemd als elementen die sterk bijdragen aan 'selfie dysmorphia'. Populaire apps zoals Snapchat en Instagram bieden de mogelijkheid om met behulp van simpel toe te passen filters je genomen selfie met een enkele klik of *swipe* te manipuleren. Soms subtiel; een gezondere huidskleur, het wegwerken van kleine oneffenheden zoals rimpeltjes of puistjes, het iets vergroten van ogen, of juist verkleinen van de neus. Soms extremer. Zo biedt Snapchat diverse augmented reality filters die bijvoorbeeld de ogen extreem groot maken en je selfie van dierenoren of een bloemenkrans voorziet. Volgens de *2017 Annual American Academy of Facial Plastic and Reconstructive Surgery Survey* hebben op dat moment 55% van de Amerikaanse plastisch chirurgen wel eens verzoeken van patiënten gehad tot plastische chirurgie om het uiterlijk aan te passen om meer op hun selfies te gaan lijken (Cristel et al. 2021, 122-123). De discussie over 'selfie dysmorphia' wordt in de media verder aangezwengeld door de publicatie van het artikel "Selfies – Living in the Era of Filtered Photographs" (Rajanal, Maymone and Vashi 2018) in het medisch tijdschrift *JAMA Facial Plastic Surgery*, waarin dermatologen en plastisch chirurgen hun zorg uitspreken over een nieuwe trend die ook zij zich zien

voltrekken in hun klinieken: jongeren en jongvolwassenen die binnenstappen met de wens meer op hun selfie te lijken. Waar men vroeger veelal met een foto van een bekendheid bij de chirurg kwam, daar nemen patiënten volgens hen nu vaak een trits gefilterde selfies mee, met het verzoek net zulke grote ogen, zo'n kleine neus, zo'n rimpelloze huid of zo'n volle mond te verkrijgen als hun gemanipuleerde evenbeeld. Mitchell's wending naar het beeld (0.5.2.1 en 1.1.1.1) krijgt zo wel een heel letterlijke betekenis.

Teruggrijpend op Mitchell's onderverdeling van de beeldfamilie (2.1.1), kunnen we de selfie begrijpen als afbeelding, object, medium en beeld. Zoals in de bespreking van de complexiteit van het beeld (1.2.1.2) werd gesteld, zijn bovenstaande aspecten van het beeld niet los van elkaar te zien en zijn het veeleer verschillende aspecten van een heterogeen mediaal dispositief. Dat geldt ook voor het selfie dispositief. Het loont de moeite om de verschillende aspecten van dit dispositief aan de hand van de genoemde beeldfamilie op een meer gedetailleerde wijze te analyseren.

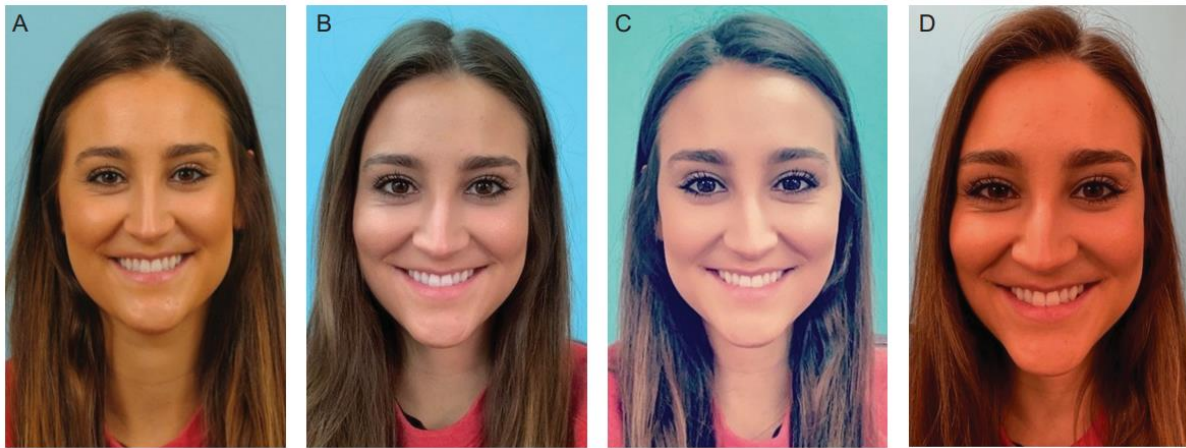
4.1.1.1 De selfie als afbeelding

Als *afbeelding* verwijst de selfie naar diens nabootsende functie, "any likeness, figure or form that appears in some medium or another" (Mitchell 2005, xiii). In het geval van de selfie begrepen als digitaal zelfportret is het medium (hier in de betekenis van materiële drager) een digitale afbeelding bestaande uit pixels. Neem ik met mijn smartphone een selfie van mijzelf, dan verwijst de selfie als *afbeelding* met andere woorden naar de gelijkens tussen mijn eigen voorkomen en die van de verzameling pixels die ik na het 'afdrukken' van mijn digitale afbeelding op mijn scherm zie staan. Deze pixels bootsen mijn uiterlijk na, ze 'lijken op mij'. Deze gelijkens heeft, fenomenologisch gezien, een sterk visueel karakter. Net als een analoge foto geeft een digitale foto een weergave van de wereld weer zoals gezien door de lens van een camera. Maar anders dan bij een analoge foto is deze afbeelding van de werkelijkheid niet het resultaat van een chemisch proces, maar is de digitale afbeelding een 'vertaling' van de door de lens waargenomen werkelijkheid naar een verzameling pixels (zie 1.1.3.1). Wanneer je met behulp van je smartphone een selfie maakt, dan bestaat de resulterende afbeelding op je telefoonscherm uit een raster van pixels, waarbij iedere pixel een eigen kleur toegekend krijgt die correspondeert met een minuscuul stukje 'werkelijkheid'. Het pointillistische resultaat ziet er bij een hoge resolutie (veel pixels per oppervlakte-eenheid) voor het menselijk oog uit als een vloeiend in elkaar overlopende en zeer realistische weergave van de gefotografeerde persoon. Door de typische wijze waarop de selfie wordt genomen (telefoon in de hand, camera hierdoor dicht bij het gezicht, de hoek beperkt door het functioneren van de arm) en de werking van de lens van de camera, geeft de selfie – zelfs zonder gebruik van filters – echter noodzakelijk altijd een ietwat vertekenende versie van het uiterlijk weer. Dit is duidelijk te zien in het drieluik van Guardian journaliste Linda Nylind, dat ter illustratie aan haar artikel over selfie dysmorphia werd toegevoegd (Nylind 2019). De eerste foto is een portret gemaakt door een ander, de tweede foto betreft een door Linda zelfgemaakte selfie zonder filter, gemaakt met een iPhone (zie Afbeelding 7). Er valt een duidelijk verschil op in de gezichtskenmerken in beide foto's. In vergelijking met het portret gemaakt door een fotograaf, toont de selfie een ogenschijnlijk smaller en langer gezicht, grotere ogen, vollere wenkbrauwen, prominentere neus, fijnere kin, meer centrale lippen en een lichtere huid.



Afb.7 Me, my selfie and I: a portrait of Elle Hunt, taken in natural light on a digital camera; a selfie, taken on an iPhone without a filter; a selfie, with a Snapchat filter. Photograph: Linda Ny Lind/Elle Hunt (The Guardian 23-01-2019)

Dit principe demonstreren ook Cristel et al. in hun onderzoek dat werd gepubliceerd in *Aesthetic Surgery Journal* (2021). Zij stellen dat selfies en de toegang tot filters om het eigen uiterlijk met een vingerbeweging aan te passen leiden tot “a blurred viewpoint of one’s self and create unrealistic and unnatural expectations of one’s appearance,” welke leiden tot een trend van selfie-chirurgie onder met name de millennial generatie (Cristel et al. 2021, 123). In hun onderzoek ligt de focus weliswaar op de perceptie van een *ander* van een geportretteerd individu, maar het fotomateriaal is in licht van deze casestudy illustratief voor het genoemde ‘blurred viewpoint’. Van tien patiënten werd een viertal foto’s genomen; één met een digitale camera (A), en drie met een iPhone 7, respectievelijk met de *front*-camera (B), met de frontcamera met een filter van de *Snapchat* app (C) en een zelfportret gemaakt met de *rear*-camera (D). In de twee voorbeelden uit deze reeks – zie Afbeelding 8 en 9 – is eenzelfde vertekening te zien als in de portretten van journaliste Ny Lind. De verschillende camera’s, hoeken en (afwezigheid van) filters zorgen voor een duidelijke verandering in “the smoothness of the skin, skin hue, eye width, eye brightness, jawline size, and nasolabial fold depth” (idem, 123).



Afb.8 "Patient 1 is this 25-year-old female. (A) DC photograph, (B) selfie, (C) filtered selfie, and (D) rear-facing smartphone" (Cristel et al. 2021, 126).



Afb.9 "Patient 2 is this 26-year-old male. (A) DC photograph, (B) selfie, (C) filtered selfie, and (D) rear-facing smartphone camera" (Cristel et al. 2021, 126).

Naast het verschil in gebruikte camera, hoek en afstand van het gezicht, tonen bovenstaande reeksen dat het gebruik van filters de vertekening van het gezicht nog verder kunnen vergroten. In de derde afbeelding van Nylind en in de gefilterde selfies uit het onderzoek van Cristel et al. (de afbeeldingen C) is er sprake van een selfie waarbij een Snapchat filter is toegepast op de afbeelding. De vertekening die reeds te zien is in een selfie zonder filter, is in alle drie de voorbeelden nog prominenter: het gezicht is bijvoorbeeld nog smaller, de ogen staan anders, de huid is egaler en het haar anders van kleur. De filters laten de afgebeelde personen er met andere woorden radicaal *anders* uitzien dan de personen zoals je ze op straat tegen het lijf zou kunnen lopen.



Afb. 10 Lucy O'Grady selfie zonder filter Afb. 11 Lucy O'Grady instagram selfie met filter

De figuren 5 en 6 illustreren dit effect nogmaals, ditmaal in het geval selfies van O'Grady, die op televisie bij *The Morning* vertelde over haar vermeende *selfie dysmorphia*. Afbeelding 10 toont een selfie van O'Grady zonder filter, Afbeelding 11 en een (Instagram) selfie met filter. Ook hier zien we opmerkelijke veranderingen in de gezichtstrekken: hogere jukbeenderen, een lichtere en egale huid zonder rimpels, een smallere neus, grotere ogen en lichter haar. "One reason the filter fascinates us," schrijft Rettberg in haar boek *Seeing Ourselves Through Technology*, "is that it gives the image that strangeness that defamiliarizes our lives. The filter makes it clear that the image is not entirely ours. The filtered image shows us ourselves, or our surroundings, with a machine's vision" (Rettberg 2014, 26). Ze verwijst hierbij naar Victor Shklovsky artikel 'Art as Technique' (1917), waarin hij beargumenteert dat 'defamiliarisatie' een hoofdrol speelt in de kunsten. Waar app-filters een op het eerste gezicht een soortgelijke rol lijken te spelen in ons alledaagse leven (ze maken het vertrouwde uiterlijk tot iets onvertrouwd), zorgt de grootschalige herhaling en frequentie van het vertekende beeld echter voor een afname van dit effect van 'defamiliarisatie' (Rettberg 2014, 26); de vertekening wordt met andere woorden een cliché, ofwel het 'nieuwe normaal'. Zo vormen de selfies een hyperrealiteit, een dubbelganger die het origineel doet verbleken; beter, mooier (1.2.2.1) en door de veelvuldige omgang ermee misschien zelfs *vertrouwder* dan, bijvoorbeeld, het eigen spiegelbeeld. Deze 'beeldverwarring' heeft allicht te maken met het gegeven dat het technische beeld zich, zoals we zagen in hoofdstuk 1, ogenschijnlijk gedraagt als een 'analoog beeld' met zijn kenmerkende *what you see is what you get* karakter (1.1.3.1); eenmaal voorzien van een filter doet de selfie zich voor als een 'analoog' zelfportret. Met Barthes en De Mul wees ik op de authentifierende kracht van de traditionele analoge foto, die bewijst dat iemand werkelijk bestaat of heeft bestaan en dat een zekere gebeurtenis echt heeft plaatsgevonden (1.3.2.2). Hoewel dit bij het technische beelden minder het geval is, vanwege de manipuleerbaarheid van het technische beeld, tóont het zich echter nog wel als 'analoog' tweedimensionaal beeld. Fenomenologisch kenmerkt ook het technische beeld zich door een nabijheid, een intimiteit, een aanwezigheid. De geïdealiseerde versie van het ingebeelde 'ik' van een individu wordt in de selfie een tastbaar ideaal, en wordt zodoende ook een beetje 'echt'.

Zoals ik reeds betoogde zou het een vergissing zijn ideaalbeelden, waartoe ook de selfie behoort, af te doen als louter ijdele fantasmen in Platoonse zin (1.3.2.2). Een bewerkte selfie heeft iets weg van een simulacrum; een kopie zonder origineel. Zoals de casus van O’Grady en de groeiende vraag naar selfie-chirurgie illustreren kunnen dergelijke zelfverbeeldingen, hoewel – door hun gemanipuleerde karakter – zonder volledig gelijkend origineel of referent, zélf referent worden. De dubbelganger krijgt zo een ‘voorgangeraspect’, een voorganger die iets tot uitdrukking brengt nog voor het origineel dit doet. De selfie voegt doordat hij zich op de grens van echt en onecht, van realiteit en virtualiteit bevindt een nieuwe dimensie toe aan het zelfbeeld van O’Grady, maar er lijkt ook sprake te zijn van het Proteus Effect waar Yee en Bailenson over spreken (1.3.2.2). Net als Proteus is de selfie als digitale dubbelganger in staat voortdurend van gedaante te wisselen, en – zo laat het geval van O’Grady zien – belooft hij tevens de toekomst te voorspellen. De selfie is dan niet slechts een ‘echo’ of afdruk van het zelf (index, zie ook 1.3.2.2), maar een *anticiperende zelfverbeelding* (1.3.2.2) of, met een semiotische typering, ‘anticiperende index’. Dat de selfie zich ophoudt tussen ‘echt’ en ‘onecht’ doet niets af aan het gegeven dat O’Grady deze zelfverbeelding incorporeert en vervolgens, zo blijkt uit het interview met haar, zelfs poogt deze tot uitdrukking te brengen in haar eigen lichaam.

4.1.1.2 De selfie als object

Als *object* verwijst de selfie naar de materiële ondersteuning van de afbeelding. De digitale selfie is vanuit dit perspectief gezien een digitaal bestand, maar selfie als object verwijst ook naar de dragers van dit digitale bestand – bijvoorbeeld je smartphone, laptop, externe harde schijf of een *cloud service*. Een elektronisch of digitaal (computer)bestand, zoals een selfie, is een ‘pakketje’ waarin een geordende verzameling elektronische gegevens is ondergebracht. Er bestaan verschillende soorten bestanden en per soort is de samenstelling en de ordening van de elektronische gegevens anders. Daarmee verschilt ook het karakter van de visuele digitale content en de manipuleerbaarheid van de digitale afbeelding per bestandstype. Zo bevat een RAW-bestand, ook wel een *Digital Negative* genoemd (Verhoeven 2008), de onbewerkte informatie van de beeldsensor. Dit type data wordt niet gecomprimeerd waardoor alle ingevoerde data nog compleet aanwezig zijn. Hierdoor zal een als RAW-bestand opgeslagen selfie zeer gedetailleerd zijn, maar bovendien is een dergelijk type bestand tot in de ‘diepe’ lagen van de afbeelding manipuleerbaar met computerprogramma’s als *Photoshop* en *Lightroom*. Doorgaans zal een selfie echter niet als RAW-bestand worden opgeslagen. Selfies worden meestal gemaakt met de digitale camera op een smartphone, en deze slaat een gemaakte digitale foto automatisch op als een JPG of JPEG bestand (de naam van dit populaire beeldformaat is een afkorting van *joint photographic experts group*). Dit type bestand kan, anders dan een RAW-bestand, door veel verschillende soorten software worden ‘gelezen’, zodat de digitale afbeelding op uiteenlopende apparaten met verschillende besturingssystemen kan worden weergegeven en bewerkt. De kleurwaarden van de pixels in de foto worden in een digitale afbeelding die als JPG-bestand gecomprimeerd opgeslagen; de gegevens van de digitale afbeelding zijn als het ware ‘samengeperst’. Zo wordt het bestand kleiner en neemt het minder ruimte in op opslagmedia. Dit betekent echter ook altijd enig kwaliteitsverlies, en de manipuleerbaarheid met behulp van fotobewerkingsprogramma’s is geringer (Verhoeven 2008).

De selfie als digitaal JPG of JPEG bestand kan met behulp van de juiste hard- en software echter wel zeer gemakkelijk worden gemanipuleerd. De selfie als digitaal bestand is hierdoor – anders dan een analoge tegenhanger – gemakkelijk en goedkoop te kopiëren, op diverse plekken op te slaan, via het

netwerk dat talloze hardware systemen samenbrengt te verspreiden en, met behulp van softwareprogramma's die bijvoorbeeld geïmplementeerd zijn in sociale digitale media als Instagram, Snapchat en TikTok, gemakkelijk te bewerken. Niet alleen kleurtoon, lichtverzadiging en beeldverhoudingen kunnen zo met een vingerbeweging worden bewerkt, maar er kunnen bijvoorbeeld ook middels augmented reality filters gekke neuzen of oren aan een selfie worden toegevoegd. De menselijke zelfpresentatie en -verbeelding wordt zo deel van de recombinatorische database-ontologie die kenmerkend is voor de verbeeldcultuur. De digitale afbeelding verhoogt niet alleen de 'tentoonstellingswaarde' van ons zelfbeeld, maar heeft daarenboven vooral manipulatiewaarde, aangezien het digitale karakter ervan ons in staat het zelfbeeld eenvoudig en in sterke mate te manipuleren (1.1.3.2). De bredere typering van het beeld als *eidolon* – idool en schijnbeeld in één (1.3.2.2) – krijgt in het geval van de selfie door diens hoge manipulatiewaarde een letterlijke betekenis. Met onder andere Frissen et al., Bayne en Meadows zagen we eerder al dat het virtuele en digitale karakter en de manipuleerbaarheid van digitale data ervoor zorgt dat digitale dubbelgangers, zoals de selfie, zich veelal ophouden in grensgebieden, zwevend tussen echt en onecht, realiteit en virtualiteit, het fysieke en verbeelde (1.3.2.2). De selfie als object overtreft de menselijke kenmerken en vermogens van het menselijk subject dat het afbeeldt en verwordt zo op eveneens vrij letterlijke wijze tot de *transforming mirror* waar Rokeby over spreekt (1.3.2.2).

4.1.1.3 De selfie als medium

Als medium verwijst de selfie naar de materiële en immateriële praktijken en omstandigheden die een afbeelding verbinden aan een object om zo een afbeelding te *produceren*. Naast materiële sociale praktijken, zoals het gebruik van smartphones en tablets en speciale beeldbewerkingssoftware – vaak in de vorm van applicaties met een keur van vooraf gedefinieerde effecten - om selfies te maken, en sociale media om ze te verspreiden, behoren ook sociale gewoonten en het gebruik van specifieke codes en symbolen daartoe. De selfie als medium verwijst daarmee niet enkel naar de hardware die in staat stelt een nabootsend object te maken, maar ook sociale conventies als 'het maken van een digitaal fotoalbum van mijn vakantie' (ik voor de Eiffeltoren of de Grand Canyon), of het publiceren van tijdens feestjes of popconcerten gemaakte selfies of dagelijkse snapshots van alledaagse bezigheden op bijvoorbeeld *Facebook* of *Instagram* behoren tot het medium selfie. Ook het discours dat selfies omgeeft – denk aan commentaren op selfies door de makers en ontvangers, en discussies over het fenomeen selfie op sociale media en in dag- en weekbladen behoren tot het medium dat de selfie is.

Rettberg gebruikt in deze context het woord 'filter'. Het woord 'filter' wordt veelal gehanteerd om een proces te beschrijven waarin iets wordt gescheiden; denk aan een koffiefilter dat wel water doorlaat, maar de gemalen koffie niet. Rettberg onderscheidt technologische en culturele filters. Technologische filters zijn bijvoorbeeld niet alleen de reeds genoemde visuele filters die we toepassen op digitale foto's, maar ook taal – begrepen als communicatietechnologie – is een dergelijke filter. Culturele filters zijn bijvoorbeeld waarden en normen, verwachtingen, trends, modes en strategieën die ons handelen sturen; denk in het kader van de selfie bijvoorbeeld aan het nabootsen van houdingen en gezichtsuitdrukkingen van modellen uit modebladen (Rettberg 2014, 22). We leren in een sociale context welk gedrag van ons verwacht wordt, door bijvoorbeeld naar vrienden, familie, beroemdheden, de media en andere social media gebruikers te kijken. Rettberg verwijst hier ook naar de term 'normative discursive strategies' van José van Dijk (2007); we zijn vrij om te handelen, maar

ons handelen wordt altijd op een bepaalde wijze gestuurd en beperkt (Rettberg 2014, 22). Op Instagram of Snapchat kun je je foto's zelfstandig aanpassen door middel van een filter, maar het aantal filters en opties is beperkt. Facebook moedigt aan om je dagelijks leven te delen, maar de mogelijkheden waarop (foto, video, tekst) zijn gelimiteerd. Je wordt op hetzelfde platform aangemoedigd je mening over iets te delen, maar de expressievormen die worden aangeboden (vroeger het befaamde duimpje, inmiddels aangevuld met enkele emoticons) zijn gering. Dit zijn stuk voor stuk voorbeelden van hoe een app "can streamline and limit our options for personal expression even more than pre-digital media" (Rettberg 2014, 23). Selfies zijn zodoende gestuurde en gelimiteerde 'zelf-expressies', wat leidt tot een zekere gelijkvormigheid van deze 'digitale dubbelgangers'. Met behulp van filters worden alle gezichten van app-gebruikers op een soortgelijke manier vervormd – gelijkend op elkaar en in het bijzonder op Kim Kardashian (Kooyman 2021) gecombineerd met trekjes van onder andere Bella Hadid, Emily Ratajkowski, and Kendall Jenner – tot een gelijkvormige 'cyborgian look', ook wel aangeduid met 'Instagram Face' (zie bijvoorbeeld Tolentino 2019).

We zagen reeds dat mensen van oudsher gefascineerd zijn door nabootsende beelden en hier veel genot aan beleven en dat deze mimetische begeerte geldt als een fundamenteel kenmerk van de menselijke levensvorm (1.1.1.1). De populariteit van de selfie in de beeldcultuur lijkt deze mimetische begeerte te illustreren. Technologische bemiddeling van de objectieve blik op het zelf heeft een lange geschiedenis, die ten minste teruggaat op de *spiegel*, die in de Egyptische cultuur omstreeks 3000 v.Chr. in gebruik werd genomen. Kwik- en zilver spiegels maken de objectieve blik op het zelf vanaf de Middeleeuwen kraakhelder. De objecten zijn populair bij het vrouwelijk geslacht, maar ook schilders maken dankbaar gebruik van de spiegel, die zichzelf met behulp van het artefact op objectieve wijze kunnen zien, zoals een *ander* dit normaal doet. De uitvinding van *fotografie* maakt het nog makkelijker om het zelf af te beelden als ware het een ander. Robert Cornelius is de eerste mens die een maakt van zichzelf in 1839, tevens een van de eerste foto's van een persoon. Aan het begin van de 20^e eeuw maakt de Kodak Brownie box camera fotografie ook voor de grotere massa toegankelijk en het maken van fotografische zelfportretten raakt daarmee ook meer in zwang. In deze selfies avant la lettre speelt – net als in veel geschilderde zelfportretten – de spiegel nog een helpende rol, waardoor zowel individu als camera op de foto staan. De selfie kan in deze traditie worden geplaatst, zo stelt Bent Fausting in *Self-Media*, als "the latest invention to discover, explore, visualize and find the self of the subject" (Fausting, 2015). Wat al deze fenomenen (jezelf bekijken in de spiegel, een geschilderd zelfportret, een fotografisch zelfportret) gemeen hebben, is dat het individu zowel degene is die *ziet* als ook degene die *gezien wordt*. In de actie van het spiegelen, is het subject zowel binnen als buiten zichzelf, excentrisch gepositioniseerd ten opzichte van zijn eigen bestaan.

Vóór 1918, het jaar waarin de zelfontspanner werd geïntroduceerd in de analoge camera, was het bijzonder lastig voor een fotograaf tegelijkertijd subject en object te zijn. In de jaren '20 worden steeds vaker zelfontspanners ingebouwd in fotocamera's, waardoor er tijd wordt gecreëerd om voor de camera te gaan staan voordat de foto wordt genomen. De technologie stelt de fotograaf nu in staat gelijktijdig tot fotosubject te worden. Agfa kwam in 1959 als eerste op de markt met een makkelijke, handzame automatische camera met zelfontspanner: de Optima. Al snel volgde ook Kodak met zijn Instamatic (1963). Hoewel het nemen van een foto met deze nieuwere modellen kinderspel werd (Kodak had dan ook al snel camera's voor kinderen in de aanbieding), bleef het ontwikkelen van deze foto's vooralsnog een tamelijk complex proces waar professionele handen en apparaten aan te

pas moesten komen. Alleen Polaroid camera's vormden daar een uitzondering op, daar de genomen foto direct werd ontwikkeld in de camera zelf, maar de matige kwaliteit (de plaatjes vervaagden en/of verdwenen op den duur helemaal) maakte deze techniek - buiten bepaalde beroepsgroepen - weinig populair (Peraica 2017, 20). Japan kwam rond de eeuwwisseling als eerste met een mobiele telefoon met camera. Sinds ongeveer 2012 zijn de camera's die in smartphones zijn ingebouwd kwalitatief gelijkwaardig aan compacte digitale fotocamera's. Gezien de immense populariteit van smartphones heeft een groot deel van de wereldbevolking inmiddels toegang tot een medium voor zelfreflectie en -presentatie, dat het maken, bewerken en distribueren tot een kwestie van enkele aanrakingen van het beeldscherm van een mobieltje heeft gemaakt. Het handzame toestel dat in een broekzak past maakt de ingebouwde camera, anders dan de vaak minder mobiele analoge en digitale fotocamera's, in principe op elk gewenst moment toegankelijk en een digitale selfie is dan ook snel gemaakt. Applicaties maken het niet alleen gemakkelijk de genomen selfie te bewerken, maar moedigen dit gedrag ook aan:

When we take a selfie [...] with a phone, the phone suggests running it through a filter. After Instagram and apps like Hipstamatic popularised filters, almost every camera or photo sharing app now comes with built-in filters. When you snap a photo on your iPhone, there is a filter button at the bottom of the screen. When you upload a photo to Instagram, Facebook or Flickr you click through a screen that asks whether you want to filter it, crop it and adorn it. (Rettberg 2014, 26)

Naast de 'technologische aansporing' spelen ook sociale gebruiken en verwachtingen een belangrijke rol. Social media platforms functioneren als een soort 'echo-kamers' waarin sociale gebruiken en verwachtingen rondzingen om zo bepaalde normen in stand te houden. Social media en selfies functioneren zoals een participierend panopticum (1.2.1.2); je bent vrij om jezelf vorm te geven, maar conformeert jezelf aan de ander en diens (ingebeelde) verwachtingen.

Het eerdergenoemde aantal van 92 miljoen selfies per dag (Broz 2022) – dus pakweg 33 miljard per jaar – maakt duidelijk dat het maken van selfies een bijzonder populaire bezigheid van de smartphonegebruiker is. Voor fabrikanten van smartphones is het lucratief daar op in te spelen. Zij investeren veel tijd en geld in het maken van steeds betere camera's. Anno 2022 zijn de duurdere smartphones al uitgerust met *back camera's* van meer dan 50 megapixels. Maar met name Sony Ericsson's introductie in 2003 van de *front camera* heeft bijgedragen aan de populariteit van de selfie. Dankzij de front camera kan de gebruiker zichzelf op het scherm zien bij het maken van een zelfportret. Samsung deed in 2017 een onderzoek in het kader van de introductie van de Galaxy S8 smartphone, die dankzij de hoge kwaliteit frontcamera '24/7 selfie-taking' mogelijk maakte. Op basis van dit onderzoek voorspelt Samsung dat de gemiddelde millennial (de generatie geboren tussen 1980 en 2000) ongeveer 25.000 selfies zal maken gedurende zijn leven (Samsung 2017). Dat betekent ongeveer één selfie per dag van wieg tot sterfbed. Een dergelijke 'selfie-obsessie' doet vermoeden dat deze generatie "niet meer weet hoe te bestaan zonder zichzelf voor te stellen als een foto" (Jones 2006, xvii). De selfie als digitale zelfpresentatie is daarbij bovendien eerder een cumulatieve (en voortdurende) uitdrukking dan een door een closure gekenmerkt geheel; "a social media feed consists of a continuously expanded collection of posts, each of which may express a micro-narrative, a comment that expresses an aspect of the writer or an image showing a version of themselves" (Rettberg 2014, 35). Zoals we reeds leerden is het eindeloos reproduceren en distribueren van beeld

zowel een mogelijkhedenvoorwaarde als vormgevende factor van de huidige beeldcultuur (1.1.1.1). Zelfverbeelding is in de huidige digitale (ver)beeldcultuur onderhevig aan eenzelfde principe. Digitale beeldvorming wordt een belangrijk deel van de identiteit. De selfie heeft als medium dat, aldus Kittler, 'lichamelijke data' opslaat in databases om zo gemechaniseerde gelijkenissen te creëren (1.3.2.2) die daar rond blijven zwerven een belangrijk aandeel in die identiteitsvorming en – ervaring in de digitale (ver)beelcultuur.

4.1.1.4 De selfie als beeld

Ten slotte verwijst de selfie als *beeld* naar de complexe samenkomst van virtuele, materiële en symbolische elementen. Opgevat als beeld kan de selfie verwijzen naar verschillende categorieën, in een oplopende reeks van concreet naar abstract. Zo kan een selfie als *beeld* een aan de muur opgehangen afgedrukte versie van een genomen selfie zijn (concreet, chemicaliën op papier), maar de selfie als beeld verwijst ook naar meer abstracte stereotype gedrag patronen zoals de befaamde *duckface* (de mond tuiten voor de camera) of het peace-teken (twee vingers in een 'V' opgestoken voor de camera). Eerder zagen we dat de selfie enerzijds positief wordt benaderd, als een speelse wijze van zelfexpressie en identiteitsconstructie, maar anderzijds ook vaak zeer kritisch wordt beoordeeld. De vaak idealiserende – gemanipuleerde – beelden, de focus op het 'zelf' en stereotype en normconforme rollen die gebruikers uitdragen, als ook de invloed die dat weer heeft op de gebruikers van social media staan hierbij centraal. Zo worden selfies bijvoorbeeld gekarakteriseerd als een syndroom van een diepgaande eenzaamheid en narcisme onder jongeren en jongvolwassenen (Sorokowski et al 2015; Weiser 2015; Kaur and Vig 2016; Barry et al 2017). Het gebruiken van een filter, de objectiverende werking van selfies en de populariteit van zogenaamde 'fit-selfies' (waarbij gebruikers het visuele proces van afvallen of gespierder worden vastlegt en delen) wordt in verband gebracht met een negatief zelfbeeld – met name onder jongeren – en eetstoornissen (McLean et al. 2015). Een groeiende objectivering van het zelf leidt volgens sommigen tot een zorgwekkende pornificatie van de jeugd – "the male gaze gone viral" aldus socioloog Ben Agger (2015) –, waarbij zowel meisjes als jongens zich profileren als lustobject. Volgens anderen is dit een van de symptomen van een 'verproductisering' van identiteit. Heideggers vrees dat de mens het ultieme object van de technologie zal blijken te zijn (1.2.1) lijkt in dit opzicht in het fenomeen selfie bewaarheid te zijn geworden; wijzelf een product en onze geperfectioneerde selfies reclame (Kleinherenbrink 2014; Giroux 2015) die deel worden van een *reputation economy* (1.3.3.2). Zoals we in hoofdstuk 3 hebben gezien krijgt de externalisatie van de binnenwereld bij Plessner beeldend tot uitdrukking in het fenomeen van 'het masker'. Hij stelt dat identiteit tot stand komt in de verschillende 'maskers' die we gedurende ons leven dragen. Ook de selfie is te beschouwen als zo'n 'masker'. In het Italiaanse woord voor zelfportret komt dit goed tot uitdrukking; *autoritratto*. "The self – the very one – is not simply given there in the painting, on the canvas; - in an *autoritratto* there is a drawing out (*ritrarre*), an extracting" (Silverman 1982, 370) Het zelf wordt geëxtraheerd en letterlijk geëxternaliseerd. Als 'geworpen mogelijkheid' (2.1.3.5) kunnen we onszelf tot op zekere hoogte ontwerpen. Er zijn echter grenzen aan onze ontwerpmogelijkheden; natuurwetten en culturele waarden en normen, bijvoorbeeld, beperken de opties. In zekere zin zorgen selfie filters ervoor dat we op relatief gemakkelijke wijze de natuurwetten (je kunt je eigen lichamelijke voorkomen niet heel radicaal veranderen zonder medisch ingrijpen) kunnen omzeilen. Je voorkomen kan op milde tot radicale wijze worden veranderd door een simpele tik op een scherm. Selfies kenmerken zich door deze digitale

recombineerbaarheid bij uitstek door wat we met De Mul hun *manipulatiewaarde* hebben genoemd (1.3.3.2).

4.1.2 De selfie als dubbelganger

Daarmee komen we bij het tweede gedeelte van de analyse van de selfie. Nu we de selfie nader hebben beschreven vanuit diens beeldaspect, zal ik een volgende stap het mensaspect belichten en zodoende onderzoeken hoe het dubbelgangerdom tot uitdrukking komt in het mediadispositief.

4.1.2.1 Binnenwereld, buitenwereld, medewereld en de selfie

Allereerst kunnen we de selfie binnen de drie sferen van de menselijke bestaansvorm plaatsen, die van de binnen-, buiten- en medewereld (2.1.4.1, 2.1.4.2, en 2.1.4.3). Zoals we hebben gezien wordt elke sfeer gekenmerkt door een dubbelaspectiviteit (2.1.2.3); een individu ervaart zichzelf zowel van binnenuit als van buitenaf. Eerder gaf ik het voorbeeld van de ervaring van je hand; je ervaart die hand van binnenuit, kan hem aansturen, voelt kou of warmte met behulp van die hand. Anderzijds ervaar je diezelfde hand van buitenaf wanneer je hem eens goed bekijkt. En tegelijkertijd is de hand ook ingebed in een betekenisvolle medewereld, bijvoorbeeld door de trouwring, die verwijst naar hoe verwantschapsrelaties in een cultuur zijn vormgegeven. Bovenstaande kunnen we ook vertalen naar de selfie. Wanneer we de nadruk leggen op de binnenwereld van een persoon, kunnen we stellen dat het menszijn – of preciezer uitgedrukt: een menselijk persoon zijn – iets is dat door een individu van binnenuit wordt ervaren (gedachtes over het ‘ik’, verhalen die je in gedachten vormt over je eigen handelen, motieven, wensen, gevoelens die je ervaart, emoties, dromen die je hebt (2.1.4.1). Omdat de mens excentrisch gepositioneerd is, is hij in staat deze innerlijke belevingen ook ‘gade te slaan’ en aan interne gedachtes, gevoelens, inzichten, et cetera, betekenis toe te kennen. Zodoende ontstaat er een beleving van een (min of meer) coherent ‘ik’. De selfie blijkt, dankzij diens hoge manipulatiewaarde die de selfie-maker in staat stelt op creatieve, digitale wijze verschillende maskers en rollen in te zetten in de zelfpresentatie, een uitstekend medium voor het tot uitdrukking brengen en ‘materialiseren’ van de binnenwereld en de hierin huizende gewenste of gefantaseerde persoon van het individu, zo lieten voorbeelden uit de voorafgaande sectie zien.

De medewereld kenmerkt zich eveneens door een binnen- en buitenperspectief. Een persoon ervaart bepaalde normen, gedragingen, sociale regels of door technologie ingegeven gedragingen in de sociale sfeer waarin hij leeft. Anderzijds incorporeert hij deze tot op zekere hoogte. De ‘externalisatie’ die zich voordoet bij het maken van een selfie is tweevoudig. Enerzijds neemt de persoon bij het nemen van een zelfportret een buitenwereld-perspectief in op zijn eigen identiteit. “In self-portraiture, the self constitutes itself as other – slightly modifying Rimbaud’s dictum: *je est un autre*” (Silverman 1982, 369). Anderzijds is de (tweede-persoons) blik van de ander altijd nauw verbonden met dit ‘derde-persoonsperspectief’. We zijn ons bewust van het feit dat een ander ons beoordeelt, een indruk heeft van ons. Waar de spiegel nog overwegend privaat worden gebruikt, zijn foto’s media die nauw zijn verstrengeld met de publieke sfeer: “performing the self is at once a private and individual as well as a communal and public activity” (Tifentale 2014, 12). En omdat de foto’s als object tevens deel uitmaken van de buitenwereld, kun je zeggen dat ze tegelijkertijd een eerste-, tweede- en derde-persoonsperspectief op het ‘ik’ bewerkstelligen. Foto’s zijn een uitdrukking van binnen-, mede- en buitenwereld.

De buitenwereld speelt hierbij een belangrijke rol bij het vormen van een dergelijk ‘coherent ik’. De selfie vormt een objectivering en extensie van het eigen lichaams-object (*Körper*) (2.1.3.2; 2.1.3.4). De selfie maakt als deel van de buitenwereld onderdeel uit van de materiële wereld, waarin de

afgebeelde persoon zelf bestaat als een lichaams-object (*Körper*). De selfie kunnen we als zodanig begrijpen als een extensie of uitbreiding van dit geobjectiveerde lichaam, waarbij de selfie weliswaar niet letterlijk van binnenuit beleefd wordt (je kunt je selfie niet ‘voelen’), maar door de mogelijkheid van uitdrukking van de binnenwereld die de selfie mogelijk maakt (door spel met kleuren, filters, et cetera) wel degelijk een *Leib*-aspect in zich draagt (zie ook 4.1.2.3). Dankzij een selfie kan een persoon zijn als gefragmenteerd ervaren lichaam nu als een samenhangend geheel ervaren. Er kunnen zich hier bevestigingen voordoen tussen ‘binnenwereld-ervaringen’ van het zelf en van buitenaf ervaren ‘buitenwereld-ervaringen’; bijvoorbeeld wanneer het individu zichzelf aanschouwt in een genomen selfie en hier zijn beleefde identiteit tot uitdrukking ziet komen in haarstijl, kleding, gezichtsuitdrukkingen, et cetera. De geïdealiseerde selfie functioneert hier – vanuit psychoanalytisch perspectief (2.2.3) – als Ideaal-Ik (*Ideal-Ich*). In zo’n geval levert de internalisering van het gemanipuleerde selfie-beeld – door het voordurend naar buiten en weer naar binnen treden van de excentrisch gepositioneerde mens – geen conflict op. De voorbeelden van Bowman en O’Grady leren echter dat zich in sommige gevallen ook discrepanties kunnen voordoen. De (jong)volwassen selfie-maker – anders dan het kind voordat het zijn intrede doet in de symbolische orde – gaat niet meer volledig op in zijn Ideaal-Ik, maar kan zichzelf ook op een meer realistische wijze objectiveren, bijvoorbeeld door in de spiegel te kijken en te ervaren dat dit beeld niet overeenkomt met het in de selfie geïdealiseerde beeld of er door anderen te worden gewezen op de discrepantie tussen de geïdealiseerde selfie en het feitelijke *Körper* dat – net als de selfie – een materiële feitelijke vormt in de buitenwereld. Vanuit dit licht bezien lijkt de door O’Grady benoemde ‘selfie dysmorphia’ voort te komen uit deze discrepantie, die dusdanig groot is dat deze niet overbrugd kan worden.³²

4.1.2.2 De drie grondwetten en de selfie

Eerder heb ik met Plessner uiteengezet dat de drie werelden voortkomen uit de menselijke excentriciteit (2.1.4). We hebben ook gezien dat met de menselijke excentriciteit drie paradoxale ‘antropologische grondwetten’ zijn verbonden (2.5.1). Ook deze kunnen helpen de betekenis van de selfie nog wat nader te omlijnen. De selfie is een hedendaags toonbeeld van de *natuurlijke kunstmatigheid* van de mens. Met behulp van het mediumdispositief ‘selfie’ kan de persoon zichzelf vormgeven en uitdrukken en presenteren aan de medewereld (en zichzelf). Omdat de mens zelfbesef heeft, kan hij een onderscheid maken tussen een gewenste of ingebeelde stand van zaken en de realiteit. Hij weet van zijn eigen positionaliteit af en zijn bestaan kenmerkt zich hierdoor van een radicaal besef van zijn eigen ‘naaktheid’ of ‘tekortkomingen’ die bijvoorbeeld voorkomen uit een fysieke realiteit (flaporen) of uit een culturele realiteit waarin bepaalde normen en waarden (zoals schoonheidsidealen) domineren. Het is de persoon voorgegeven dat hij zichzelf – net als zijn omgeving – met behulp van artefacten complementeert, aanpast en beheert (2.1.5.1). De selfie, zo zagen we al, balanceert ergens tussen een ingebeeld en een verbeeld zelf. Wie blauwe ogen wenst te hebben, kan zich met een selfie naar hartenlust vormgeven – en dit ideaalbeeld delen met anderen – hoewel het eigen lichaam hiermee niet verandert. Die ervaren discrepantie tussen ideaal en werkelijkheid kan wel inspireren tot een daadwerkelijke verandering van het lichaam, bijvoorbeeld door botox of cosmetische chirurgie zoals O’Grady trachtte te doen, teneinde de werkelijkheid met dat ideaal in overeenstemming te brengen (4.1.1).

³² Waar het kind in het spiegelstadium verkeert in een primair narcisme, dat in het teken staat van almachtsfantasieën, is het narcisme dat zich na de intrede in de symbolische orde voordoet, een secundair narcisme, dat kwetsbaarder is in de zin dat het gemakkelijk gekrenkt kan worden door ervaringen die het illusoire karakter van het zelfbeeld aan het licht brengen.

De menselijke waarneming is altijd gemedieerd, en daarmee diens zelfkennis of ervaring van het zelf eveneens (2.1.5.2). Ook zagen we in hoofdstuk 2, dat de wet van de *bemiddelde onmiddellijkheid* als implicatie heeft dat de mens weliswaar uitvinder is van de technische instrumenten die hij hanteert en de dingen die hij creëert, maar daarvan nooit geheel en al de beheersers is. Ze krijgen zagezegd een 'eigen agenda' buiten de bedoelingen van de maker. Een selfie is vanuit dit licht gezien enerzijds een creatie in handen van de persoon die haar schiep.³³ Maar eenmaal geschapen en in de buitenwereld uitgedrukt, kan de selfie allerlei onvoorziene neveneffecten met zich meebrengen (2.1.5.2) bijvoorbeeld door het zelfbeeld van de selfie-maker aan te tasten, zoals in het extreme geval van Bowman, die zichzelf bijna verloor aan diens selfies, illustreert.

Zowel Bowman als – hetzij in iets minder extreme mate – O'Grady en hun onfortuinlijke ervaring met selfies vormen een pijnlijke demonstratie van de derde en laatste grondwet van het *utopisch standpunt*. Bij beiden zien we een groot verlangen 'samen te vallen' met de uitdrukkingen van het zelf, één te worden met de selfie. Dat de mens hier niet toe in staat is, leidt – en daarin komt iets tot uitdrukking van de tragiek van het menselijk leven – tot de wanhoopsdaad zelf een poging aan het leven van de dan nog jonge Bowman te maken. Ook bij O'Grady lijkt er sprake te zijn van een poging 'samen te vallen' met zichzelf, dat wil zeggen met de *uitdrukking* van zichzelf in de buitenwereld, door het eigen uiterlijk aan te passen aan die artificiële uitdrukking van de persoon.

Beiden lijken te worden gemotiveerd door een zoektocht naar een ultiem – in de onderhavige gevallen: lichamelijk – 'thuis' (2.1.5.1), een aan vaste banden leggen van het lijf – door een 'perfecte' fotografische uitdrukking te geven aan het lichaam, ofwel door het zodanig manipuleren van het lichaam, teneinde daarin een (zelf)verlangen te volharden. Met Plessner zagen we dat dit volledig samenvallen met jezelf voor de excentrisch gepositioneerde mens een onmogelijke, zelfs *onwenselijke* – de menselijke levensvorm geweld aandoend – verlangen is. De selfie houdt zich als uitdrukkingmedium van de persoonlijke identiteit op in die spanning tussen verlangen – waarbij vernuftige filters de zoete belofte in zich dragen 'thuis' te komen in het lichaam – en onvermogen daar daadwerkelijk te geraken. Zo kunnen ze, voor de mens die hier gevoelig voor is, leiden tot een kwelling, vanwege deze paradox van een 'impossible fantasy' (Storr 2019) die door de 'materiële' uitdrukking die de selfie is tot op zekere hoogte werkelijkheid wordt, maar het nooit geheel is. De selfie verwordt dan tot een 'vals' *Definitivum* (2.1.5.3), die de fundamentele gebrokenheid van het menselijk bestaan even pijnlijk voelbaar maakt.

4.1.2.3 Körper- en Leibrelaties en de selfie

Uitdrukkingen van de persoon kenmerken zich altijd door een zeker *Körper*-aspect. Het zijn immers uitdrukkingen die zich buiten het eigen beleefde lichaam (*Leib*) bevinden. Een selfie kan eveneens worden begrepen als een artificiële uitbreiding van het lichaamsobject, het *Körper*, die verder reikt dan het eigen lichaam maar hier nog wel mee verbonden is, bijvoorbeeld door grote gelijkenis of (zelf)herkenning van interne fantasieën en verlangens betreffende de eigen identiteit. In die zin, zagen we met Plessner, is de mens van nature altijd tot op zekere hoogte 'vervreemd'; hij moet zich eerst aan de buitenwereld verliezen, alvorens zichzelf 'te vinden'. De selfie is te plaatsen in een lange traditie van 'spiegelende' media, zoals het spiegelbeeld en het geschilderde of analoog

³³ Misschien zou men eerder nog moeten zeggen, een schepping die de persoon 'in de vingers' heeft, want het gemanipuleerde (van het Latijnse *manus*, hand) beeld is veelal mede geschapen door de vingers van de selfie-maker, die door aanraking van het touchscreen de gewenste effecten teweegbrengt. Zie over deze tactiele dimensie van de selfie de originele studie *Mapping Selfies and Memes as Touch* van Fiona Andrealló, die in dat verband ook verwijst naar Roland Barthes, die de foto in *De lichtende kamer* ook aanduidt als een huid (Andrealló 2022, 3). In de derde casus zullen we zien dat de lichamelijke reacties van slachtoffers van pornografische *deepfakes* bij het zien ervan zich vaak lichamelijk aangetast voelen.

gefotografeerde zelfportret. De selfie biedt als medium aan de selfie-maker een toegankelijk instrument voor het uitdrukken van het zelf in een materiële, digitale, drager, die in de handeling van het maken van een selfie – en het eventueel delen van het resultaat via social media – bovendien grotendeels onder de controle van de selfie-maker blijft (hoewel, zoals ik hiervoor al opmerkte, de ‘vrijheid’ die het medium biedt altijd wordt gelimiteerd door technologische werkelijkheden, sozialen waarden en normen, et cetera). Daarbij kunnen we, zo liet ik hierboven met inzet van Plessner’s idee van het ‘utopisch standpunt’ en de van ‘nature kunstmatige’ mens zien, de selfie begrijpen als een manifestatie of uitdrukking van de binnenwereld van de gebruiker. Een selfie geeft uitdrukking aan de visie die een persoon van zichzelf heeft of hoe hij wil zijn. Bovendien stelt de selfie de gebruiker – vaak nauwkeuriger dan in het alledaagse leven – in staat tot ‘op de pixel nauwkeurig’ te controleren hoe men zich wil presenteren in de medewereld door middel van een uitdrukking in de buitenwereld, naar de anderen én zichzelf. Selfies vormen zo niet alleen een nieuwe manier van communiceren via beeld, kenmerkend voor de digitale beeldcultuur, maar ook (en niet in de laatste plaats) een controlemiddel met betrekking tot presentatie van de identiteit (Rawlings 2013). Hoewel de selfie daarmee op het eerste oog een digitale dubbelganger lijkt te zijn die ‘ dicht bij onszelf’ blijft en daarmee ondanks het onvermijdelijke *Körper*-aspect die iedere dubbelganger kenmerkt niet zo snel tot vervreemding aanleiding geeft, blijft hij daarvan – zoals de ophef rond en de voorbeelden van ‘selfie dysmorphia’ suggereert – toch niet altijd of geheel verschoond.

Waar we met Lacan hebben vastgesteld dat identiteit onherroepelijk een ‘miskenning’ van het zelf betekent (2.2.3), daar kunnen we nog een onderscheid maken in verschillende vormen van miskenning die zich door mediums specifieke eigenschappen van de technieken die we gebruiken voor het ‘spiegelen’ van het zelf voordoen. In het geval van een selfie identificeert de maker zich – net als een kind met een spiegelbeeld – met dat wat hij in feite *niet* is. Het imaginaire ik (Ideaal-Ik) vormt evenwel altijd basis voor de (ervaring van) de eigen persoon. Met de wet van het utopisch standpunt werd echter duidelijk dat de mens nooit volledig kan samenvallen met de rol (*persona*) die hij speelt – en je kunt om die reden ook nooit volledig samenvallen met je selfie. Dit neemt niet weg dat die wens wel – tot op zekere hoogte – kan bestaan (2.2.4). Een selfie is daarmee enerzijds een manier om de excentriciteit gestalte te geven die helpt je subjectwording te realiseren, maar anderzijds leidt een selfie – net als in het geval van andere objectiveringen van het zelf – onvermijdelijk altijd tot een zekere mate van vervreemding. Wat in het geval van de selfie de vervreemding nog verder in de hand werkt, is de manipulatiewaarde van het digitale beeld. De grandeur van de selfie ‘aha-Erlebnis’ is allicht grootser dan de herkenning van het zelf in bijvoorbeeld een door een ander genomen foto van jezelf of het zien van je spiegelbeeld. De gemanipuleerde versie is als een aantrekkelijker *ander*, herkenbaar maar toch vreemd, vertrouwd en toch opwindend anders. De misère komt voort uit het besef van de onbereikbaarheid van deze (on)vertrouwde ander, de vervreemding die is ontstaan in de creatie van dit zelfbeeld.

We kunnen met behulp van de mens-techniek relaties van Ihde en Verbeek en van mijn aan dit rijtje toegevoegde ‘vervreemdingsrelatie’ nader specificeren hoe de persoon O’Grady’ met haar selfie-chirurgiewens en Bowman met zijn selfie-obsessie zich lijken te verhouden tot hun geïdealiseerde (bijvoorbeeld door inzet van filters) selfies – en middel deze selfies weer tot zichzelf. Daar de selfie, ook afhankelijk van de gebruiker en gebruikerscontext, wordt gekenmerkt van een multistabiliteit, draagt het als medium ook verschillende (mogelijke) mens-technologie-zelf relaties in zich. Ik refereer in de bespreking hieronder – ter illustratie van een van de, mogelijk velerlei wijzen waarop een selfie als digitale dubbelganger mogelijk unheimlich wordt, losjes aan de cases van O’Grady en Bowman. Menselijke personen zijn immers nooit gelijk en iedere analyse van het selfie-gedrag zal mede afhankelijk zijn van de daarmee gegeven individuele verschillen.

Versmeltingsrelatie	(mens / technologie) → zelf	Geïmplanteerde chip	<i>Leib</i> -extensie +++++/++++
Inlijvingsrelatie	(mens - technologie) → zelf	(VR) bril, spiegelbeeld, selfie, avatar	<i>Leib</i> -extensie +++/++/+
Hermeneutische relatie	mens → (technologie – zelf	Facebook <i>likes</i> , <i>quantified self</i> grafiek	<i>Körper</i> -extensie +/++
Diepte-hermeneutische relatie	Mens → (technologie/wereld)	genetische erfelijkheids-test, My Heritage DNA test	<i>Körper</i> -extensie +/++
Achtergrondrelatie	mens - (technologie / zelf)	Gepersonaliseerde (digitale) omgeving – Spotify playlist	<i>Körper</i> -extensie ++/+++
Immersierelatie	mens ← (technologie / zelf)	interactieve VR, persuasive mirror	<i>Körper</i> -extensie ++/+++
Alteriteitsrelatie	mens → technologie (zelf)	‘Sim’, augmented reality app met selfie-filters	<i>Körper</i> -extensie +++/++++
Vervreemdingsrelatie	(mens \ technologie) → wereld	db’s, autonome telorobot, deepfake	<i>Körper</i> -extensie ++++/+++++

De selfie kenmerkt zich misschien niet door een *inlijvingsrelatie* in de strikte zin van het concept zoals gehanteerd door Ihde (zie 2.3.4.1 Inlijvingsrelatie), maar er lijkt hier wel degelijk sprake van een zekere vorm van ‘inlijving’. Zoals we niet naar een bril kijken, maar doorheen de bril naar de wereld, zo lijkt een selfie-maker niet zozeer naar de ‘selfie’ te kijken, maar eerder naar een versie van zichzelf door ‘de bril’ van de selfie. De selfie maakt een mentaal ideaalbeeld zichtbaar door het een geobjectiveerde, materiële uitdrukking te geven, welke vervolgens weer wordt geïnternaliseerd. Van een *hermeneutische relatie* (zie 2.3.4.2) in het geval van een gefilterde selfie is er bijvoorbeeld sprake op het moment dat deze op social media wordt gedeeld en de goedkeuring van anderen kan worden gemeten aan de hand van de hoeveelheid *likes* die een selfie krijgt. De selfie als digitale dubbelganger kan zich ook voordoen als een ‘quasi-ander’ waarbij er een *alteriteitsrelatie* optreedt (2.3.4.3). In dat geval eist de selfie, het gemanipuleerde zelfbeeld, zelf alle aandacht op en fascineert – iets wat in het voorbeeld Bowman ten tijde dat hij tiener was extreme vormen aanneemt. Van een *achtergrondrelatie* (zie 2.3.4.4) lijkt in het geval van de mens-selfie relaties die we aantreffen bij O’Grady en Bowman niet zozeer sprake te zijn, noch van een versmeltingsrelatie (zie 2.3.4.5) zoals omschreven door Verbeek. Van een immersierelatie (zie 2.3.4.6), in zekere zin een radicalisering van een achtergrondrelatie, lijkt echter wél weer sprake te zijn. Verbeek omschrijft immersierelaties als omgevingen die meer dan louter context zijn, maar interactie aangaan en personen direct kunnen beïnvloeden. Overtuigingstechnologieën, zoals de persuasive mirror, worden hier als voorbeeld genoemd. Een selfie, zo zagen we in het geval van O’Grady (en in bredere maatschappelijke context in de resultaten van de enquête onder plastic chirurgen om trends in kaart te brengen), kan ook de functie vervullen van een ‘persuasive mirror’; ‘zou zou je er kunnen uitzien’. Waar iedereen wel eens fantaseert over een andere haarkleur, oogkleur, lichaamsgewicht, mond of neus, daar vormt een gevisualiseerde versie van hoe je er dan uit zou zien een tastbaardere *persuasive* dubbelganger. Een *vervreemdingsrelatie* kan mogelijk ontstaan door confrontatie met het resulterende zelfportret dat wordt beïnvloed door gebruikte camera’s en hoeken (zoals we zagen in 4.1.1.1), of bijvoorbeeld in het geval van extreme filters, zoals filters waartoe een SnapChat-gebruiker toegang heeft (idem). Een dergelijke heftige vertekening van het eigen gezicht kan ongemak en een unheimlich gevoel oproepen; bijvoorbeeld door het obscene uitvergroten van de ogen of het wisselen van gender door middel van een augmented reality filter. In het geval van O’Grady en patiënten die zich in de kliniek melden met een stapeltje gemanipuleerde selfies, lijkt deze vervreemdingsrelatie zich voor te doen wanneer er sprake is van een spanning tussen een inlijvingsrelatie (die ik schaar onder een *Leib*-extensie) en een alteriteitsrelatie of immersierelatie (die ik beide schaar onder een *Körper*-extensie). Oftewel; er lijkt hier sprake te zijn van een spanning tussen relaties die zich kenmerken door een *Leib*-aspect (het van binnenuit beleefde zelf) en relaties die zich kenmerken door een *Körper*-aspect (het van buitenaf beleefde zelf).

4.1.3 Het identiteitsaspect van de selfie

Daarmee zijn we aangekomen bij het derde deel van deze verkennende analyse van de selfie, waarbij nu ten slotte de aandacht wordt gericht op het identiteitsaspect van de selfie. De in de vorige paragraaf genoemde vervreemdende kenmerken van de digitale selfie hebben te maken met de mediumspecifieke aspecten van dergelijke digitale zelfportretten. Sommige fotografiewetenschappers beschouwen selfies als een onderdeel van een ontwikkeling naar visuele ‘non-representatie’ (zie bijvoorbeeld Lasen and Gomez Cruz 2009; Lister 2013; Nightingale 2007). Gomez Cruz en Meyer (2012) spreken zelfs van een nieuw hoofdstuk in de geschiedenis van fotografie. Het medium van de digitale selfie, dat verspreiding, opslag en manipulatie makkelijk maakt, geeft de selfie een geheel eigen, mediumspecifiek karakter, dat zich nog niet eerder in de geschiedenis van de fotografie heeft voorgedaan. De selfie representeert zijn fotosubject niet zozeer, maar ‘genereert’ het veeleer (Gomez Cruz and Thornham 2015, 6). De selfie brengt zo een eigen scala aan ‘dubbelgangersrelaties’ met zich mee, die zich – het duidelijkst in het geval van ‘selfie dysmorphia’ – kenmerken door een mens-techniek-zelf vervreemdingsrelatie. Het door mij geconstrueerde multimodale model van de selfie, biedt de concepten en het vocabulaire om deze vervreemding in dit laatste deel van een verkenning van de ‘selfie’ nader te duiden.

In 3.4 betoogde ik dat we in het geval van een digitale dubbelganger net zoals bij de logische categorie van de (numerieke) ‘identiteit’ een onderscheid kunnen maken tussen een *kwalitatieve* en *kwantitatieve* gelijkenis. Passen we dit principe toe op de selfie, dan zouden we kunnen stellen dat er in het geval van zo’n digitaal zelfportret sprake is van een ‘kwalitatieve identiteit’. Logisch gezien val je niet samen met je selfie. Er is immers – net als bij identieke tweelingen – geen sprake van een kwantitatieve identiteit, maar wel van een opvallende kwalitatieve gelijkenis tussen jezelf en het afgebeelde. Die gelijkenis maakt dat de excentrisch gepositioneerde mens zich kan identificeren met de selfie: dat ben ik. Bij de selfie lijkt er echter nog meer aan de hand. Eerder benoemde ik al hoe Lacan’s spiegelbeeld, hoewel een kwalitatieve identiteit die zich kenmerkt door een grote gelijkenis en herkenning, toch ook een *bijna Leib*-ervaring in zich kan dragen omdat je je eigen lijf beleeft, synchroon met de bewegingen van het geëncorporeerde spiegelbeeld.³⁴ Een selfie kenmerkt zich weliswaar niet door die synchroniciteit – het is immers een (volhardende) momentopname – maar een dergelijke zelfuitdrukking blijkt wel degelijk eveneens een *Leib*-aspect te bezitten. In dit geval heeft dit met name van doen met het eerdergenoemde, van binnenuit beleefde ‘Ideaal-ik’ en de mogelijkheden die de door een sterke manipuleerbaarheid gekenmerkte selfie biedt om die zelf-fantasieën concreet te maken. Daarom is er ook hier een mate van ‘zelf-controle’ aanwezig, die de selfie maakt tot een intiem object van zelfexpressie – de binnenwereld treedt naar buiten. In voorafgaande sectie betoogde ik om die reden dat er zich in het geval van de selfie een *inlijvingsrelatie* voor kan doen, die we kunnen scharen onder de categorie van de ‘*Leib*-extensie’ (4.1.2.3). De als kwantitatief ervaren (d.w.z. fenomenologische) identificatie die zich in het geval van een mens-techniek-zelf inlijvingsrelatie voor kan doen is echter in werkelijkheid (ontologisch gezien)

³⁴ Experimenten door breinactiviteit aangestuurde androïde robothand toonden aan dat de geëncorporeerde hand zozeer onderdeel werd van de *Leib*-ervaring (d.w.z. geëncorporeerd werd), dat een onverwachte prik met een injectienaald in de robothand een zowel psychologische als fysiologische pijnreactie bij de proefpersoon opriep (Alimardani, Nishio and Ishiguro 2013). Dit experiment laat zien dat er geen werkelijk contact tussen de hand van de proefpersoon en de injectienaald hoeft plaats te vinden om een tactiele ervaring in hem op te roepen (zie noot 31)

illusionair (3.4), omdat een persoon nu eenmaal niet samenvalt met zijn selfie. Deze biedt nooit een ultiem 'thuis' (3.2.1). Dit resulteert in zichzelf nog niet in een unheimliche vervreemding, maar het is wel de mogelijksvoorwaarde voor een dergelijke vervreemding; deze doet zich voor wanneer het illusionaire karakter van de kwantitatieve identificatie ineens zichtbaar (en voelbaar) wordt, bijvoorbeeld (zoals O'Grady vertelde in het interview in *The Morning*) omdat een ander je erop wijst dat je in het geheel niet op je selfies lijkt. De *Leib*-ervaring (inlijvingservaring) wordt dan doorbroken en de in de selfie besloten mens-techniek-zelf relatie kan zich ineens unheimlich voordoen, omdat de selfie-maker dan ineens wordt geconfronteerd met de mistige, maar desalniettemin onoverkomelijke kloof tussen de (*Körper*-)realiteit en (*Leib*-)fantasie.

Met behulp van de door mij geconstrueerde multifocale lens kunnen we nu meer gedetailleerd in beeld brengen hoe het mediale unheimliche zich kan voordoen in het mediumdispositief 'selfie' en in de daarin optredende mens-techniek-zelf relaties. Laat me hier nogmaals benadrukken dat dit *aspecten* zijn van, of perspectieven op, één en hetzelfde fenomeen. Er bestaat dan ook enige overlap tussen deze verschillende aspecten van de selfie. De verschillende aspecten helpen ons evenwel onderscheiden mediumspecifieke kenmerken van de unheimliche ervaring te ontwaren. Aan de hand van de vijf kenmerken van het (mediale) unheimliche – (on)vertrouwdheid, verlies van controle, het zichtbaar worden van het onzichtbare, onwillekeurige herhaling en een vervaging tussen realiteit en fantasie, in combinatie met de drie variabelen – volhardendheid, toegankelijkheid en manipuleerbaarheid – als *focale dimensies* is het mogelijk om het mediumspecifieke unheimliche van de selfie nader in kaart te brengen.

4.1.3.1 Onvertrouwdheid

Het plotseling onvertrouwd worden van hetgeen dat eerst vertrouwd was, doet zich in het geval van de verschillende gevallen van (zelfverklaarde) 'selfie dysmorphia' van O'Grady en Bowman op een bijzondere manier voor: het is niet zozeer de selfie – als externe zelfuitdrukking – die een gevoel van onvertrouwdheid teweegbrengt, maar *het eigen lichaam*. Volhardendheid speelt hierbij, samen met de mate van manipuleerbaarheid, een belangrijke rol. De manipuleerbaarheid van het digitale zelfportret zorgt ervoor dat de vertrouwde verschijning van het eigen *Körper* (bijvoorbeeld in de spiegel, foto's, reflecties in een ruit) een – soms radicaal – andere vorm krijgt. Indien er sprake is van frequente productie van selfies en toepassing van filters, kan deze gemanipuleerde verschijning – zo zagen we met Rettberg – het nieuwe 'vertrouwde zelf' worden. Dit effect wordt door de volhardendheid van de digitale zelf-uitdrukking nog verder versterkt, omdat dit 'vertrouwde zelf' wordt vastgelegd in de fotogalerij op de smartphone of enig ander *device*, en/of op social media profielen op bijvoorbeeld Instagram, Snapchat, Facebook en TikTok. Toegankelijkheid speelt hierbij eveneens een – zij het minder prominente – rol. Wanneer de selfies worden gedeeld via sociale media kan het gebeuren, zoals we zagen in de O'Grady casus, dat ook de volgers vertrouwd raken met het gemanipuleerde beeld, waardoor er zich ook voor hen een discrepantie voor kan doen als ze zien dat de afgebeelde persoon er 'in het echt' anders uitziet. Dit kan zorgen voor gevoelens van onbehagen bij de persoon zelf, wanneer hij of zij hierop gewezen wordt.

4.1.3.2 Verlies van controle

Op het gebied van het ervaren van een verlies aan controle, blijkt de selfie als medium ambigu. Enerzijds kunnen we stellen dat een selfie-maker een grote controle heeft over het geproduceerde en geobjectiveerde zelf. Het is mogelijk de selfie tot in de puntjes te ensceneren en het volhardende

karakter van (digitale) fotografie zorgt er ook voor dat dit geperfectioneerde zelfbeeld bewaard kan worden en gedeeld met derden. Voor manipuleerbaarheid geldt hetzelfde; dit stelt de gebruiker in staat het zelfportret naar eigen inzicht te manipuleren tot een gewenst eindproduct. En wanneer gedeeld op social media is het opnieuw de gebruiker die tot op zekere hoogte bepaald in hoeverre de selfie toegankelijk is voor diens contacten. Er doet zich daarbij echter een spanning voor. Volhardendheid van gemanipuleerde 'ideaal-ikken' kan er op den duur toe leiden dat er een vervreemding ten opzichte van het eigen lichaam ontstaat.³⁵ De vraag is in hoeverre de gebruiker diens selfies dan nog onder controle heeft en in hoeverre de gebruiker wordt beïnvloed door diens gemanipuleerde selfies. Dit zien we in een extreme variant gebeuren bij O'Grady en Bowman, maar ook bijvoorbeeld in studies naar eetstoornissen en de rol die (gemanipuleerde) selfies daarbij kunnen spelen. En ook de toegankelijkheid voor anderen – zowel tot de gemanipuleerde zelfbeelden als het eigen vleselijke lichaam – kunnen tot een gevoel van controleverlies leiden. In de eerste plaats omdat iemand die zijn selfie via sociale media aan zijn volgers toont, zich ook kwetsbaar maakt, doordat de volgens hem hun *likes* onthouden of negatieve commentaren posten. Wanneer de volgers in hun commentaar wijzen op de discrepantie tussen de maker en zijn selfies, zal de laatstgenoemde de eigen 'naaktheid' en imperfecties weer op een andere – Mitwelt-dominante – manier ervaren. En het verlies van controle wordt nog groter wanneer de selfie door anderen wordt gemanipuleerd of tot een meme wordt gemaakt (meer daarover in de tweede casus)..

4.1.3.3 Het zichtbaar worden van wat onzichtbaar moest blijven

Van het zichtbaar worden van iets dat onzichtbaar had moeten blijven is er in het geval van de selfie niet in sterke mate sprake. Wel kunnen we stellen dat een selfie innerlijke – en als zodanig onzichtbare – zelfbeelden op manipulatieve wijze objectificeert en in meer of mindere mate volhardend en zichtbaar maakt in de buitenwereld medewereld. Dit kan, zo zagen we eerder, unheimliche gevoelens met zich meebrengen, als dit bijvoorbeeld een discrepantie tussen selfie en eigen lichaam aan het licht brengt. Je zou kunnen stellen dat een selfie bovendien in staat is door zijn gemanipuleerde karakter bepaalde onzekerheden – die normaal niet of in mindere mate toegankelijk zijn – zichtbaar te maken, voor zowel de selfie-maker als de ander. Ook dit kan een gevoel van unheimlichkeit teweegbrengen. Ten slotte stelde ik in 4.1.2.3 dat in een enkel geval de selfie als digitale dubbelganger zich als een 'quasi-ander' kan voordoen, waarbij er een *alteriteitsrelatie* optreedt in de mens-techniek-zelf ervaring – de selfie eist dan als gemanipuleerd zelfbeeld zelf alle aandacht op en in een extreem geval zoals we aantreffen bij Bowman kan dit leiden tot disfunctionaliteit van de 'originele' persoon. Vanuit het unheimliche aspect van dingen die zichtbaar worden die eigenlijk onzichtbaar hadden moeten blijven, zouden we kunnen stellen dat de selfie in dit geval tot disruptie en unheimliche gevoelens leidt, omdat het eigen *Körper*-bestaan – normaal grotendeels 'verborgen' voor de mens die de wereld en zichzelf ook deels *vanuit* zijn beleefde lijf beleefd – zo nadrukkelijk zichtbaar (en toegankelijk) wordt.

³⁵ De Japanse robotica expert Ishiguro, medeauteur van de in de vorige noot genoemde studie, is vooral bekend geworden door zijn experimenten met androïde robots die naar zijn gelijkenis zijn gemaakt. Waar de androïde kopie van Ishiguro zeer volhardend was, bleek het gezicht van zijn 'voorganger' echter zoals dat van alle sterfelijken aan veroudering onderhevig. In Kyoto gaan hardnekkige geruchten dat de nog altijd jong uitziende Ishiguro herhaaldelijk cosmetische ingrepen heeft ondergaan om op zijn androïde dubbelganger te blijven lijken (mondelijke mededeling van Jos de Mul, die Ishiguro in 2016 in zijn laboratorium bezocht).

4.1.3.4 Onwillekeurige herhalingen

Van onwillekeurige herhalingen is er in het geval van de selfie niet in sterke mate sprake. De herhaling – het steeds weer opnieuw maken van een selfie, het steeds weer delen op social media, het aannemen van dezelfde soort houdingen, gedeelde (visuele) normen die zich steeds weer voordoen – is zeker aanwezig, maar is meestal niet onwillekeurig. De volhardendheid van de afbeeldingen zorgt er wel voor dat je oude selfies steeds opnieuw kunt opzoeken of per abuis tegenkomen. Qua manipuleerbaarheid zorgt het feit dat het aantal filters op gebruikte applicaties beperkt is er voor dat er een onwillekeurige herhaling optreedt. Dit kan wellicht tot unheimliche gevoelens leiden omdat het eigen gezicht gaat lijken op dat van *anderen* (zie ook eerdergenoemde ‘Instagram Face’ (4.1.1.3)) die dezelfde applicaties gebruiken voor het produceren en delen van selfies. Qua toegankelijkheid is er mogelijk sprake van gevoelens van unheimlichkeit wanneer vergeten of verwijderde selfies toch weer de kop op steken, maar doorgaans is de herhalende handeling van selfies nemen onder controle van de selfie-maker zelf. Alleen in extreme gevallen, bijvoorbeeld wanneer een selfie door anderen wordt ‘gehackt’ en zich ontpopt tot een ongewenste internet meme, of wanneer, zoals in het geval van Bowman, die de controle verliest over zijn selfiegedrag en het nemen van selfies een dwangmatige ‘herhaling van hetzelfde’ wordt, zal het unheimliche zich in alle hevigheid voordoen.

4.1.3.5 De vervaging van realiteit en fantasie

Als mediumdispositief draagt de selfie een sterke mogelijkheid tot het vervagen van realiteit en fantasie in zich. Omdat nu juist een dergelijke vervaging een van de typerende kenmerken van het ervaren van unheimliche gevoelens is, is dit een van de kenmerken van de selfie die mogelijke ervaringen ten opzichte van deze digitale dubbelgangers reëel maakt. Dit is overigens een ander soort unheimliche vervreemding dan ik eerder beschreef in het geval dat de *discrepantie* tussen (Körper)realiteit en (*Leib*-)fantasie ineens zicht- en voelbaar wordt voor het selfie-nemende subject. Dit kenmerk van het unheimliche helpt in het geval van de selfie het unheimliche van de selfie als tastbare uitdrukking van het ingebeelde zelf in beeld te krijgen. Door de hoge mate van manipuleerbaarheid is de persoon in staat de fantasie van diens binnenwereld tot uitdrukking te brengen in de buitenwereld in de vorm van een ‘volhardende’ afbeelding van het zelf en zich hier in te ‘verliezen’. De selfie maakt de eigen binnenwereld (*Leib*) hier op mediumspecifieke wijze toegankelijk – als uitdrukking vermengt het als het ware innerlijke fantasieën en kwalitatieve beeldgelijkenis ten opzichte van het eigen lichaam (*Körper*). Het gaat hier met andere woorden om het unheimliche van de aantrekkingskracht en overredingskracht het ‘vals *Definitivum*’, vóóordat het illusionaire karakter ervan zicht- en voelbaar wordt voor de selfie-maker.

Tot zover de analyse van de selfie met behulp van de multifocale bril die ik in voorgaande hoofdstukken heb gecreëerd. Aan het einde van dit hoofdstuk zal ik terugblikken op de belangrijkste aspecten die naar voren zijn gekomen in de drie case studies. Allereerst gaan we nu door naar de volgende casus: internet memes.

4.2 INTERNET MEMES

In de tweede casus richt ik mijn multifocale lens op een tweede categorie digitale dubbelganger: de ‘internet meme’. Meer in het bijzonder zal mijn aandacht zich richten op de subcategorie van memes waarin een herkenbaar persoon de hoofdrol speelt. Literatuur over ‘memes’ dateert uit een periode

van ver voor het publieke internet. De eerste beschrijvingen van ‘memes’ treffen we al meer dan honderd jaar geleden aan. De term verwijst dan naar erfelijke eenheden van culturele informatie – met name in biologische studies die zich buigen over geheugenpersistentie in organismen (zie o.a. Semon 1924). In de jaren zestig van de vorige eeuw valt de term ook in de zogenaamde ‘diffusion of innovations’ theorie, welke de logica van verspreiding van ideeën en technologieën tracht te doorgronden (Rogers 1962). Tegenwoordig zullen mensen de term ‘meme’ waarschijnlijk eerder associëren met culturele memes, meer in het bijzonder met zogenaamde ‘internet memes’. Deze duiken op allerlei plekken op het internet op, van sociale mediawebsites en nieuwsartikelen tot aan populaire meme-gemeenschappen, maar ook in de obscure krochten en onderbuik van het internet. Het gaat hier meestal om (humoristische of humoristisch bedoelde) digitale afbeeldingen, GIF’s of video’s, al dan niet in combinatie met geluid, die door toedoen van digitale manipulatie door internetgebruikers volgens bepaalde spelregels evolueren, en die zich vaak razendsnel verspreiden door de online mediasfeer. In feite kan ieder stukje culturele informatie het onderwerp worden van een meme; een melodie, een bepaalde uitspraak, enkele beelden uit een film of televisieserie, of een willekeurige foto. Een onderzoek naar internet memes kan zich door de veelzijdigheid van dit fenomeen op veel verschillende aspecten richten. Ik zal me in het kader van mijn onderzoek naar digitale dubbelgangers hier zoals aangekondigd beperken tot de subcategorie van memes die een digitale fotografische afbeelding van een herkenbaar persoon als basis hebben. In het volgende introduceer ik allereerst enkele voorbeelden die deze subcategorie nader illustreren, waarna een analyse volgt van de wijze waarop de internet meme zich als beeld manifesteert, de wijze waarop dubbelgangerdom zich voordoet in genoemde subcategorie internet memes en hoe het mediumspectifieke unheimliche zich hier manifesteert.

4.2.1 Het beeldaspect van de internet meme

De ‘culturele meme’ zag opmerkelijk genoeg net als zijn analoge voorloper voor het eerst daglicht in de biologische wetenschappen. Een van de meest invloedrijke werken – waarnaar ook nu nog in menig onderzoek naar *internet* memes wordt verwezen – is de bestseller *The Selfish Gene* [1976] van Richard Dawkins. De evolutiebioloog oppert in dit boek dat het evolutieproces – zoals we dat kennen van o.a. Darwin – niet primair moet worden bestudeerd op het niveau van individuele organismen of populaties. In plaats daarvan dienen we het evolutieproces volgens hem te analyseren op het niveau van *genen*. Dawkins onderscheidt twee kenmerken van genen die aan het licht komen tijdens de strijd om overlev(er)ing; zelfzuchtigheid en nep-altruïsme – altruïsme dat op het niveau van genen toch niet helemaal onzelfzuchtig blijkt te zijn. Genen hebben een ‘autonoom’ karakter, ze zijn – zo stelt Dawkins in nogal antropomorfe bewoordingen – ‘zelfzuchtig’ en ‘doen’ er alles aan om deze overlevering veilig te stellen. Het zijn replicatoren die de organismen gebruiken om zichzelf voort te planten. Volgens Dawkins zijn organismen, mensen inclusief, daarom feitelijk niets meer dan ‘survival machines’ van zelfzuchtige genen (Dawkins 2006, 21). Genen planten zich voort door zichzelf te kopiëren. Daarbij zien we dat zich daarbij voortdurend mutaties – kleine kopieerfoutjes – voordoen. De variaties die het beste aangepast zijn aan de omgeving overleven, de ‘onaangepasten’ sterven uit. Dit proces duidt Dawkins – in navolging van Darwin, die het voor het eerst beschreef in *The Origin of Species by Means of Natural Selection, or the Preservation of Favoured Races in the Struggle for Life* [1959], als “natuurlijke selectie” (Darwin 2009).

Hoewel *The Selfish Gene* primair een biologisch boek is waarin de gehele evolutie van het leven wordt gereduceerd tot het gedrag van zelfzuchtige genen, past Dawkins zijn genetische verklaringsmodel in

het laatste hoofdstuk van zijn boek op verrassende wijze ook toe op culturele overdracht. Daarmee levert hij een “substantial evolutionary model of cultural development and change grounded in the replications of ideas, knowledge, and other cultural information through imitation and transfer” (Knobel and Lankshear 2007: 200). De cultuur is volgens Dawkins net als de natuur een soort van ‘soep’ vol erfelijke eigenschappen (Dawkins 2006, 192). Hier vormen echter niet de biologische genen de replicatoren, maar culturele *genes* ofwel *memes* (Dawkins 2006, 192). Het woord *meme* is een verkorte schrijfwijze van het Griekse μίμημα (*mīmēma*) ‘nabootsing’, ‘imitatie, zoals ook het Franse *même* (hetzelfde) dat is. Als voorbeelden noemt hij onder meer melodieën, ideeën, stopwoorden, haardracht, kleding- en bouwstijlen. Volgens Dawkins geschiedt culturele overdracht nu volgens dezelfde mechanismen als genetische overdracht. Ook bij het kopiëren van memes doen zich voortdurend kleine veranderingen voor, waarbij sommigen varianten zich verder ontwikkelen en andere in ‘de strijd om het bestaan’ ten onder gaan.

Memos vermenigvuldigen ‘zichzelf’ door van het ene brein naar het andere brein over te springen, of van de ene computer naar de andere (vgl. Blackmore 1999, 2001). Dawkins noemt als voorbeeld van een succesvolle meme de idee ‘God’ (Dawkins 2006, 193). We weten niet precies waar dit idee is ontstaan, maar duidelijk is dat het zich verspreidt door geschreven woord, muziek, kunst, etc. Het oefent blijkbaar een grote aantrekkingskracht uit op individuen, allicht omdat het een antwoord geeft op moeilijke levensvragen. Deze aantrekkingskracht – en daardoor grootschalige verspreiding – maakt het een ‘sterke’ meme met een grote overlevingskans. Omdat het menselijk brein zich niet op veel dingen tegelijk kan concentreren, gelden verschillende memes als rivalen van elkaar. Dit is goed zichtbaar in onze zich voortdurend versnellende internetcultuur, waarin bijvoorbeeld nieuwsberichten zich in een rap tempo afwisselen en de term ‘yesterday’s news’ nu vaak al opgaat voor het nieuws van slechts enkele uren geleden. De overlevingskans van memes wordt dan ook vergroot als ze complexe netwerken vormen die maakt dat ze samenhangen met andere memes. Zo bestaat er naast het idee ‘God’ bijvoorbeeld ook het idee ‘hiernamaals’, en deze beide memes ondersteunen en versterken elkaar.

Als we nu de blik werpen op *internet* memes, dan valt op dat ze vaak een visuele component bezitten. Een internet meme combineert verschillende elementen uit de culturele (digitale) ‘oersoep’ en evolueert doordat de liefhebbers die de memes maken en online delen, daar telkens nieuwe elementen aan toevoegen of andere elementen worden weggelaten. Afbeeldingen maken veelvuldig onderdeel uit van deze (re)combinaties van culturele ‘erfelijke eigenschappen’. Hoewel het lastig is een constante te vinden in de vele soorten memes die er zijn, delen de uiteenlopende soorten en genres van internetmemes volgens Limor Shifman drie karakteristieken. We kunnen de internet meme volgens hem definiëren als een groep van digitale items die “(a) share common characteristics of content, form, and/or stance; (b) are created with awareness of each other; and (c) are circulated, imitated, and transformed via the internet by multiple users (Shifman 2014a). De internet meme onderscheidt zich zo op een fundamentele wijze af van de ‘originele’ memes van Dawkins volgens Shifman, in die zin dat het volgens hem nu niet meer gaat om een ‘single cultural unit’, maar om ‘content units’. Het verschil zit hem wat dat betreft in de omvang en veelvoudigheid van de internet meme; kwam je in analoge tijden vaak in aanraking met één specifieke versie van een ‘meme’ (Shifman geeft hier het voorbeeld van iemand die je een mop vertelt op een feestje), daar kom je in het geval van de internet meme met een muisklik direct in aanraking met grote hoeveelheden versies van een bepaalde meme; “memes are now present in the public sphere not as sporadic entities, but as enormous groups of texts and images” (Shifman 2014a, 241).

Hoewel memes uit talloze 'bits and bytes' uit de culturele oersoep kunnen bestaan, maken foto's regelmatig deel uit van een internet meme. Dit kan bijvoorbeeld een persfoto zijn, maar ook kan het gebeuren dat privéfoto's het tot internet meme schoppen. Het kan dan bijvoorbeeld om een foto gaan die in de eerste instantie door een internetgebruiker zelf is gedeeld op een website of social mediaprofiel en door de toegankelijkheid van de digitale afbeelding in handen van derden terecht komt. Dankzij de manipuleerbaarheid van digitale afbeeldingen en de connectiviteit van het internet kunnen ze vervolgens eenvoudig en snel worden 'gemuteerd' en verder verspreid (1.1.3.2). Soms gebeurt het echter ook dat een privéfoto op het internet belandt zonder medeweten van de geportretteerde persoon. Ook dan kan het zomaar gebeuren dat je jezelf plotseling tegenkomt als 'meme personage'. Beroemde voorbeelden zijn Sammy 'Success Kid' Griner (oorspronkelijk een babyfoto door diens moeder op Flickr geplaatst), Kyle 'Bad Luck Brian' Craven (oorspronkelijk een jaarboekfoto van school op Reddit geplaatst door een schoolvriend), Zoe 'Disaster Kid' Roth (oorspronkelijk een familiefoto genomen tijdens een brandweeroefening en op Zoomr geplaatst door haar vader) en – om een voorbeeld buiten de westerse cultuur van dit mondiale fenomeen aan te halen – Qian Zhijun uit Shanghai, een obese tiener uit Shanghai, wiens foto in 2002 viraal ging en die wereldwijd bekend werd als *Little Fatty*.³⁶



Afb. 12 Success Kid, Bad Luck Brian, Disaster Kid

Het overkomt ook de Hongaarse, inmiddels gepensioneerde engineer András Arató. Arató neemt in de beginjaren van deze eeuw regelmatig een selfie of foto, die hij soms plaatst op zijn profielpagina op een social network website. Hij heeft een karakteristiek gezicht en fotoportretten van een vakantie op Turkije (Arató 2019a) worden opgepikt door een fotograaf, die in 2011 contact zoekt met Arató, omdat hij voor het maken van stockfoto's op zoek is naar iemand met de uitstraling en het uiterlijk van Arató. Deze is naar eigen zeggen gevleid en nieuwsgierig door het verzoek en hij besluit dan ook op de vraag van de fotograaf in te gaan. Er wordt in totaal een reeks van enkele honderden foto's gemaakt door het duo en wanneer de tevreden fotograaf vraagt of ze mogen worden ingezet als stockfoto's en uitlegt hoe dit in zijn werk gaat, geeft Arató schriftelijke toestemming voor deze toepassing van zijn afbeeldingen (idem). Enkele maanden later besluit hij, zo vertelt Arató, uit nieuwsgierigheid nog eens een Google image search uit te voeren, om vervolgens gerustgesteld vast te stellen dat hij is ingezet als "dokter" op de website van een ziekenhuis (idem). Wanneer hij enkele

³⁶ Zie de betreffende pagina's op het in 2007 gestarte 'meme-archief' *Know Your Meme*: Success Kid - <https://knowyourmeme.com/memes/success-kid-i-hate-sandcastles>, Bad Luck Brain - <https://knowyourmeme.com/memes/bad-luck-brian>, Disaster Kid - <https://knowyourmeme.com/memes/disaster-girl>, Little Fatty - <https://knowyourmeme.com/memes/little-fatty>.

maanden later nog eens eenzelfde zoekopdracht uitvoert, komt hij tot de conclusie dat de aard van het gebruik van zijn foto's anders is geworden.



Afb. 13 Twee van de originele stockfoto's die aan de basis lagen van de 'Hide the pain Harold' meme

Uit gearchiveerde online *threads* blijkt dat de oudste online aandacht voor de foto's van Arató buiten hun functie als stockfotografie eind 2011 te dateren valt. Meme-archief *Know Your Meme* noemt hier onder andere een door gebruiker 'Greenen72' gepost bericht op het online forum van *Facepunch.com*.³⁷ Op deze oudere forum-*threads* begint de nickname 'Harold' rond te zingen en ontstaat er met name aandacht voor de foto's waar Arató lachend op staat afgebeeld. Het valt forummers op dat zijn lach een komisch ongemakkelijke of pijnlijke ondertoon lijkt te hebben. Op 23 oktober 2011 ziet de Facebookpagina *Hide the pain Harold* het levenslicht. Het duurt dan nog enkele jaren voor de meme grootschalige bekendheid vergaard. In 2014 wordt er nog een Facebookpagina rondom de meme gecreëerd en wordt de meme ook opgepikt op het populaire online bulletin board *4Chan*. De thread die daar ontstaat – een collectief gefabriceerd narratief over een ongelukkige oude man die als stockfoto model werkt – wordt gedeeld op image hosting platform *Imgur* als gallery post met de titel *Hide-the-pain-harold*, die binnen drie weken bijna een miljoen keer wordt bekeken en wordt opgepikt door een Youtuber, die de thread weer via dat platform verder verspreidt. Vanaf dat moment duikt 'Hide-the-pain-Harold' online overal op en wordt hij een bekend gezicht in de 'memesphere'. Anno 2022 levert een zoekopdracht naar 'Hide-the-pain-Harold' een slordige vier miljoen resultaten op – tevens een goede demonstratie van Boyds punt dat kenmerkend voor de toegankelijkheid van digitale informatie niet enkel de persistentie en connectiviteit van deze informatie van belang is, maar ook de *doorzoekbaarheid* (1.2.1.2).

Op 3 maart 2016 treedt Arató in een poging de regie over zijn groeiend aantal digitale dubbelgangers te verkrijgen voor het eerst in het voetlicht, door op het Russisch social media netwerk VK een foto van zichzelf te uploaden met een verklaring dat een stockfoto van hem ten grondslag ligt aan de meme-sensatie 'Harold' (Arató 2019a). Het bericht wordt opgepikt en ook buiten dit netwerk gedeeld. Online meme-archief *Know Your Meme* traceert het eerste bericht buiten VK terug tot Reddit-gebruiker 'The_Shreckoning', die de identiteit van Arató deelt op de subreddit '/r/youdontsurf'. Al snel

³⁷ Zie <https://knowyourmeme.com/memes/hide-the-pain-harold>. De geschiedenis van de 'Hide the pain, Harold' meme in deze en de volgende alinea is gebaseerd op deze pagina van de Know Your Meme website.

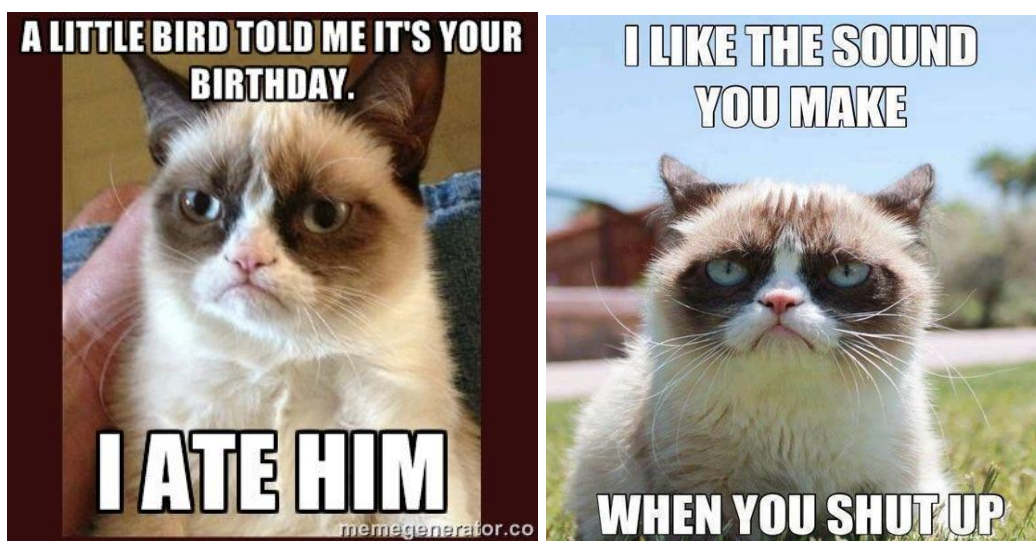
verspreidt het nieuws zich via talloze aan 'Hide the pain Harold' gewijde Facebookgroepen en YouTube kanalen – als een vuurtje. In 2019 geeft Arató een TEDx presentatie in Kiev, waarin hij praat over zijn ervaringen als vleesgeworden 'meme'. Hij blijkt al in een vroeg stadium van de meme-ontwikkeling in de gaten te hebben dat zijn foto's ook buiten de context van stock-fotografie – waarvoor hij zijn toestemming had gegeven – op in internet beginnen te circuleren, bijvoorbeeld op grappig bedoelde websites, waar zijn afbeelding werd ingezet om komische content te maken. Hij ervoer dit als onprettig en vond de humor waarin zijn beeltenis een belangrijke rol speelde lang niet altijd grappig (Arató 2019a). Bekend met de werkwijze van het internet, had hij toen echter al door dat een poging om dergelijke websites te laten sluiten een gevecht tegen de bierkaai zou betekenen – de foto's circuleerden nu eenmaal al en zouden elders weer gewoon opnieuw kunnen opduiken. De presentatie werd door TEDx op hun YouTube-kanaal geplaatst op 25 juni 2019 en is inmiddels bijna acht miljoen keer bekeken (Arató 2019a). In 2020 verscheen er een interview met Arató op *Know Your Meme* als onderdeel van een reeks waarin het online platform en meme-archief 'tot meme geworden' mensen interviewt (Know Your Meme 2020). Hierin vertelt hij hoe hij tot meme werd en hoe hij uiteindelijk, na een eerste gevoel van onbehagen, 'Harold' heeft weten te omarmen en deel heeft gemaakt van zijn eigen offline identiteit. Inmiddels heeft hij dankzij 'Harold' onder andere in een muziekvideo en diverse (reclame)filmpjes gespeeld en reist hij de wereld rond. Zijn casus laat zien dat memes veelal niet beperkt blijven tot de online omgeving van het internet, maar zich ook rap verspreiden via reclame, popcultuur en massamedia. Een goed voorbeeld van de omstandigheid dat in onze huidige onlife wereld de online en offline sferen nauw verstrengeld zijn geraakt (0.4). Om inzicht te krijgen in de dubbelgangerverhouding die we in het geval van 'Hide the pain Harold' (en soortgelijke casussen) aantreffen, buigen we ons allereerst weer over een analyse van de internet meme als 'beeld', gebruikmakend van de door Mitchell onderscheiden leden van de beeldfamilie.

4.2.1.1 Afbeelding

Als *afbeelding* verwijst de internet meme naar diens nabootsende functie. In het geval van de internet meme, is het medium – net als in het geval van de selfie – een uit pixels bestaande digitale afbeelding. Waar het echter in het geval van de selfie een fotografische afbeelding van een persoon betreft en de gelijkenis slaat op de wijze waarop de fotografische nabootsing – de verzameling pixels – lijkt op diens origineel, daar blijkt dat met een internet meme waarin een herkenbaar persoon figureert gecompliceerder te liggen. In geval van een internet meme waarin een herkenbaar persoon is afgebeeld, is er namelijk wel sprake van een 'verticale gelijkenis' tussen de persoon en diens digitale afbeelding, maar er is ook sprake van een 'horizontale gelijkenis' tussen de meme en zijn meer of minder gemuteerde of gerecombineerde kopieën. De gelijkenis tussen afbeelding en het afgebeelde kan van belang zijn voor het succes van een internet meme – bijvoorbeeld als het gaat om de (bewerkte) digitale beeltenis van een bekende politicus of popster – maar ook de boodschap en de spelregels van de internet meme *zelf* spelen hierbij een grote rol. In het geval van de memes die gebruikmaken van de afbeeldingen van Arató is het met andere woorden niet Arató zélf die in de eerste instantie bijdraagt aan de populariteit van de meme, maar het is – door anderen in het leven geroepen – alter ego 'Harold' die hier van belang is. En het succes hangt ook in sterke mate af van de 'spelregels' die zorgen voor verdere mutatie en verspreiding van de meme.

Internet memes zijn in de eerste instantie *geremixte* afbeeldingen en video's die participatie van internetgebruikers uitlokken om zo de creatie van variaties te bewerkstelligen, volgens een aantal informele spelregels die per meme verschillen. Zij zijn hierdoor een exemplarisch voorbeeld van de

interactieve en participatieve mediacultuur (1.1.3.2). Ze liggen verankerd in de visuele mediacultuur en hebben een hoog 'bricolage' karakter; diverse elementen uit de cultuur worden zodanig hergebruikt en met elkaar vermengd dat een lachwekkend of spottend effect het gevolg is (Kuipers 2005, 80). Dit gebeurt volgens een *mimicry and remix* principe; nabootsing en digitale (re)combinatie (Shifman 2014b, 20). Een bekend voorbeeld hiervan is de 'Grumpy Cat' meme.³⁸ De meme is gebaseerd op foto's (en later ook video's) van een poes met een genetische afwijking – haar gezichtsspieren zijn aangetast door dwerggroei, waardoor de poes een komisch 'boos' voorkomen heeft – en wiens beeltenis door haar baasjes op sociale media is gedeeld. Door haar chagrijnige voorkomen vallen de digitale foto's van de kat internetgebruikers al snel op, en de foto's verspreiden zich online. De poes krijgt de naam 'Grumpy Cat' toebedeeld. De eerste memes ontstaan door toevoeging van tekst aan foto's van de kat, met als spelregel dat de tekst past bij het 'grumpy' karakter van de kat.



Afb. 14 'Grumpy cat'

Deze internetmeme laat zich door deze breed toepasbare en simpele spelregel goed combineren met andere culturele memes (zoals 'kerstmis' of 'Valentijnsdag'), hetgeen – in lijn met Dawkins hypothese – zijn verspreiding en levensduur vergroot.



Afb.15 Nog twee variaties van de 'Grumpy cat'

³⁸ Zie <https://knowyourmeme.com/memes/grumpy-cat>

Internet memes die zich baseren op een (digitale/gedigitaliseerde) foto maken een niche uit in de memesphere. Shifman onderscheid drie verschillende categorieën binnen deze meme-niche: *photoshops*, *stock character macros* en *photo fads*:

Reaction Photoshops are collections of edited images created in response to a small set of prominent photographs, which may be labeled memetic photos. Such photos feature politicians (e.g. 'The Situation Room', 'Floating Chinese Government Officials'), celebrities ('Sad Keanu', 'Strutting Leo'), and 'ordinary people' ('Disaster Girl', 'Frowning Flower Girl'). Stock character macros are image macros (images superimposed with text) that refer to a set of stock characters representing stereotypical behaviors (Knuttila, 2012; Milner, 2013). For example, 'Sheltering Suburban Mom' is a conservative hypocrite who preaches one thing and practices another, and 'High Expectations Asian Father' over-pushes his children to succeed academically [...] Photo fads are staged photos of people who imitate specific positions in various settings. For instance, 'Planking' involves lying face down with one's arms by one's side in unusual settings, and 'Heads in Freezers' involves sticking one's head in a freezer [...]. (Shifman 2014a, 343)

Deze verschillende typen memes onderscheiden zich door de vormen die ze aannemen. *Reaction photoshop* memes bestaan bijvoorbeeld vaak uit gefotoshopte en ge(re)combineerde beelden), *stock character macros* uit foto's met een onderschrift en *photo fads* zijn vaak niet geëdit. Ook nodigen ze meme-makers uit tot andersoortige creaties; in het geval van *reaction photoshops* tot het editen en (re)combineren van bestaande foto's en andere soorten afbeeldingen, in het geval van *stock character macros* ligt de nadruk vooral op de tekst in vorm van toegevoegde *captions* en in geval van *photo fads* treedt de maker (of een vriend(in) vaak zelf op als performer (Shifman 2014a, 343). Shifman laat zien dat foto's sinds de begindagen van de internet meme een veelgebruikt 'oud' medium zijn, die zich gedigitaliseerd prima laten lenen voor recombineerbaarheid. Daarbij benadrukt hij dat ook analoge fotografie altijd al een zekere mate van manipulatie met zich mee heeft gebracht en daarom nooit een 'zuivere' representatie van de waarheid betrof. Je zou echter wel kunnen stellen dat er sprake is van een discourse en 'retoriek' van waarheid, die fotografie vanaf het begin heeft omgeven (idem) – wat bijvoorbeeld gereflecteerd wordt in uitspraken als 'een foto zegt meer dan duizend woorden' of – het meer recente – 'pics or it didn't happen!'. De indexicale relatie van de foto tot de wereld – waar Barthes over spreekt (1.3.2.2) – hield die 'fictie' van fotografie al representatie van de waarheid lange tijd in stand. Shifman betoogt dat de opkomst van digitale fotografie en de digitale technologieën die in staat stellen het beeld zonder sporen van manipulatie aan te passen de, toch al fragiele, band tussen foto en waarheid heeft geproblematiseerd (idem). Met Mitchell oppert Shifman dat digitale fotografie in het algemeen, en internet memes in het bijzonder, de 'fictie' van fotografie als zijnde objectief en een direct 'window on the world' deconstrueren. (Shifman 2014a, 344). Hij gooit zelfs de these op dat een dergelijke deconstructie in feite de *kern* vormt van de op foto's gebaseerde internet memes. Alle drie hierboven genoemde 'genres' binnen deze meme-niche kenmerken zich volgens hem door *hypersignificatie* – een term die binnen media studies in de eerste instantie werd ingezet om een omslag in de productie van reclames te benoemen. De reclamewereld reageerde begin 21^e eeuw op het groeiende consumenten-cynisme door in reclames openlijk de gekunsteldheid van hun eigen industrie te benadrukken – hypersignificatie wijst dan naar het als het ware 'blootleggen; van de onderliggende culturele code en wordt zelf een teken (idem).

In het geval van de 'Harold' meme waarin Arató's beeltenis een rol speelt, is er sprake van wat Shifman een *reaction photoshop* type foto-meme noemt. In het geval van dit type meme, neemt

hypersignificatie volgens hem een specifieke vorm aan in de vorm van het benadrukken van het geconstrueerde of geënceneerde karakter van onze gemedieerde werkelijkheden (idem). Dat wil zeggen dat juist foto's waarvan het 'authenticiteitsgehalte' door het beeld zelf al openlijk bevraagd wordt, vaak door middel van een incongruentie in het beeld, aantrekkelijke voedingsbodem zijn voor dit type meme. In het geval van 'Hide the Pain Harold' zien we dit principe terug in het feit dat de basis voor deze meme de stockfoto's van Arató betrof, een fotogenre dat zich kenmerkt door de hoge mate van enscenering. De incongruentie komt in dit geval voort uit het (door toeschouwers van de foto ervaarde) discongruentie tussen de brede lach van Arató op veel van de stockfoto's en het gegeven dat zijn ogen eerder discomfort of zelfs pijn lijken uit te drukken. Dit maakt het gekunstelde karakter van de stockfoto's – die op zichzelf al een hoge mate van absurditeit en onoprechtheid bezitten – op komische wijze nog duidelijker. Het is volgens Shifman deze 'inauthenticiteit' en incongruentie die uitnodigt voor een stroom van afgeleide afbeeldingen, waarin er met deze incongruentie wordt gespeeld (Shifman 2014a, 346). Door deze nadruk op inauthenticiteit van het beeld wordt het indexicale karakter van de foto aan de kaak gesteld en verdwijnt de daadwerkelijke band die de foto alsnog heeft met het afgebeelde naar de achtergrond. Voor de meme-maker lijkt de afgebeelde persoon met andere woorden naar de achtergrond te verdwijnen, ten gunste van de nadruk die komt te liggen op de inauthenticiteit en manipuleerbaarheid van het beeld. Dat neemt echter niet weg dat deze band wél blijft bestaan!

Hoewel internet memes waarin een herkenbaar persoon afgebeeld is meestal een digitale foto – zoals we eerder zagen bestaande uit een raster van pixels met elk een eigen kleurcode – als basis hebben, kenmerken ze zich doordat die foto's (vaak in sterke mate) zijn gemanipuleerd en digitaal gerecombineerd met andere beelden. Ze vormen zo een *hyperrealiteit* (zie 1.2.2.1). In het geval van een internet meme als 'Hide the pain Harold' komt de ambiguïteit en hyperreële aspect van de afbeelding bijvoorbeeld tot uitdrukking in gefotoshopte varianten, waarbij het gezicht van Arató in andere afbeeldingen en foto's wordt gefotoshopt. Enerzijds verwijst de afbeelding door de kwalitatieve gelijkenis tussen Arató en diens afgebeelde gezicht nog steeds naar hem en representeert een meme waarin hij een rol speelt hem als zodanig. Anderzijds neemt het nieuw geconstrueerde beeld ook voor een belangrijk deel de plaats van het afgebeelde in (zie 1.2.2.1). De ambiguïteit is hier bovendien gelegen in het gegeven dat het beeld het afgebeelde subject niet *als zodanig* representeert, maar hem een nieuwe betekenis geeft. In die zin roept de meme dan, middels afbeelding van het gezicht van Arató, een 'op zichzelf staande' persona op, in dit geval 'Harold'. De verschillende 'Hide the pain Harold' memes verwijzen dus gelijktijdig naar Arató – als afgebeelde persoon – maar tegelijkertijd naar het persona én naar elkaar. Doordat Arató op 'lichamelijke' wijze deel uitmaakt van zijn online persona 'Harold', ontstaat er een vreemd *onlife* 'Being John Malkovich'-effect. Online in de vorm van een groeiend aantal digitale dubbelgangers in de vorm van memes. Maar offline evenzeer, zodra de memes dusdanige bekendheid hebben gekregen dat de afgebeelde persoon, in dit geval Arató, ook offline op straat in hoedanigheid van *Harold* wordt herkend en aangesproken (Arató 2019a). 'Harold' toont zich dan een digitale identieke tweeling, die – net als bij echte identieke tweelingen – er een eigen 'leven' op lijkt na te houden (1.3.1.1). Deze dubbelzijdige gelijkenis – tussen afbeelding en het afgebeelde (de memes tonen ondanks hun gemanipuleerde karakter nog steeds gelijkenis met het gelaat van Arató) en tussen afbeelding (iedere versie van 'Harold' verwijst ook weer naar alle andere versies van de internet meme) zorgt voor een complex netwerk van betekenissen, waarbij het 'origineel' (de persoon Arató) door het bestaan van deze digitale dubbelgangers zelf óók nieuwe betekenis krijgt door zijn lichamelijke gelijkenis met 'Harold'.



When all ur friends are talking about all the jobs they applied for online and u just finished a survey to find out what type of bread u are

when you leave things for tomorrow and tomorrow arrives



Afb. 16 Voorbeelden van 'Hide the pain Harold' memes

Het succes van een meme hangt samen met dat van zijn reproducties; de waarde van een internet meme is met andere woorden niet gelegen in de uniciteit en cultuurwaarde van het beeld, maar in plaats daarvan verkrijgt de internet meme waarde door diens '(digitaal-mechanische' reproduceerbaarheid en de bijkomende *tentoonstellingswaarde* (1.1.2.1), als ook – als digitaal *recombineerbaar* object – door zijn manipulatiewaarde (1.1.3.2). Benjamin's notie van de tentoonstellingswaarde van het massale beeld laat zich op een mooie wijze rijmen met de 'memetica' van Dawkins: hoe massaler de meme, hoe groter diens tentoonstellingswaarde en des te 'succesvoller' diens overlevering. Tegen deze massale reproductie blijkt het moeilijk strijden, een inzicht dat Arató als 'man-made-meme' deelt in zijn TEDx presentatie. In eerste instantie is hij geschokt als hij ontdekt hoe omvangrijk 'Harold' is geworden en is zijn eerste gedachte naar eigen zeggen "let's finish this. Let's dissapear everything" (Arató 2019a), een uitspraak die de wens lijkt uit te spreken de digitale dubbelgangers geheel te doen verdwijnen. Maar hij vertelt hoe hij al snel tot de conclusie komt dat dit een futiel verlangen is. "My initial reaction was that I wanted to withdraw all the pictures. However, this was not possible because I had previously agreed in writing to the use of

the images. Of course, the memes were not made legally, as the meme-makers did not buy the copyright to publish and did not follow my restrictions” (Know Your Meme 2020). Het is duidelijk dat de ‘meme-community’ andere waarden en normen hanteert dan de werkomgeving waarbinnen de stockfoto’s die aan de memes ten grondslag liggen in eerste instantie ontstonden. Arató zou websites en platforms waarom de memes gedeeld worden kunnen aanvechten, maar – zo ziet hij zelf ook in – er ontstaan waarschijnlijk zo weer nieuwe (Arató 2019b). Eenmaal online blijken de foto’s gemakkelijk te kopiëren en – mede daardoor – volhardend (1.2.1.2).

Bovendien, zo zagen we reeds, lijkt er in een tijdperk waar het ‘eindeloos’ reproduceren en distribueren van beeld de mogelijkheden voorwaarde én vormgevende factor van de huidige beeldcultuur vormt, in een bepaald opzicht een ‘omkering’ plaats te vinden van origineel en kopie. Had het ‘origineel’ in het tijdperk van het auratische beeld nog het primaat – de kopie een (inferieure) afgeleide hiervan – daar heeft de kopie in het tijdvak van mechanische reproduceerbaarheid het origineel in zekere zin verdrongen (1.1.2.1). Omdat internet memes digitale dubbelgangers zijn die we kunnen typeren als *rich media*, d.w.z. media die hoog scoren op het niveau van directe feedback, die veranderlijk en toch herkenbaar zijn, het vermogen hebben om verschillende soorten prikkels (symbolen, menselijke gebaren, etc.) over te brengen, talig zijn en een persoonlijke focus aanbrengen (zie 1.3.2.2), is de kans met andere woorden groter dat de identiteit van de digitale dubbelganger onwillekeurig deel uit gaat maken van de *eigen* identiteit. Omdat de dubbelgangers zozeer op de persoon die ten grondslag ligt aan diens afbeelding lijken, is het onderscheid tussen realiteit en virtualiteit lastig te maken; realiteit en kopie gaan elkaar uiteindelijk imiteren. Dit dubbelganger effect is in het geval van Arató prominent aanwezig; in een poging meer controle te krijgen over zijn digitale dubbelgangers treedt Arató zelf in het voetlicht en neemt vanaf dat moment regelmatig de rol van ‘Harold’ op zich. Zoals ik eerder deed bij de selfie, kunnen we in dit opzicht ook een succesvolle – en daarmee invloedrijke – internet meme met een herkenbaar persoon in de hoofdrol in sommige gevallen typeren als een ‘voorganger’ die een Proteus effect van ‘anticiperende zelfverbeelding’ (1.3.2.2) bewerkstelligt. Anders dan in het geval van de selfie, ligt die ‘anticiperende zelfverbeelding’ hier echter in handen van de grootschalige online ‘meme-community’. In het geval van Arató vindt ‘Harold’ een weg tot zijn identiteit als een Trojaans paard – van controle (buiten de controle in de vorm van ‘toe-eigening’ van een meme alter ego) over de dubbelgangers is dan weinig meer over. In dit geval voegt de digitale dubbelganger een vrij opdringerige extra dimensie toe aan de identiteit van Arató, waardoor de door Bayne en Maedows benoemde toch al ‘wazige’ scheidslijn tussen echt en onecht, realiteit en virtualiteit, het fysieke en het verbeelde (1.3.2.1), zo mogelijk nóg troebeler wordt.

4.2.1.2 Object

Als *object* verwijst de internet meme naar het materiële substraat van de afbeelding. De internet meme is vanuit dit perspectief gezien een digitaal bestand, maar verwijst als object ook naar de *draggers* van dit digitale bestand. Dit kan wederom gaan om bijvoorbeeld een smartphone, laptop, externe harde schijf of een *cloud service* waarop het digitale bestand kan worden opgeslagen. Afhankelijk van het type meme bestaat het ‘meme-object’ uit een digitaal audiobestand, een digitaal videobestand, of een digitale afbeelding. Veelal gaat het om digitale afbeeldingen die als JP(E)G worden opgeslagen, bewerkt en verspreid. Bewegend beeld wordt vanwege de relatief weinig ruimte die dergelijke bestanden innemen veelal opgeslagen, gedeeld en verspreid in GIF (*graphics interchange format*) bestandsformaat. Een dergelijk bestand is, net als een JP(E)G bestand, een wijze om een raster van pixels (die samen een afbeelding vormen) in digitaal formaat op te slaan. Anders

dan een JP(E)G ondersteunt een GIF-bestand niet enkel kleur en resolutie, maar ook animatie. Door compressie bieden GIF's een manier om bewegend digitaal beeld op te slaan zonder dat het bestand erg groot wordt. Dat maakt het een ideaal digitaal bestandsformaat voor het opslaan (bijvoorbeeld op smartphone, tablet of computer) en rap verspreiden van internet memes. De veranderingen die Palen en Dourish detecteren op het gebied van ruimtelijk en tijdelijke grenzen en een overlap van digitale en fysieke ruimtes (zie 3.2.2.5) worden door Manuel Castells min of meer samengevat onder de noemer "space of flows" (Castells 1996, 407ff). Hij doelt hiermee op een soort nieuwe ruimte, die interactie mogelijk maakt die niet gebonden is aan traditionele grenzen van ruimte en tijd. Deze ruimte staat niet los van de fysieke wereld, omdat deze in de eerste instantie bestaat uit een technologische infrastructuur. De *space of flows* wordt dus materieel georganiseerd (de virtuele ruimte van internet is niet mogelijk zonder de technologische infrastructuur van computers, kabels, draadloze routers, et cetera, die materiële basis van het internet vormen) en wordt gekarakteriseerd door gedeelde sociale handelingen, maar de structurele vorm is – omdat deze traditionele grenzen van ruimte en tijd overschrijdt – niet per sé gebonden aan een bepaalde fysieke locatie. Kenmerkend voor de *space of flows* is de snelheid waarmee informatiefragmenten zich globaal verspreiden over het netwerk. Dit maakt dat het internet een uitermate florissante omgeving vormt voor memes.

In de in 2006 gepubliceerde 30th Anniversary Edition van de *The Selfish Gene* heeft Dawkins een eindnoot toegevoegd onder de titel "The computers in which memes live are human brains". Hierin benoemt hij het almaar groeiende belang van computers in de verspreiding en ontwikkeling van culturele memes (althoewel hij zich hier vooral richt op *ongewenste* memes – bijvoorbeeld in de vorm van een computervirus). Hij benadrukt dat het netwerk van computers een perfect milieu vormt voor memes "to flourish and spread" (Dawkins 2006, 329). In een van de laatste hoofdstukken van haar boek *The Meme Machine* (1999) onderzoekt Susan Blackmore, voortbouwend op het framework dat Dawkins reeds had geconstrueerd op het gebied van 'memes', wat een *internet* meme kenmerkt. Blackmore schrijft dat we in lijn met Dawkins zouden kunnen stellen dat memes het internet hebben 'gecreëerd' om hun eigen replicatie (en daarmee overlevering) veilig te stellen; ze strijden voortdurend met elkaar om menselijke aandacht en "if memes can get copied they will, and the Internet copies lots of memes" (Blackmore 1990, 217). In de ban van Dawkins' reductionistische kijk op de evolutie schrijft Blackmore overdreven veel *agency* en *autonomie* toe aan digitale bestandjes en het internet. Ze lijkt te miskennen dat mensen een cruciale rol spelen in het bedenken, kopiëren en verspreiden van memes. Dat is niet mogelijk zonder menselijke creativiteit, niet alleen met betrekking tot de memes, maar ook bij het ontwerpen en onderhouden van de hard- en software van de aan memes gewijde social media platformen. Bovendien geldt: hoe meer aandacht mensen hebben voor een bepaalde meme, hoe groter diens overlevingskans. Met name memes die iets te maken hebben met seks, voedsel of geweld, zo merkt Blackmore zelf op, oefenen een grote aantrekkingskracht uit op de mens en daarmee een grotere overlevingskans (Blackmore 1990, 217). Met Plessner kunnen we stellen dat internet memes en de daarvoor benodigde technologische infrastructuur weliswaar een schepping zijn van de menselijke verbeelding, maar dat ze, eenmaal in het leven geroepen, op hun beurt mensen beïnvloeden. Mensen zijn immers de scheppers, maar niet de beheersers van technologieën (2.1.5.2). In evolutionaire termen gevat zou je kunnen zeggen dat er hier veeleer sprake is van een co-evolutie van mensen en memes. Dat is althans het inzicht waartoe Blackmore tien jaar later zelf komt in een samen met twee collega's geschreven artikel 'On meme – gene coevolution' (Bull, Holland and Blackmore 2000). Of misschien moeten we hier zeggen: een co-evolutie van memes, internet en mensen. Want met de internet memes ontstonden immers ook al

snel de speciale platforms – de aan memes gewijde Facebookpagina, memes archieven en Youtube-kanalen. Tezamen vormen mensen, memes en het internet een ‘memosphere’ waarbinnen de evolutie van de memes – zoals Bull, Holland en Blackmore in genoemd artikel opmerken – veel sneller evolueert dan die van hun biologische ‘twins’, de menselijke genen, die de memetische evolutie maar nauwelijks kunnen ‘bijbenen’.³⁹

4.2.1.3 Medium

Als *medium* verwijst de internet meme, zoals het slot van de vorige paragraaf al duidelijk maakte, naar een verzameling van materiële en niet-materiële praktijken en omstandigheden die een afbeelding verbinden aan een object om zo een afbeelding te *produceren*. Naast materiële praktijken – het gebruik van computers en beeldbewerkingssoftware bijvoorbeeld, en sociale media en platforms om ze te verspreiden, behoren ook ‘spelregels’ die internet memes vergezellen en het gebruik van specifieke codes en uitdrukkingen daartoe. De internet meme als medium verwijst zo naar meer dan alleen de hardware die in staat stelt een nabootsend object te maken. Waar de selfie in de eerste instantie kan worden geduid als een ‘zelfportret’ waarbij het *uitdrukken* van (een aspect van) de eigen identiteit een belangrijke rol speelt, daar kenmerken internet memes zich in hoge mate door een *communicatieaspect* (Shifman 2014a, 6). Ze zijn een smeermiddel voor gemeenschappen en hebben daarmee in hoge mate te maken met ‘groepsidentiteit’ en het vormen van sociale verbonden. Het communicatieaspect ligt besloten in informatiecodes en representatieve beelden die mensen gebruiken om zichzelf en anderen te informeren en waarmee de huidige samenleving steeds meer wordt vormgegeven. In een elektronisch tijdperk waarin de hoeveelheid prikkels en informatiestromen enkel maar lijken toe te nemen, is symbolisme *key*. Geschreven lappen tekst maken hierbij – bijvoorbeeld op nieuwssites en social media – daarom vaak plaats voor beeld (in hoofdstuk 1 bleek dit immers al een perfecte aandachtstrekker), soms aangevuld met korte en bondige tekst. Internet memes illustreren deze tendens.

Ook sociale conventies en online gemeenschappen waar internet memes welig tieren – zoals 4Chan, 9GAG en Reddit – horen bij de internet meme als medium, zo illustreerde de korte evolutie van ‘Hide the Pain Harold’ reeds. 4Chan, bijvoorbeeld, is een van de websites waar veel memes voor het eerst het digitale daglicht zien. De website werd in 2003 gecreëerd door Christopher Poole, dan nog een tiener. Hij ontwierp zijn ‘image board’ (online forum dat gebruikers in staat stelt tekst en beeld te uploaden) naar een evenbeeld van de Japanse website 2Chan. Poole vond met name de grote laagdrempeligheid van participatie (hetzij in de vorm van een thread, hetzij in de vorm van een comment) op dat online forum erg aantrekkelijk. 2Chan vereist geen enkele vorm van registratie. Reageren op *posts* kan dus direct, zonder eerst gegevens af te moeten afstaan. Een profiel is optioneel, maar niet nodig om bij de berichten op de website te kunnen. Het merendeel van alle

³⁹ Dat geldt overigens niet voor alle organismen. Bacteriën en virussen muteren door hun bijzonder snelle ‘verticale’ reproductie – onder gunstige omstandigheden iedere 20 minuten – en het feit dat ze onderling ook ‘horizontaal’ veel genetisch elementen uitwisselen, in vergelijking met complexe meercellige wezens als de mens, razend snel. Een enkel virus kan, nadat het een gastheercel is binnengedrongen, in 48 uur honderdduizenden nakomelingen voortbrengen. Het is daarom dat de eveneens razendsnelle verspreiding van memes op het internet ook wel – metaforisch – ‘viraal’ wordt genoemd en we ook spreken van computervirussen, in geval van kwaadaardige stukjes software die zich op het internet zeer snel kunnen verspreiden en andere software kunnen infecteren en daarbij uiteenlopende vormen van schade kunnen veroorzaken.

berichten op de website wordt dan ook anoniem gepost. Poole ontwierp zijn volgens hetzelfde principe. Ook op zijn website is het makkelijk zonder enige vorm van registratie onder de vaste profielnaam 'anonymous' content op de website te plaatsen, in de vorm van beeld en tekst. Het principe blijkt aan te slaan en de populariteit van de website groeide snel (Bernstein et al. 2011, 52). In 2020 bezoekt de online 4Chan gemeenschap de website bijna 680 miljoen per maand (DRM 2020). Hoewel een profiel aanmaken met een eigen gebruikersnaam mogelijk is, wordt ook op deze Westerse variant grootschalig – zo'n 9 procent van alle berichten (Dibbell 2010) – anoniem gepost. Alle geplaatste berichten zijn ook nog eens een zeer kort leven beschoren. 4Chan maakt namelijk geen gebruik van archivering en oude berichten worden dan ook automatisch verwijderd als er ruimte nodig is. Gezien de grote alledaagse upload-stroom gebeurt dit dagelijks. Hoewel dit mechanisme in de eerste plaats bestaat om kosten te vermijden, stelt Poole in een interview zelf dat deze oplossing "both practical and philosophical" is (Dibbell 2010). De mogelijkheid van anonimiteit en het rappe verdwijnen van berichten (berichten zijn vaak binnen één dag van de website verdwenen) zorgen ervoor dat de inhoud van 4Chan soms tegen illegaliteit aanschurkt. De miljoen berichten die de bezoekers per dag genereren bestaan uit een bonte verzameling van humor, racistische uitingen, felle beledigingen en obscure pornografie. Deze 'onderbuik van het internet' staat inmiddels dan ook bekend om zijn onhandelbaarheid, tegendraadsheid en duisterheid (Dibbell 2010). Sinds 4Chan hebben meer 'image boards' hun intrede gedaan in de internetcultuur, waaronder eerdergenoemde Imgur. Vele daarvan, zoals het eveneens zeer populaire Reddit, delen het obscure imago van 4Chan, maar er komen ook steeds meer toegankelijke websites bij. 9Gag.com is hier een voorbeeld van. 9Gag is een populaire website, gespecialiseerd in internet memes, en in 2020 behorend tot de 500 meest bezochte websites ter wereld (lemma '9Gag', Wikipedia 2022). De website ging in 2008 online als een creatief project van ondernemers uit Hong Kong, die ondanks de Facebookban (een social network site die ook functioneert als platform voor het delen van memes en *virals*) de Chinese bevolking toch toegang wou verschaffen tot internet memes. Hun intuïtie bleek juist en de website won al gauw aan populariteit. In 2012 trok de website de aandacht van Silicon Valley en mede dankzij een stevige investering kon 9GAG zich uitbreiden, onder andere met een app die de web content ook makkelijk bereikbaar maakt via mobiele telefoons. 9GAG ondervond bij opstart veel scepsis van de gebruikers van hardcore varianten van image boards als Reddit en 4Chan, omdat het platform veel te mainstream zou zijn. Waar 4Chan nog steeds grotendeels tekst gebaseerd is, hetgeen de interface weinig gebruiksvriendelijk maakt, ligt het nadruk van het design van 9Gag op de visuele dimensie. Dit maakt de website gemakkelijk doorzoekbaar en de content – geheel bestaand uit internet memes – goed vindbaar voor een breed publiek. 9GAG trekt dan ook wereldwijde bezoekers, uit landen als Duitsland, Nederland, Mexico, Brazilië en India.

Kenmerkend voor 'memegemeenschappen' is de chaos waarin memes zich manifesteren. Het is achteraf moeilijk te achterhalen waar een meme zijn oorsprong vindt en hoe deze zich – in verschillende manifestaties – vervolgens over het internet verspreidt. Iemand die een meme in het leven roept, verliest al gauw de controle over zijn eigen creatie. Een bekend voorbeeld van dit effect is de meme "Bert is evil" uit de begindagen van het publieke internet, die begon als een kunstproject van Dino Ignacio in 1997. Hij publiceerde op een speciaal hiervoor geopende website gefotoshopte foto's waarin Bert (uit Sesamstraat) een hoofdrol speelde. Doel van de fotoserie was te bewijzen dat Bert 'evil' is en dit doel werd bereikt door Bert in allerlei heftige historische gebeurtenissen en situaties te plaatsen – bijvoorbeeld naast Bin Laden. De website kende geen open participatie en de content werd alleen door Ignacio zelf gecreëerd en toegevoegd. Hij kreeg wel al snel veel weerklank

bij platforms als 4Chan en mensen zonden hem zelfgemaakte content toe, gecreëerd volgens de regels van het 'Bert is Evil principe'. Sommige daarvan werden door Ignacio geplaatst, maar het merendeel kwam niet door de ballotage. Dit hield 'het internet' echter niet tegen te blijven spelen met Bert en een meme was al snel een feit. Parodieën en websites gelijk aan Bert is Evil schoten uit de grond met als enige doel 'de waarheid inzake Bert' wereldkundig te maken. Uiteindelijk belandde de meme ook op contreien buiten het digitale netwerk. Op 5 oktober 2001 stond Bert naast Osama Bin Laden op talloze spandoeken tijdens een pro-Bin-Ladenprotest in Bangladesh. Als reactie haalt Ignacio de Bert is Evil website uit de lucht. Hij was geschrokken van de wijze waarop diverse fysieke en mediaplatforms samenvallen en de snelheid waarmee zijn 'grap' wereldkundig is gemaakt (Jenkins, 2009). Zelfs toen de oorspronkelijke website uit de lucht was bleef de meme voortwoekeren. "Evil Bert was one of the first 'children of chaos', and definitely not the last" (Börzsei 2013). Het ontembare karakter van internet memes, 'children of chaos', maken het bijzonder lastig om memes die eenmaal zijn ontstaan en populariteit verkrijgen te remmen of tegen te gaan, zoals ook de 'Hide the Pain harold' casus illustreert.

4.2.1.4 Beeld

Ten slotte verwijst de internet meme als *beeld* naar de complexe samenkomst van virtuele, materiële en symbolische elementen. Hiertoe behoren de materiële vormen van de meme (van digitale 'afbeelding' tot bijvoorbeeld een uitgeprinte versie op papier), maar ook meer abstracte elementen, zoals specifieke 'spelregels' voor een bepaalde meme – bijvoorbeeld het bittere element in alle 'Grumpy Cat' memes en het 'weglachen van je pijn' element in 'Hide the Pain Harold' memes, maar beargumenteerbaar zelfs uit hieruit voortvloeiende offline *produce* – denk aan 'Hide the Pain' Covid-19 mondkapjes, koffiemokken voor op kantoor, et cetera, die inmiddels in online warenhuizen zoals RedBubble te verkrijgen zijn. Communicatie in de internetcultuur, waar memes ook deel van uitmaken, wordt gekarakteriseerd technologisch gemedieerde uitwisseling van humoristische informatie (zie bijvoorbeeld Baym 1993, 1995; Blank 2013). Internet memes kenmerken zich hierbij, door hun hoge 'bricolage'-karakter bovendien door een hoge mate van intertekstualiteit (Frissen 2008). Volgens Knobel and Lankshear (2005) is het ludieke karakter van een internet meme een van de kwaliteiten die het voortbestaan (en voortwoekeren) van een meme veiligstellen. In het geval van 'Hide the Pain Harold' zit het succes van de meme hem vanuit dit oogpunt bezien waarschijnlijk in de combinatie van de simpele, heldere spelregel (de meme moet iets uitdrukken dat van doen heeft met het 'weglachen van pijn'), de grote hoeveelheid beschikbare originele content (de vele stockfoto's die beschikbaar zijn van Arató) en – al helemaal toen de meme uiteindelijk momentum kreeg – het collectieve plezier van intertekstuele 'insiderjokes' maken. De meme toont zich hier als 'spectacle' – met Baudrillard te begrijpen als oppervlakkig vermaak dat een stuwende kracht is achter de voortdurende online informatiestroom (1.1.2.1). De manipulatiewaarde van het beeld komt voort uit diens digitale recombineerbaarheid (zie 1.1.3.2) van diverse, vaak uit de populaire cultuur bekende, digitale afbeeldingen gecombineerd met de diverse stockfoto's van Arató en het spelen met tekstuele conventies uit de (populaire) cultuur. Deze nieuwe recombinaties geven de originele afbeeldingen weer nieuwe betekenis. En, zo zagen we reeds, geconfronteerd met deze gerecombineerde afbeeldingen, krijgt ook het 'origineel' eveneens nieuwe betekenis in het licht van diens digitale, memetische dubbelgangers.

4.2.2 De Internet meme als dubbelganger

Daarmee maken we de stap naar het tweede gedeelte van de reflectie op de internet meme. Na deze beschreven te hebben vanuit het *beeldaspect* (d.w.z. het kader van de (ver)beeldcultuur), zal ik in deze paragraaf het *mensaspect* analyseren, de wijze waarop het dubbelgangerdom tot uitdrukking komt in het mediadispositief 'internet meme'.

4.2.2.1 Binnenwereld, buitenwereld, medewereld en de internet meme

Opnieuw beginnen we bij de werelden van de menselijke bestaansvorm (2.1.4.1, 2.1.4.2 en 2.1.4.3) en de voor deze sferen kenmerkende dubbelaspectiviteit (2.1.2.3). Identiteit, zo zagen we in de vorige casus, is iets wat een individu van binnenuit ervaart. Gedachten, innerlijke narratieven over onszelf, emoties, dromen, herinneringen, en al die andere mentale processen die samen de *binnenwereld* uitmaken, maken hiervan deel uit (2.1.4.1). De excentrische positie van een persoon maakt het vervolgens mogelijk dergelijke innerlijke belevingen van de eigen identiteit waar te nemen en betekenis toe te kennen. De internet memes waarin Arató's gezicht is verwerkt, spelen als deel van de *buitenwereld* een rol bij het vormen van een 'coherente identiteit', memes zijn vanuit dit kader gezien een van de vele manieren waarop Arató zichzelf leert kennen (en hoe anderen hem leren kennen). Door de kwalitatieve gelijkheid tussen de persoon Arató en meme-personage 'Harold', zouden we in dit geval de internet memes kunnen typeren als een (ongewenste) extensie van het eigen lichaamsobject (*Körper*, zie ook 2.1.3.2). Daarbij gaat het hier om een op het eerste gezicht nog meer intens vertekende 'extensie' dan bij een gemanipuleerde selfie het geval is. Bovendien speelt hier het gegeven dat het een *door derden* gecreëerde extensie is een belangrijke rol (hier kom ik later nog op terug). De internet meme maakt deel uit van een materiële wereld waarin Arató zelf tevens bestaat als lichaamsobject. Ook hier geldt, dat Arató diens kwalitatief gelijkende meme-dubbelgangers niet van 'binnenuit' kan beleven, maar door kwalitatieve identificatie wél kan herkennen en ervaren als een 'onderdeel' van zichzelf.

Kenmerkend voor een internetmeme als 'Hide the Pain Harold', is de wijze waarop er vaak een specifiek element of kenmerk wordt uitgelicht en uitvergroot. In het geval van 'Harold' is dit de wijze waarop Arató op zijn stockfoto's lacht. Doordat zijn ogen en wenkbrauwen iets naar beneden hangen, wekt zijn gezichtsuitdrukking de indruk dat de lach die door de mond wordt uitgedragen niet oprecht is, omdat er in de stand van de ogen en wenkbrauwen ongemak of zelfs pijn af te lezen valt. De complexe persoon Arató, wordt in zijn meme-tegenganger Harold volledig gereduceerd tot dat lichamelijke kenmerk. 'Harold' vormt daarmee – hoewel een kwalitatieve gelijkheid aan de orde is – een zeer versmalde, gelimiteerde en stereotyperende representatie van Arató. Er doet zich hier allicht niet zozeer een *discrepantie* voor tussen binnenwereld- en buitenwereld-ervaring, maar er is wel sprake van een versmalling, een vertekende lachspiegel, van iets wat in de normale beleving van het zelf niet voortdurend op de voorgrond staat. De gemanipuleerde extensies van het *Körper* van Arató leggen één aspect vast en vergroten dit bovendien uit. Normen en sociale regels, deel van de *medewereld*, spelen hierbij een belangrijke rol. Wat de 'ander' opvat als een 'oprechte lach' maakt bijvoorbeeld deel uit van het oordeel dat over het voorkomen van Arató wordt geveld, maar ook sociale conventies en regels over het publiekelijk mogen uitvergroten en delen van een dergelijk oordeel, of de grens van wat als 'acceptabele humor' door kan gaan. Uiterlijke kenmerken, zo leert de populariteit van 'Hide the Pain Harold', gelden bijvoorbeeld blijkbaar gevoelsmatig als publiekelijk bezit, men heeft er geen problemen mee de draak te steken met het voorkomen van Arató – waarin het gegeven dat er een nieuw persona wordt gecreëerd rond zijn uiterlijk evenals de anonimiteit van de 'memesphere' ongetwijfeld ook een belangrijk aandeel heeft, zo blijkt bijvoorbeeld uit mensen die

hun ongeloof uitspreken over het daadwerkelijk bestaan van Arató en mensen die hem contacteren om te vragen of hij een echt persoon is (Arató 2019b). Arató komt middels een buitenperspectief op confronterende wijze met deze sociale normen in aanraking. Waar we ons normaal tot zekere hoogte bewust zijn van de blik van de ander (1.2.2.2), daar krijgt de – al dan niet moedwillige – ‘boze blik’ van de ander een zeer tastbare en visuele vorm in het geval van dergelijke memes. Door uiteindelijk met regelmaat publiekelijk de rol van ‘Harold’ aan te nemen, om zo iets van controle terug te winnen, internaliseert Arató deze ‘boze blik’ als het ware.

4.2.2.2 De drie grondwetten en de internet meme

Arató kan als excentrisch gepositioneerd persoon een zekere afstand behouden ten opzichte van zichzelf. Door die afstand is het mogelijk artefacten in te zetten om de leefwereld, de ander en zichzelf vorm te geven (2.1.5.1). Zodoende spelen technologieën in de breedste zin van het woord ook altijd een rol in identiteitsconstructie van de van *nature kunstmatige* mens die zich eerst moet ‘uitdrukken’, alvorens zichzelf te leren kennen. Waar het doorgaans de persoon zelf is die zichzelf door middel van technische middelen ‘kunstmatig’ tot uitdrukking brengt, bijvoorbeeld in een – al dan niet geposeerde – foto, wordt Arató in het geval de ‘Hide the pain Harold’ memes echter in de eerste instantie door anderen tot uitdrukking gebracht. De kunstmatige ‘zelfbeheersing’ wordt zo een kunstmatige beheersing en overheersing door de ander. Het fundamentele besef van de eigen naaktheid (2.1.5.1) krijgt hierdoor een mediums specifiek karakter, omdat het hier de ‘ander’ is die ‘tekortkomingen’ aan het licht brengt – in het geval van Arató zijn gepijnigde voorkomen. Anderzijds wijst de wet van de natuurlijke kunstmatigheid óók op het gegeven dat Arató, als zelfbewust persoon, zich bewust is van het gegeven dat hij iets aan zijn situatie kan doen. Door de internet meme, als deel van de internetcultuur, in te zetten kan hij zijn zelf-uitdrukking weer deels onder controle te krijgen. Evenwel zien we hier de dubbele invloed van mens op technologie en andersom. Plessners inzicht dat de mens diens excentrische positie inzet om zichzelf te maken tot ‘wat hij al is’, komt in de ‘Harold’ casus ook op een ‘buitenwereld’-wijze tot uitdrukking in ‘Harold’ als dubbelganger én ‘voorganger’ die vanaf het moment van Arató’s inlijving van de meme onlosmakelijk deel uitmaakt van zichzelf.

De ervaring van de mens van zichzelf wordt ook bepaald door diens excentrische positionaliteit (2.1.5.2). De mens ervaart de wereld en zichzelf op een bemiddelde onmiddellijke wijze en ook zelfervaring is daarmee immer gemedieerd en beseft de mens ook dat zijn belevingen een deels indirect, bemiddeld karakter hebben. Door zijn excentrische positionaliteit neemt de mens gelijktijdig wel en niet in de eigen mediatie plaats en staat hij gelijktijdig direct en indirect in verhouding tot de wereld. Dit maakt ook dat de mens in een betekenisvolle wereld van objecten leeft die hij betekenis toekent. De internet meme is een illustratie van het conceptualiserende vermogen van (beeld)taal en de wijze waarop het de wereld en – hetgeen het geval van ‘Harold’ laat zien – het menselijk subject kan objectiveren. In het geval van de internet meme in het algemeen en de casus ‘Harold’ in het bijzonder, zien we dat die objectivering met behulp van technologie lang niet altijd volledig onder de controle van de mens is of volledig te voorspellen valt. De memesphere laat zich, ondanks veelvoorkomende genres die meme-uitdrukkingen structureren, lastig vangen in volledig voorspelbare ‘spelregels’ (Shifman 2014a). Krijgt een meme eenmaal momentum dan ligt de controle niet meer bij de bedenker of maker van de eerste meme(s) en gaat de meme ‘een eigen leven leiden’. Zo illustreert het voorbeeld van ‘Harold’ als voorbeeld van een ‘meme met herkenbare persoon’, dat de objectivering dat de zelf-objectivering weliswaar niet altijd onder controle is van het betreffende individu, maar dat derden óók geen volledige controle daarover hebben. Kenmerkend voor de internet memes is de onbeheersbaarheid van deze beelden – Arató heeft zijn ongewenste dubbelgangers niet gecreëerd, heeft geen greep op hun distributie en is bovendien niet in staat om

hen te doen verdwijnen, maar óók de meme-makers hebben over deze laatste aspecten geen volledige controle.

De grondwet van het utopisch standpunt zien we in deze casus op bijzondere wijze tot uitdrukking komen. Hoewel 'Hide the Pain Harold' niet direct een 'ideaalbeeld' lijkt te zijn voor Arató, blijkt de discrepantie tussen zijn eigen identiteit en zijn 'internet persona' met name een nare vervreemdingsfactor te zijn, zoals naar voren komt in interviews met Arató waarin hij bijvoorbeeld stelt dat "It was a scary experience to see myself as a meme, and I think everyone would react the same way if they saw themselves being used in jokes with their face" (Know Your Meme 2020). De vervreemding zit hem in de kwalitatieve gelijkenis en herkenning en de gelijktijdige realisatie dat Arató 'Harold' *niet* is. Die vervreemding doet zich vervolgens nog op een andere laag voor, wanneer anderen *fake* sociale media profielen aanmaken en "started to use my photos and the name 'Hide the Pain Harold' as their own." Hoewel Arató *niet* 'Harold' is (er is geen kwantitatieve numerieke eenheid), is er toch sprake van een kwalitatieve gelijkenis tussen hemzelf en zijn door anderen in het leven geroepen persona. Zodoende is er in het geval van mensen die zich voordoen als 'de man achter Harold' ondanks de miskenning van Arató's beeltenis als zijnde 'Harold' op vervreemdende wijze toch sprake van een vorm van 'identiteitshack' gebaseerd op een roof van lichamelijke data (1.3.2.2). Het hiermee gepaarde gevoel van vervreemding en verlies van controle maakt dat er bij Arató een verlangen ontstaat om weer controle te verkrijgen over zijn digitale dubbelgangers én mee te kunnen profiteren van alle aandacht en financiële opbrengsten die worden gegenereerd middels 'Harold'. Anders dan ik in het geval van de selfie vaststelde, lijkt dit verlangen om 'samen te vallen' met deze door derden gemaakte (lichamelijke) uitdrukkingen van zichzelf niet direct voort te komen uit het nastreven van een 'ideaal-ik'. Het is nu eerder te begrijpen als een poging de vervreemdende dubbelgangers in te lijven en eigen te maken om zo weer een beetje controle terug te krijgen. Hoewel geheel samenvallen met zijn memes niet mogelijk is (2.1.5.2), is zijn optreden als 'Hide the Pain Harold' in onder andere een muziekvideo en diverse reclames een manier om deze vervreemdende zelf-als-ander weer dichterbij te halen. Hoewel de overweldigende aantallen en bekendheid van 'Harold' memes in de eerste instantie een – vanuit Plessneriaans perspectief bekeken onwenselijk – 'identiteitsanker' lijkt te zijn dat Arató – als geworpen ontwerp (2.1.3.5.) – lijkt te bedreigen in de kern van zijn menselijkheid (die er onder meer in bestaat dat je je eigen leven op meer of minder autonome wijze *zelf kunt leiden*), daar is het omarmen van 'Harold' als deel van zijn zelf tegelijkertijd een demonstratie van de handelingsperspectieven en wordingsmogelijkheden van de van zijn toekomst bewuste mens (2.1.3.5). De inlijving van 'Harold' maakt daarnaast dat Arató zo invloed kan uitoefenen op deze dubbelganger, bijvoorbeeld door letterlijk diens rol aan te nemen in publieke optredens. In die zin illustreert dit voorbeeld op mooie wijze de 'co-manipulatie' van mens en technologie (2.3.2-2.3.3).

4.2.2.3 Körper- en Leibrelaties en de internet meme

Omdat uitdrukkingen van het zelf zich, zoals we eerder zagen, altijd kenmerken door een *Körper*-aspect, brengen uitdrukkingen van het zelf niet zonder meer gevoelens van vervreemding met zich mee. Internet memes kenmerken zich eveneens door een *Körper*-aspect; het zijn herkenbare referenties naar het lichaam – in dit geval dat van Arató – en daarmee extensies van zijn lichaam, die hij niet letterlijk van binnenuit beleefd. Er is echter wel sprake van een *kwalitatieve* identificatie met deze digitale dubbelgangers. Het vervreemdende element komt voort uit het gegeven dat de extensies fenomenologisch bezien een quasi- 'autonome' hoedanigheid lijken te bezitten; ze ontstaan en circuleren zonder toedoen van Arató. Samen vormen ze een hele stoet alter ego's waar hij geen

controle over heeft. De snelheid en grootschaligheid waarmee zijn digitale dubbelgangers zich over het internet verspreiden – en niet in de laatste plaats hun hardnekkigheid – dragen bij aan het gesignaleerde gevoel van controleverlies.

De internet memes zijn bovendien geen uitdrukking van de binnenwereld van Arató, maar zijn eerder een ‘buitenwereld’-manifestatie waarin normen en idealen uit de *medewereld* tot uitdrukking komen. Dit zorgt in het geval van Arató voor gevoelens van vervreemding en zelfs verafschuwing, wanneer bijvoorbeeld de waarden en normen van ‘Harold’ en de context waarin deze dubbelganger zich voordoet soms (sterk) afwijkt met die in de binnenwereld van Arató. Wanneer de journalist van Know Your Meme in het interview met Arató vraagt waarom hij in de eerste instantie afschuw ervoer bij het zien van circulerende memes, antwoord Arató: “For the use of the stock photos, we stipulated that they may not be used for political, religious or sexual purposes. The early memes ignored this, and I am not proud of these memes” (Know Your Meme 2020). In zijn TEDx presentatie uit 2019 legt Arató ook uit dat hij met betrekking tot de stockfoto’s rechten had verleend met expliciete uitzondering van gebruik binnen een politieke, religieuze of seksuele context, omdat hij zich daar niet prettig bij zou voelen. Hij meende daarmee met betrekking tot deze voor hem belangrijke thema’s de controle over zijn dubbelganger te behouden. Het feit dat hij onverwacht buiten de context van de stockfoto-industrie werd geconfronteerd met kwalitatief gelijkende versies van zijn lichaam (*Körper*) die zich wél – en soms op vulgaire wijze – uitlieten over dergelijke kwesties, kwam daardoor nog extra schokkend op hem over.

De ‘Harold’ memes representeren bovendien niet zozeer de wijze waarop Arató zichzelf ervaart, maar het gaat hier om uitdrukkingen van de wijze waarop *anderen* hem zien. Het is een directe confrontatie met de ‘boze blik’ van de ander (1.2.2.2), een confrontatie die het complexe persoon Arató – zoals hij zichzelf centrisc/excentrisc beleeft als lijf en lichaam – reduceert tot een ‘eendimensionale’ en geobjectiveerde karikatuur van zichzelf. Het gaat hier bovendien niet om een intieme en individuele boze blik, maar een – door de infrastructuur van het internet en memes fora geconstrueerde – *anonieme* blik, bestaande uit de accumulatie van talloze soortgelijke, satirische en vertekende reflecties van op zijn *Körper* zoals gezien door de anonieme ander. Hier zien we een participierend panopticum in werking (1.2.1.2). Door zich tot op zekere hoogte met de ‘lachspiegel’ reflecties te identificeren, poogt Arató controle over zichzelf terug te winnen. Vanuit een Plessneriaans perspectief bezien zouden we dit kunnen begrijpen als een poging tot het overbruggen van de grote discrepantie tussen *Leib* en *Körper*(-extensies) te verkleinen, door als het ware *via* Harold iets van zichzelf terug te winnen.

Opnieuw helpen de relaties van Ihde en Verbeek – door mij gespecificeerd tot mens-techniek-zelf relaties, en de hieraan toegevoegde notie van de ‘vervreemdingsrelatie’ de relatie tussen internet meme en ‘origineel’ nader te specificeren.

Versmeltingsrelatie Inlijvingsrelatie	(mens / technologie) → zelf (mens - technologie) → zelf	geïmplanteerde chip (VR) bril, spiegelbeeld, selfie, avatar	<i>Leib</i> -extensie +++++/++++ <i>Leib</i> -extensie +++/++/+
Hermeneutische relatie Diepte-hermeneutische relatie	mens → (technologie – zelf) Mens → (technologie/wereld)	Facebook likes, <i>quantified self</i> grafiek genetische erfelijkheids-test, My Heritage DNA test	<i>Körper</i> -extensie +/- <i>Körper</i> -extensie +/-
Achtergrondrelatie Immersierelatie	mens - (technologie / zelf) mens ← (technologie / zelf)	Gepersonaliseerde (digitale) omgeving, Spotify playlist interactieve VR, persuasive mirror	<i>Körper</i> -extensie ++/+++ <i>Körper</i> -extensie ++/+++
Alteriteitsrelatie Vervreemdingsrelatie	mens → technologie (zelf) (mens \ technologie) → wereld	‘Sim’, augmented reality app met selfie-filters dbs, autonome telerobot, deepfake	<i>Körper</i> -extensie +++/++++ <i>Körper</i> -extensie +++/++++

Van Ihde's inlijvingsrelatie (zie 2.3.4.1 Inlijvingsrelatie) en Verbeeks's meer radicale versmeltingsrelatie lijkt in het geval van de besproken internet meme in de eerste instantie geheel geen sprake; 'Hide the Pain Harold' manifesteert zich juist als een vervreemdende 'ander'. Allicht kunnen we stellen dat de uiteindelijke acceptatie van het alter ego en het opbouwen van een carrière 'als' Harold een mogelijk aspect – zij het stukken minder radicaal dan hoe Verbeek hem typeert – van een versmeltingsrelatie heeft. Immers gaat het hier in een meer abstracte zin om een inlijving die zich 'niet naar buiten maar naar binnen beweegt' (2.3.4.5) – niet zozeer een lichamelijke versmelting, maar eerder een versmelting van buiten- en medewereld met binnenwereld. In de meme is Harold in eerste instantie een radicaal vreemde 'ander', maar hij wordt uiteindelijk, tot op zekere hoogte, geïncorporeerd en opgenomen in Arató's beleefde en gepresenteerde identiteit. Een hermeneutische relatie (2.3.4.2) doet zich voor in de interpretatie van het intertekstuele en gerecombineerde beeld van de internet memes. Zij communiceren veelal een oordeel over het voorkomen van Arató, door het in uiteenlopende contexten te plaatsen, maar doen dit meestal op een visuele wijze die speelt met culturele conventies en collectieve kennis. Prominenter hier is een alteriteitsrelatie (zie 2.3.4.3); 'Harold' is in de eerste instantie een vervreemdende 'quasi-ander'. De manipulatie van het beeld speelt hierin een belangrijke rol, eveneens als het gegeven dat de afbeeldingen worden gemanipuleerd en verspreid door ánderen. Ondanks de zelfherkenning ('dat ben ik') is er hierdoor tegelijkertijd sprake van een groot gevoel van vervreemding ('dat ben ik niet'). Een achtergrondrelatie (zie 2.3.4.4) lijkt zich in dit voorbeeld niet zozeer voor te doen. Opnieuw kunnen we ook hier betogen dat er echter wel sprake is van een immersierelatie (zie 2.3.4.6), daar ook hier de omgeving (meer specifiek de externe en gemanipuleerde afbeeldingen van het zelf) een directe invloed heeft op Arató. Hier lijkt het de tentoonstellingswaarde van het massale beeld te zijn, en de hieruit voortkomende waarde van het beeld, die maken dat het 'origineel' (in dit geval Arató zelf) het primaat verliest, en als het ware 'verdrongen' wordt door het beeld. Er rest hem niet veel andere keus dan 'door de spiegel heen te stappen'. Voordat hij tot deze 'inlijving' van Harold overgaat, lijkt er primair een vervreemdingsrelatie aanwezig te zijn. Door het schijnbare 'autonome' karakter van de memes – Arató is noch de maker noch de verspreider van zowel de originele digitale foto als de hieruit voortkomende memes – presenteren de dubbelgangers zich als een radicale 'ander' die los van zijn intenties en eigen handelingen voortbeweegt. Hier speelt ook de manipulatiewaarde van de meme een belangrijke rol. De kwalitatieve herkenning van het eigen gelaat in de afbeelding maakt dat het nog wel een *Körper*-extensie betreft, maar wel een die gevoelsmatig ver van Arató af staat door de radicale veranderingen in de rest van het beeld. De poging tot 'inlijven' van 'Harold' lijkt een poging te zijn deze vervreemdingsrelatie teniet te doen, al is dit niet geheel mogelijk.

4.2.3 Het identiteitsaspect van de internet meme

In het derde deel van deze tweede casus onderzoek ik wederom het mediums specifieke identiteitsaspect, ditmaal wat betreft de digitale dubbelganger, en meer in het bijzonder de unheimliche dimensie daarvan. We hebben reeds gezien dat internet memes zich – net als genen – (metaforisch) kenmerken door een 'bestaansdrang', ze 'willen' zich 'zelfzuchtig' vermenigvuldigen en overleven. Het internet vormt een zeer vruchtbare plek voor de vermeerdering en verspreiding van memes, geholpen door mensen die als 'survival machines' van de memes aandacht aan hen schenken. In de eerste twee delen van deze analyse heb ik me gebogen over een niche binnen de kleurrijke wereld van de internet meme, de op foto's gebaseerde internet memes. De casus van Arató konden we daarbij, aan de hand van Shifman, binnen dit genre dan weer meer specifiek scharen onder *reaction photoshop* memes. Binnen dit genre bleek hypersignificatie in de vorm van het benadrukken van de inauthenticiteit en geconstrueerde karakter van foto's een leidmotief voor meme-makers.

Incongruentie in de foto's die als basis worden gebruikt voor dergelijke memes, zijn hierbij vaak de bepalende factor in de verdere ontwikkeling van de meme – in het geval van Harold, zo zagen we, zijn ongemakkelijke lach in een toch al door een hoge mate van geënceneerdheid gekenmerkte situatie (2.4.1.1). Ondanks deze nadruk op inauthenticiteit, zagen we echter ook dat de indexicale band die de foto onderhoudt met het afgebeelde daarmee nog niet teniet wordt gedaan.

In het geval van het identiteitsaspect van de selfie, blikte ik al even terug op het onderscheid tussen kwalitatieve en kwantitatieve gelijkenissen. Waar ik daar liet zien dat je in het geval van de selfie naast de voor de hand liggende kwalitatieve gelijkenis van selfie-maker en selfie toch óók tot op zekere hoogte zou kunnen spreken van een kwantitatieve gelijkenis. In het geval van de internet meme met herkenbaar persoon lijkt dit in de eerste instantie niet het geval te zijn. Uit de interviews met Arató bleek dat zijn eerste ontmoetingen met circulerende digitale dubbelganger 'Harold' werden gekenmerkt door een hogere mate van ongemak en vervreemding, die gezien vanuit het identiteitsaspect van deze dubbelganger voortkomt uit een kwalitatieve gelijkenis – of *Körper*-extensie – zonder dat hier nog een zekere mate van 'kwantitatieve herkenning' bij komt kijken. Hoewel dit in het geval van de originele stockfoto's tot op zekere hoogte wel het geval zou kunnen zijn (Arató heeft hoogstwaarschijnlijk nog herinneringen aan de belichaamde ervaringen (3.1.1.2.) van de sessies met de fotograaf – het zich verkleden als dokter of wetenschapper, het gebruiken van *props* en het aannemen van houdingen in de geënceneerde omgeving – daar wordt deze herkenning in het geval van de memes verstoord omdat deze zich op zo'n radicaal andere setting voordoen. In het geval van de stockfoto's was er sprake van een (verwachte) publiekssegregatie en een min of meer door Arató beheerste *impression management* zoals Goffman deze beschrijft (3.2.2.2). Speelde Arató voor de stockfotograaf nog moedwillig een rol (van 'model', die vervolgens ook weer spelenderwijs rollen aanneemt van personages als 'dokter' en 'wetenschapper') voor een specifiek publiek (de instellingen en bedrijven die op zoek zijn naar een specifieke stockfoto), daar kiest hij niet zelf voor de rol van 'Harold', noch neemt hij als belichaamd subject deel aan de totstandkoming van de memes waarin 'Harold' een hoofdrol speelt. Door de kwalitatieve gelijkenis blijft 'Harold' echter wel onlosmakelijk verbonden met Arató en het ongemak en de vervreemding lijkt in dit geval vooral voort te komen uit de grote incongruentie tussen Arató en zijn (vanuit fenomenologisch perspectief gezien) 'semi-autonome' dubbelgangers.

Als rollenspeler neemt de mens voortdurend deel aan een informatiespel waarin hij verschillende rollen en 'maskers' hanteert door middel waarvan hij zich voortdurend in meer of mindere mate openstelt (en afschermt) richting anderen (3.2.2). In het geval van de internet meme met herkenbaar persoon, wordt dit 'masker' of de te spelen 'rol' echter door anderen bepaald. Je zou kunnen stellen dat er hierdoor een (tijdelijke) disbalans ontstaat, omdat een (*Körper*-)uitdrukking van het zelf wordt opengesteld aan een niet zelfgekozen publiek. De ervaren, door derden geforceerde, 'openheid' zorgt voor gevoelens van ongemak, evenals het gegeven dat de wijze waarop (dat wil zeggen de 'rol') ook niet onder eigen beheer is. Dit zorgt ook voor gevoelens van ongemak voor het 'publiek' dat dicht bij Arató staat. Zo vertelt Arató dat zijn zoon het verschrikkelijk vond om geconfronteerd te worden met 'Harold' (Arató 2019b) en zijn vrouw ervoer het als een inbreuk op hun privéleven en vond de wijze waarop Arató – door middel van het fictieve figuur 'Harold' – werd geportretteerd afschuwelijk (Know Your Meme 2020). Daarnaast zorgde de meme, vanaf het moment dat deze aan populariteit begon te winnen, voor een vervelende miskenning die voortkomt uit de kwalitatieve gelijkenis met het beeld. Arató vertelt in het interview met Know Your Meme dat hij op dagelijkse basis werd herkend, maar dan wel als zijnde 'Harold', in plaats van Arató (idem). Uiteindelijk weet Arató de balans tussen zijn

private en publieke kant (3.2.2.4) weer min of meer in balans te brengen, door zijn dubbelganger te accepteren en de 'rol' van 'Harold' op zich te nemen in het dagelijkse (publieke) leven. In *The Guardian* verwoordt hij het zelf ook in termen van een rollenspel: "I'm 74 now. I spent 40 years as an engineer. I did a bit of public speaking then, at conferences and lectures, but that was very different from appearing on television talkshows and in YouTube videos. As an engineer, it was really me. Now, it's role play: I'm Hide the Pain Harold" (Artató 2019b). Hoewel we zijn claim van authenticiteit als engineer in twijfel zouden kunnen trekken (3.2.2.4), klinkt uit deze uitspraak een aanhoudend gevoel van vervreemding ("Now, it's role play") ten opzichte van 'Harold'.

Opnieuw kunnen we nu, in dit laatste deel van een verkennende analyse van de internet meme, de multifocale lens inzetten, ditmaal de unheimliche aspecten in het mediumdispositief 'internet meme', en in de daarin optredende mens-techniek-zelf relaties te expliciteren. Aan de hand van de vijf kenmerken van het (mediale) unheimliche – (on)vertrouwdheid, verlies van controle, het zichtbaar worden van de onzichtbare, onwillekeurige herhaling en een vervaging tussen realiteit en fantasie, en de drie variabelen – volhardendheid, toegankelijkheid en manipuleerbaarheid – als *focale dimensies* is het mogelijk om het mediumspecifieke unheimliche van de internet meme nader in kaart te brengen.

4.3.2.1 Onvertrouwdheid

Qua volhardendheid zijn internet memes vergelijkbaar met andere digitale bestanden die op elektronische wijze worden vastgelegd. Zoals we bij online gedeelde en geüploade selfies zagen, maakt dit het lastig eenmaal gedeelde internet memes definitief te verwijderen. In het geval van 'Hide the Pain Harold' leidt deze volhardendheid op twee manieren tot 'onvertrouwdheid'; enerzijds doordat de stockfoto's – eenmaal met zijn goedkeuring online geplaatst – zich niet meer lieten verwijderen, en bovendien, doordat ze gemakkelijk te kopiëren zijn, al snel buiten de vertrouwde (stockfoto) context opdoemden, anderzijds door het gegeven dat de stockfoto's vervolgens worden gemanipuleerd tot internet memes, die evenmin lastig te verwijderen bleken nadat ze eenmaal gingen circuleren op het internet. In het geval van internet memes speelt de manipuleerbaarheid van het digitale beeld een veel crucialere rol speelt dan bij de selfie. Internet memes worden immers net als hun genetische tweelingen gekenmerkt door voortdurende 'mutaties'. De originele afbeeldingen krijgen door toevoeging van tekst en beeldbewerking voortdurend nieuwe betekenislagen. Hierdoor wordt de 'vertrouwde' originele afbeelding – Arató zelf geeft het voorbeeld van een foto van hem als dokter of wetenschapper, waarbij de fotograaf hem beloofde dat dergelijke afbeeldingen worden ingezet op websites van ziekenhuizen en universiteiten – ineens onvertrouwd. Daarbij speelt ook de grote toegankelijkheid van stockfoto's een rol; hoewel de stockfoto's met copyright – vaak in de vorm van een digitaal watermerk – beschermd zijn, zijn ze de websites uitstekend doorzoekbaar en de foto's zijn vervolgens ook simpel op te slaan. En in de memesphere, zo blijkt ook uit de casus van Arató, is het copyright watermerk allerm minst een hinderpaal, maar eerder deel van de mediumspecifieke humor van het meme-genre.

4.3.2.2 Verlies van controle

Volhardendheid speelt een grote rol in het verlies van controle dat Arató in de eerste instantie ervaart. De door hem beschreven onmacht om het tij te keren, het gebruik van zijn afbeeldingen buiten de hiervoor bedoelde context en de negatieve gevoelens van zijn echtgenote en zoon dragen bij aan dit gevoel van onbehagen, zo blijkt uit zijn interviews. Eenmaal in het leven geroepen en wijd verspreid, is het onmogelijk de afbeeldingen, die als deel van de 'Harold- meme' circuleren,

(voorgoed) te verwijderen. Het feit dat er voortdurend nieuwe gemanipuleerde versies van de stockfoto's opduiken versterkte bij Arató het gevoel de controle volledig te zijn kwijtgeraakt, en daarmee ook het unheimliche van de situatie. De werkelijke identiteit achter de afgebeelde persoon wordt bij een meme immers 'losgeweekt' en vervangen door een 'meme-identiteit' met eigen regels, invullingen en karakteristieken. Nu speelde Arató natuurlijk zelf reeds de rollen van anderen in de stockfoto's – bijvoorbeeld die van 'arts', maar in die gevallen had hij nog een zekere controle over de vorming en invulling van zijn alter ego; in het geval van de Harold-memes waren deze alter ego's, hoezeer de afbeelding door de grote gelijkenis sterk aan hem bleef verbonden, een vreemde, niet zelf gekozen 'ander' die er, zo zagen we eerder, ook andere waarden en normen op na lijkt te houden. De manipuleerbaarheid maakt evenwel dat Arató uiteindelijk de controle weer deels terug in handen krijgt door de 'Harold'-identiteit te omarmen, ja, tot op zekere hoogte zelfs te incorporeren door deze te gelde te maken in betaalde reclame- en media-activiteiten. Ook toegankelijkheid is een factor in het ontstaan van ongemak en unheimliche gevoelens, zagen we bij het vorige aspect reeds. Arató geeft in eerder aangehaalde interviews aan dat juist dat gegeven zo naar voelde, omdat hij nadrukkelijk toestemming had gegeven voor een bepaald gebruik van de foto's. Het feit dat ook anderen toegang hebben tot het materiaal en er vervolgens mee aan de haal gaan, maakt de op de foto's gebaseerde internet memes zo unheimlich.

4.2.3.3 Het zichtbaar worden van wat onzichtbaar moest blijven

Ook in termen van het zichtbaar worden van wat onzichtbaar had moeten blijven, speelt de volhardendheid van de internet memes een rol. De honderden foto's die van Arató werden gemaakt, waren bedoeld voor een specifiek publiek – instellingen en bedrijven op zoek naar een passende stock foto voor hun eigen content. Deze digitale afbeeldingen van Arató werden opgeslagen in een digitale stockfoto database, welke ook voor derden toegankelijk is, wat het kopiëren van de foto's in de hand heeft gewerkt. Hierdoor werden de stockfoto's die eigenlijk voor een duidelijk afgebakend publiek en gebruik waren bedoeld, zichtbaar voor een veel breder en groter internetpubliek. Door de manipuleerbaarheid van het digitale beeld is het mogelijk nieuwe betekenislagen toe te voegen en de resulterende 'Harold' memes leggen hierbij de nadruk op een specifiek element uit het voorkomen van Arató, zijn 'ongemakkelijke' lach. Hoewel dit een reëel aspect is van zijn voorkomen, maken de memes dit gegeven overdreven groot en onmiskenbaar zichtbaar voor een ongelimiteerd groot publiek. Dat brengt ons opnieuw ook naar de toegankelijkheid van het beeld. We zagen dat Arató nadrukkelijk had aangegeven dat hij niet wilde dat zijn beeltenis in bepaalde – politieke, religieuze en seksuele – contexten zou worden ingezet. Waar lang niet alle 'Harold' memes zich inlaten met die gebieden, is er – zo geeft Harold zelf ook aan in de interviews – ook een deel dat dit wél doet. Dit zorgt voor een ongewenst soort zichtbaarheid, die zich bovendien steeds kan herhalen. Hoewel het copyright in theorie de toegankelijkheid zou moeten limiteren, maken de drie kenmerken die het digitale beeld kenmerken – volhardendheid, manipuleerbaarheid en toegankelijkheid – het negeren van deze wettelijke 'grens' niet alleen mogelijk te maken, maar het in dit specifieke mediale dispositief zelfs te bevorderen.

4.3.2.4 Onwillekeurige herhaling

De volhardendheid van de internet memes op websites en online fora is ook de reden dat er onwillekeurige herhaling kan optreden. In de eerste instantie in de vorm van kopieën van de oorspronkelijke foto en de vele memes die hieruit voortkomen, die Arató niet kan ontlopen en die gevoelens van ongemak en vervreemding bij hem in de hand werken. Wanneer hij besluit dat verzet geen zin heeft en de 'Hide the Pain Harold' meme incorporeert, zien we hier echter ook een vreemdsoortig herhaling plaatsvinden – in de vorm van een geïncorporeerd alter ego dat verschijnt in

onder andere verschillende reclames en een muziekvideo. Zo uit de manipuleerbaarheid van het beeld zich in een co-evolutie, waarbij Arató en het beeld (de internet memes) elkaar wederzijds beïnvloeden. De toegankelijkheid (die, zo zagen we, ook de verspreiding en manipulatie van de originele foto's in de hand werkte) is hiermee eveneens dubbelzinnig. Aan de ene kant zorgt het voor een onwillekeurige herhaling van Arató's beeltenissen in een nieuwe meme-context. Anderzijds betekent het óók dat Arató als persoon eveneens tot op zekere hoogte 'toegang' heeft tot Harold. Het is vanuit dit besef dat hij, zo zagen we in een weergave van zijn uitspraken in diverse interviews, uiteindelijk besluit zijn eigen Facebook-pagina te openen en uit te komen voor de 'echte persoon' achter Harold.

4.3.2.5 De vervaging van realiteit en fantasie

Dit laatste kenmerk van het unheimliche is in het geval van internet memes zeer sterk aanwezig. De volhardendheid van de vele variaties van de memes zorgt ervoor dat Arató niet om zijn digitale dubbelganger en alter ego heen kan. Zelfs al zou hij ervoor kiezen de memes geheel te negeren en er niet op te reageren, wordt het alter ego vanuit het standpunt van de *ander* onherroepelijk onderdeel van wie hij is; hij wordt op straat herkend als zijnde deze fictieve 'ander'. Ook manipuleerbaarheid speelt een belangrijke rol in de vervaging tussen realiteit en fantasie. Een eigenlijke afbeelding wordt bewerkt tot iets nieuws, in het geval van Arató tot zijn alter ego, die eveneens in gelijkenis onlosmakelijk met hem verbonden is. De scheidslijn tussen echt en onecht is daarmee aanvankelijk al dun, maar wanneer Arató besluit zijn alter ego letterlijk te incorporeren en als 'Harold' op te treden lopen realiteit en fantasie helemaal in elkaar over. We zien hier de onlife world in optima forma! Arató is door zijn keus voor een nog groter publiek in nog hogere mate toegankelijk, maar wel grotendeels in de hoedanigheid van (de man achter) 'Harold'. Ook hier zien we een versmelting van realiteit en fantasie.

Evident is inmiddels dat zowel selfies als de internetmemes de mogelijkheid van unheimliche ervaringen in zich dragen, maar dat deze om andere redenen naar voren treden. Alvorens hier ter afsluiting van dit hoofdstuk dieper op in te gaan, bespreken we eerst nog een laatste dubbelganger: de deepfake.

4.3 DEEPFAKES

De derde en laatste 'digitale dubbelganger' waar ik het licht op wil laten schijnen in dit hoofdstuk, is – anders dan selfies en internet memes – nog geen wijdverbreid fenomeen. Maar de technologie maakt wel een rappe ontwikkeling door en het heeft er alle schijn van dat het net zomin als de selfie en de internet meme een eendagsvlieg zal zijn (Mahmud and Sharmin 2020). Ik heb het over *deepfake* video's – een samentrekking van 'deep learning' (daarover later meer) en fake content. Deepfake is een relatief nieuwe techniek, waarbij er ultra-realistische videocontent kan worden gecreëerd met behulp van algoritmes die op basis van bestaand foto- en videomateriaal door middel van 'deep learning' (een ander woord voor 'machine learning' en als zodanig een vorm van Artificial Intelligence) in staat zijn een nieuw type audiovisuele content te produceren, bij voorbeeld door middel van een 'faceswap' of stem-imitatie (Westerlund 2019). Zo kan bestaand beeld zo bewerkt worden dat het lijkt alsof iemand iets zegt of doet wat in werkelijkheid nooit heeft plaatsgevonden – zie bijvoorbeeld het filmpje op YouTube waar acteur Bill Hader tijdens een impressie van Tom Cruise ineens daadwerkelijk in de acteur verandert (Ctrl Shift Face 2019). De techniek is nog relatief jong (2017)

maar groeit snel in populariteit, niet in de laatste plaats door de goedkope tools die verkrijgbaar zijn, die het mogelijk maken deepfake video's te creëren zonder dat je hier zeer geavanceerde hard- en software voor nodig hebt. Deepfake ontwikkelt zich met rasse schreden en deepfake content wordt steeds realistischer – het punt waarop een nietsvermoedende toeschouwer deepfake niet meer van echt kan onderscheiden komt volgens velen in zicht (Blitz 2018, 61).

Het Nederlandse bedrijf Deepttrace heeft zichzelf als doel gesteld het 'deepfake landschap' op het internet in beeld te krijgen. Het bedrijf ontwikkelde zijn eigen deep learning software, die in staat is deepfake materiaal te herkennen. Sinds 2018, het moment dat Deepttrace begon met meten, verdubbelt het aantal deepfake video's iedere zes maanden. Vond de software in december 2018 nog een kleine 8000 video's, daar zijn het er juni 2020 al bijna 50.000 (Ajder et al. 2019). In de media ontstond er mede als gevolg daarvan ook meer aandacht voor deepfakes, maar daar wordt nog veelal gefocust op deepfakes waarbij beroemdheden worden gemorpht⁴⁰ tot een andere beroemdheid, of waarin de politici als de voormalige presidenten Kennedy en Obama authentiek klinkende speeches geven die ze in realiteit nooit hebben uitgesproken. Beroemdheden spreken tot de verbeelding en de mogelijke politieke implicaties van deepfake technologie zijn groot (Schwartz 2018), dus zo gek is dit niet. Maar het is wel opvallend, temeer omdat Deepttrace niet alleen bijhoudt hoeveel deepfake video's er online rondzwerven, maar ook vaststelt om wat voor 'content' het hier gaat. Het merendeel bestaat uit pornografisch materiaal (Floridi 2018, 320), volgens een report van het Deepttrace Lab is zelfs zo'n 96% van de bestaande deepfake content van pornografische aard (Ajder et al., 2019). In dit soort dubieuze 'creatieve content' spelen beroemdheden nog steeds regelmatig de hoofdrol, maar het gebeurt ook steeds vaker dat nietsvermoedende burgers – meestal vrouwen – ineens worden geconfronteerd met deepfake video's waarin ze in een pornografische setting 'optreden'. Het zijn deze 'personal deepfakes' (Harris 2019) waar ik me in deze laatste casestudy op zal richten. De aard van deepfake content – het ultra-realistisch verbeelden van situaties die in feite nooit hebben plaatsgevonden – maakt dat ik deepfakes als de laatste in het rijtje cases behandel. Er lijkt in het geval van dit mediadispositief niet alleen sprake te zijn van een hoge mate van controleverlies, maar ook van een objectivering die zo ver gaat dat de deepfake en ultra-realistische digitale dubbelganger een – zinspelend op de quasi-ander van Ihde – 'quasi-autonoom' karakter krijgen die resulteert in een diepe vervreemding en walging bij slachtoffers van deepfake videomateriaal. Wellicht zullen deepfakes leiden tot een 'digitale beeldenstorm' (De Mul 2018b). Feit is dat deze beeldtechniek nu reeds vraagt om nieuwe 'levels' van mediawijsheden en wetgevers met een nieuw hoofdpijndossier heeft opgezadeld. Hier zal ik mij echter beperken tot een analyse van de specifieke aard van de unheimliche relatie tussen 'authentieke personen' en hun synthetische deepfake dubbelgangers.

4.3.1 Het beeldaspect van de deepfake

In 2018 ging er een 'PSA' (public service announcement) van Barack Obama viral. In de video is het ogenschijnlijk Obama die de kijker toespreekt en waarschuwt voor gevaarlijke tijden die komen. Vanaf nu zullen we nog waakzamer moeten zijn, aldus Obama, als het gaat om het vertrouwen van online content. "We're entering an era in which our enemies can make it look like anyone is saying anything at any point in time." Om dit punt te illustreren vervolgt "Obama": "President Trump is a total and complete dipshit". Hij beëindigt de PSA met waarschuwende woorden. "How we move forward in the

⁴⁰ Morphing staat is een beeldtechniek waarbij een afbeelding geleidelijk overvloeit in een andere. Het resultaat wordt een morph genoemd.

age of information is gonna be the difference between whether we survive or whether we become some kind of fucked-up dystopia. Thank you. And stay woke, bitches” (Buzzfeedvideo 2018). De video blijkt een BuzzFeed en Monkeypaw deepfake productie te zijn; een synthetische versie van “Obama” die als een soort marionet door een acteur wordt bestuurd om de ‘fake Obama’ dingen te laten zeggen die de echte Obama nooit daadwerkelijk gezegd heeft. Zoals gezegd gaat de ontwikkeling van de deepfake software heel snel. Waar bovengenoemde video van “Obama” met het oog nog gemakkelijk kan worden onderscheiden als zijnde *fake* omdat bepaalde gezichtsbewegingen net niet helemaal kloppen, daar brengen recentere deepfakes al meer mensen aan het twijfelen, afgaande op reacties die dergelijke video’s oproepen (bijvoorbeeld die op eerdergenoemde YouTube-kanaal *Control Shift Face*). Pas sinds eind 2018 zijn deepfakes echt onder aandacht gekomen van de overheden, sociale media en academische onderzoekers, maar het fenomeen is nog te pril om het al ten volle te doorgronden (Fletcher 2018, 457). Wel is duidelijk dat we hier te maken hebben met een technologie die, zoals de ‘fake Obama’ benadrukt, in de nabije toekomst een *gamechanger* beloofd te worden. Hoe accurater de techniek achter deepfakes, hoe moeilijker ze van echt te onderscheiden zullen zijn. De mogelijke sociale en politieke implicaties van, bijvoorbeeld, ultra-realistisch fake news laten zich gemakkelijk raden.

Minder aandacht is er, zoals gezegd, voor het type deepfake waar de techniek vooralsnog het méést voor wordt gebruikt: deepfake pornografie. Al in 2017, het jaar dat de eerste deepfakes het publieke domein betreden, duiken de eerste deepfake video’s op waarin bestaand pornografisch materiaal zo is gemanipuleerd, dat het lijkt alsof – veelal vrouwelijke – beroemdheden er een rol in spelen. Voor zover bekend is het een Reddit-gebruiker met de username ‘deepfakes’ die een van de eerste deepfake pornovideo – “Step-Siblings Caught!” – online uploadt op zijn profiel (Fletcher 2018, 461). De video is zo gemanipuleerd dat het in dit geval de actrice Gal Gardot was die ogenschijnlijk een rol speelt in de erotische clip van enkele minuten. De manipulatie zorgt voor een ietwat schizofrene realiteit van het hoofd van Gal Gardot dat overtuigend lipsynct en meebeweegt – de juiste gezichtsuitdrukkingen op het juiste moment – op een lichaam dat niet het hare is. Een nieuw level van *uncanniness* is een feit. De betreffende Reddit-gebruiker is geen AI-wetenschapper en beschikt ook niet over geavanceerde hard- en software om deze ‘fake Gardot’ te creëren, maar het resultaat is verbluffend. Theaterwetenschapper John Fletcher, gespecialiseerd in online dis- en misinformatie, stelt het zo: “The game-changing factor here is the scope, scale, and sophistication of the technology involved. Deepfakes mean that anyone with a sufficiently powerful laptop can — right now, today— fabricate videos practically indistinguishable from authentic documentation” (Fletcher 2018, 456). Het resultaat is – net als de “Obama” speech – niet perfect, maar “still light-years ahead of look-alike actors, crudely Photoshopped pics, or computer animation” (idem, 462). Reddit-gebruiker ‘deepfakes’ geeft de code vrij om zelfstandig dit soort deepfakes te creëren, en al snel treden er meer deepfakers in zijn voetsporen. Vanaf eind 2017 is deepfake pornografie een trend en ontstaat er een “micro-economy of face-swapped videos that people christened deepfakes” (idem, 461).

Op het moment dat ik dit schrijf zijn we vijf jaar verder en zijn er in de tussentijd ook talloze deepfake video’s opgedoken waarin het niet beroemdheden, maar ‘alledaagse’ personen zijn die een rol toebedeeld krijgen in pornografisch materiaal. Het overgrote merendeel hiervan is vrouw. “For women”, schrijft juriste Danielle Citron, “the threat of rape is all too real. Deep-fake sex videos bring that threat alive in a visceral way” (Citron 2019, 1924). Dankzij sociale media kan van actieve gebruikers al genoeg visuele data worden vergaard om overtuigende deepfakes te creëren. Niet alleen filmsterren, maar ook een buurmeisje, een gehate ex-geliefde of een ‘crush’ kan zo onderwerp worden van een deepfake. Er is nog weinig zicht op de frequentie van dergelijke deepfakes, temeer

omdat slachtoffers uit schaamte niet vanzelfsprekend uitkomen voor hun slachtofferschap. De impact is echter groot. Zo verhaalt Citron over een slachtoffer dat last bleef houden van “recurrent and intrusive thoughts of being exposed and violated, interference with her personal relationships, [and] feelings of vulnerability and mistrust” en dat ze leeft “in a perpetual state of fear that some-one is watching or spying on her and . . . does not feel safe anywhere” (idem, 1924). Anderen geven aan zich vernederd en beschaamd te voelen en nog lang last te hebben van concentratieproblemen, eetproblemen, angsten en depressie. Ook (het overwegen van) zelfmoord komt regelmatig voor (idem, 1926). Opvallend vaak is een eerste reactie van het slachtoffer bij het zien van ‘personal deepfakes’ waar het slachtoffer zelf een hoofdrol in speelt sterk lichamelijk van aard, bijvoorbeeld in de vorm van misselijkheid, flauwvallen en overgeven.

De inmiddels vijftientigjarige Noelle Martin uit Australië is een van de eerste slachtoffers die heel bewust wél het publieke voetlicht heeft betreden met haar verhaal. Toen zij achttien jaar oud was werd zij het slachtoffer van ‘sextortion’ (Citron 2019; White 2022) – mensen downloadden foto’s van haar sociale media website en fotoshopten haar hoofd op dat van pornosterren. Toen ze zich publiekelijk verzette tegen dit misbruik, begonnen de online aanvallen. In 2019 kreeg zij een e-mail van onbekende afzender. “There’s deepfakes of you”. Niet bekend met het verschijnsel deepfakes, zoekt Martin online voorbeelden. Vol afschuw bekijkt ze enkele video’s waarin filmsterren ogenschijnlijk seksuele handelingen uitvoeren. Aangedaan vraagt ze de onbekende afzender haar de deepfake waarin zij een rol speelt te sturen. In een interview vertelt Martin:

The video took a moment to load before an 11 second clip began playing in front of me. It was of a woman on top of a man, having sex with him, her whole naked body was visible, her eyes looked straight into the camera as her body moved and her face reacted to the activity. Except it wasn’t the face of a stranger... it was my face. The title had my name in it. The tags on the video were #NoelleMartin, #Feminist, #Amateur, #BigTits, #Indian. The description stated that it was a genuine video of me. Feverishly typing in the search bar and hoping not to find anything, I soon discovered another video, also titled with my first and last name, which appeared to show me performing oral sex. I watched as my eyes connected with the camera, as my own mouth moved. It was convincing, even to me. Why would people ever think it wasn’t real? Anyone could have seen it - colleagues, friends, friends of friends. I slammed my laptop shut and sat in stunned silence. (Scott 2020)

Martin heeft haar verhaal in onder andere verschillende interviews (YChats6 2019; Centre for Stories 2019) en een TEDtalk in Perth (Martin 2020) gedeeld. Ze schuwt niet om over het grote ongemak, de afschuw en de vervreemding te spreken die ze ervoer bij het zien van haar deepfake dubbelgangers.

In 2021 roepen communicatiewetenschappers Jeffrey Hancock en Jeremy Bailenson de wetenschappelijke wereld op om – gezien de snelle opkomst van de technologie – de aandacht te richten op de sociale impact van deepfakes (Hancock and Bailenson 2021). Zij noemen wraakporno ook als één van de toepassingen waarvan de sociale impact naar verwachting groot zal zijn. In deze casestudy zal ik mijn multifocale lens op dit type deepfakes richten om de mediums specifieke kenmerken van deepfake dubbelgangers te verkennen. Ik zal daarbij dankbaar gebruik maken van het verhaal van Martin en dat van diverse andere (veelal anonieme) slachtoffers. Opnieuw gebruik ik allereerst Mitchells onderverdeling van de beeldfamilie (2.1.1) om dit keer deepfake video’s te begrijpen als afbeelding, object, medium en beeld. Nogmaals wil ik de lezer erop attenderen dat het hier geenszins om losstaande aspecten gaat, maar om (samenhangende) perspectieven op een en hetzelfde mediadispositief, die in staat stellen verschillende elementen te ontwaren en benoemen.

4.3.1.1 Afbeelding

Wanneer we deepfake content als *afbeelding* benaderen, buigen we ons allereerst over de nabootsende functie van deepfake videomateriaal (Mitchell 2005, xiii). Ook hier gaat, zoals we ook al zagen bij de selfie en de internet meme, om een medium – in de zin van een ‘materiële drager’ – dat bestaat uit een digitale afbeelding opgebouwd uit pixels. De pixels samen vormen een nabootsing, een gelijkenis, van een persoon van vlees en bloed. Een deepfake video van bijvoorbeeld Martin, verwijst als *afbeelding* dus naar de visuele gelijkenis van haar persoonlijke voorkomen met die van de verzameling pixels die zij na het openen van ‘haar’ deepfake video op haar scherm aantroft. Belangrijk om op te merken is dat het in dit geval een *beperkte* gelijkenis betreft; het gaat namelijk enkel om de beeltenis van haar *hoofd* – het afgebeelde lichaam is immers van een ander, in dit geval dat van een (al dan niet vrijwillig acterende) pornoactrice. Hoewel we bij de selfie en de internet meme ook al een mate van realiteitsvervorming en manipulatie aantreffen, daar lijkt deze vervorming en manipulatie in het geval van deepfakes – en meer in het bijzonder van ‘personal deepfakes’ met pornografische content – een ander karakter te hebben.

De Huffington Post interviewde in 2019 een zestal (anonieme) slachtoffers van deepfakes. In het interview komt onder andere ‘Kate’ aan het woord. Zij vertelt: “When it’s Photoshop, it’s a static picture and can be very obvious that it’s not real. [...] But when it’s your own face reacting and moving, there’s this panic that you have no control over how people use your image” (Cook 2019). Binnen het genre van sciencefiction bestaat er een sub-genre waarnaar ook wel wordt verwezen als ‘paranoid science fiction’. In de populaire cultuur zijn het bijvoorbeeld *The Matrix* (Wachowski and Wachowski 1999) en *The Truman Show* (Weir 1998) die grote bekendheid hebben verkregen. In beide films is er sprake van een ervaring van de realiteit die uiteindelijk vals blijkt te zijn – in *The Matrix* blijkt het geleefde leven een computersimulatie, in *The Truman Show* blijkt de hoofdpersoon onwetend zijn leven te hebben geleefd op een filmset. In zijn bespreking van deepfakes verwijst Blitz (2018) in deze context ook naar *The Cosmic Puppets* (1957), een boek van Philip K. Dick waarin een man terugkeert naar zijn geboortestadje om erachter te komen dat niet alleen de stad is veranderd, maar zelfs de hele *geschiedenis* van die stad. Volgens de stadsarchieven is hijzelf bijvoorbeeld al op negenjarige leeftijd overleden aan een kinderziekte. Het feit dat hij zelf nog rondloopt om zijn eigen overlijdensbericht op te duikelen uit de archieven, maakt dat we ook dit verhaal kunnen scharen onder ‘paranoid science fiction’ – de protagonist wordt geconfronteerd met een bizarre discrepantie tussen zijn perceptuele ervaring – in dit geval het lezen van zijn eigen overlijdensbericht – en zijn eigen herinneringen en beleefde identiteit (Blitz 2018, 59). Waar selfie(filters) zoals we zagen vervreemdend kunnen zijn, en – in het geval van internet memes – een confrontatie met een internet persona waarin een beeltenis van jou is opgenomen evenzo, daar zou de ervaring van Martin die zichzelf (“op zelfs voor mij overtuigende wijze”) een handeling ziet uitvoeren deze in feite nooit heeft gedaan niet misstaan in een ‘paranoid science fiction’ verhaal.

Wanneer we deepfakes als *afbeelding* benaderen dan stelt dit ons in staat de vervreemdende werking van een ‘personal deepfake’ te begrijpen vanuit de gelijkenis van het beeld. Anders dan de twee eerder besproken cases, gaat het in het geval van deepfake pornografie zoals uit het voorbeeld van Martin om bewegend én zeer realistisch beeld. Het is een ‘living picture’, om de woorden van Randal and Randal nog eens aan te halen en daarmee echt een *dubbelganger*. Het ‘quasi-autonome’ aspect waar Morse over spreekt (1.3.2.2) – de dubbelganger die niet langer ‘gevangen’ is in een spiegelbeeld – is veel sterker aanwezig dan, bijvoorbeeld, in het geval van een gemanipuleerde selfie of internetmeme. Dit werkt een sterkere mate van vervreemding in de hand. Waar Benjamin de vervreemding benoemt die een acteur voelt wanneer hij zichzelf als ‘een schaduw van zichzelf’ ziet

acteren op het filmdoek (1.3.2.2), daar is hier iets anders aan de hand. De afschuw die Martin beschrijft te voelen bij het zien van haar deepfake is immers niet de afschuw van een acteur die een auraloze ‘schaduw’ van zichzelf ziet op een scherm. Het gaat hier om een versie van zichzelf die voor haar, gezien vanuit de samenhang van belichaamde ervaringen door de tijd heen die persoonlijke identiteit uitmaakt, nooit écht is geweest. Maar er is wél sprake van kwalitatieve gelijkenis en dat maakt de confrontatie met een deepfake dubbelganger zo intens – foto- en filmbeelden van het zelf roepen immers ook onherroepelijk een gevoel van nabijheid en intimiteit – een dit ben ik – op. Zoals we met Barthes al zagen is het afgebeelde in bijvoorbeeld een foto – en allicht nog sterker in film die zoals Metz stelt een herinnering oproept van een persoon als ‘levende’ gevoelsmatig heel sterk aanwezig vanwege de causale relatie tussen index en hetgeen waar de index naar verwijst (1.3.2.2). Maar een deepfake is niet precies een ‘voetdruk’ zoals Sontag de relatie tussen foto en subject benoemt, noch bestaat er op dezelfde manier een causale relatie tussen foto en de afgebeelde als Barthes die heeft beschreven (1.3.2.2). Het gaat immers om bewegend beeld van een gebeurtenis die strikt genomen niet heeft plaatsgevonden, althans niet in combinatie met de persoon die in een ‘personal deepfake’ wordt afgebeeld. Citron stelt:

Deep-fake sex videos are different from the nonconsensual disclosure of intimate images because they do not actually depict a victim’s naked body. Yet even though deep-fake sex videos do not depict featured individuals’ actual genitals, breasts, buttocks, and anuses, they hijack people’s sexual and intimate identities. (Citron 2019, 1921)

De ingewikkelde werkelijkheid van het niet (geheel) afbeelden van een persoon en toch van grote invloed zijn op de persoonlijke identiteit is typerend voor de ontologie van een deepfake video. Het is geen origineel, maar ook niet geheel een *kopie*, immers de gebeurtenis heeft nooit in het echt plaatsgevonden. We zouden een deepfake kunnen typeren als een simulacrum (zie 1.2.2.1), een kopie zonder origineel. Maar dat doet niet helemaal recht aan de vervreemdende werking van een deepfake video, omdat hier het element van *gelijkenis* – met het ‘origineel’, d.w.z. de afgebeelde persoon – een belangrijke rol speelt, een aspect dat een simulacrum niet helemaal lijkt te ondervangen. Nog urgenter dan de selfie en de internet meme roept een ‘personal deepfake’ vragen op rondom *authenticiteit* (1.3.2.2).

In dit kader zijn de bespiegelingen rondom deepfakes die Luciano Floridi in 2018 publiceerde interessant, omdat ook hij daarin probeert deepfakes te situeren binnen de beeldfamilie (1.2.1.1). Hij vangt zijn beschouwing aan met een historische verkenning van de relatie tussen het authentieke en het ‘neppe’ (*fake*). Hiertoe wendt hij zich in de eerste instantie tot de kunstwereld, waar we reproducties tegenkomen in de vorm van replica’s en vervalsingen. Het verschil tussen deze twee, zo stelt hij, is gebaseerd op ons concept van authenticiteit – “Is this artefact what it claims to be?” (Floridi 2018, 317). Dit lijkt een simpele vraag, maar de realiteit blijkt weerbarstiger en complexer te zijn dan dat. Floridi geeft enkele voorbeelden in de kunstwereld, zoals meestersvervalser John Myatt die zo beroemd werd dat zijn vervalsingen als ‘genuine fakes’ verkocht worden, en hij verwijst ook naar René Magritte, die niet alleen ‘nep-Picasso’s’ en ‘nep-Renoirs’ maakte, maar tevens ook zélf een vervalsing maakte van zijn eigen werk *The Flavour of Tears* (*Le Saveur des larmes*, 1948) waarbij hij één versie verkocht als authentiek en de ander als vervalsing in omloop bracht. “In this mess, and as if things were not confusing enough”, verzucht Floridi, “digital technologies further reshuffle what is possible and our understanding of it” (Floridi 2018, 317).

Om dit te illustreren verwijst hij naar een deep learning AI-project waarbij er 300 werken werden gedigitaliseerd met in totaal meer dan 80,000 penseelstreken van Pablo Picasso, Henry Matisse en Egon Schiele, en anderen. Door individuele penseelstreken te segmenteren leert het AI-systeem karakteristieken van individuele penseelstreken te kwantificeren, waardoor het uiteindelijk in staat is

unieke kenmerken per kunstenaar te identificeren, maar tevens *individuele penseelstreken* te herkennen als zijnde van een specifiek individu. Deze software wist uiteindelijk een precisie van 70-90% te bereiken in het identificeren van individuele penseelstreken en maar liefst een 100% accuraatheid als het ging om het identificeren van vervalsingen. De wijze waarop individuen het penseel hanteren bleek net zo uniek als een vingerafdruk en kunstmatige intelligentie (*Artificial Intelligence*, hierna afgekort tot AI) “can help one to discover it, as if it were a microscope” (Floridi 2018, 318). Maar AI kan niet enkel worden ingezet om ons mensen, wezens met beperkte zintuiglijke kwaliteiten, te helpen authentieke werken te onderscheiden van vervalsingen. Het kan ook worden ingezet om *nieuwe* werken te maken. En hier wordt het echt ingewikkeld, want tot op zekere hoogte – zo betoogt Floridi – zijn deze nieuwe werken ‘authentiek’ te noemen. Een deep learning systeem kan gedigitaliseerd werk van, bijvoorbeeld, Rembrandt tot in de kleinste details analyseren. Op basis daarvan kan het systeem bepalen wat de meest gebruikte onderwerpen zijn (bijvoorbeeld een Kaukasische man tussen de dertig en veertig jaar oud, de meest voorkomende kenmerken van die onderwerpen (het type gezichtsbehandling bijvoorbeeld, en zestiende-eeuwse kleding), de stijl van weergave, de wijze waarop de penseelstreken worden gezet en in welke volgorde. Kortom: “all the information needed to produce a new painting by Rembrandt” (Floridi 2018, 319). Aan de hand van deze informatie kan de AI uiteindelijk een ‘nieuwe Rembrandt’ genereren én produceren met behulp van een 3Dprinter, zodat zelfs de opbouw van penseelstreken zoals Rembrandt deze zou opzetten op doek kan worden gesimuleerd. Het resultaat is ‘een Rembrandt’ die past in de authentieke collectie en ‘als van’ Rembrandt zelf is, maar niet letterlijk door Rembrandt zelf is geschilderd.⁴¹ In *The Next Rembrandt Project* (2016) – een samenwerkingsverband tussen ING, Microsoft, de Technische Universiteit Delft, het Mauritshuis en het museum Het Rembrandthuis – werd op de beschreven wijze inderdaad een bedrieglijk echte ‘nieuwe Rembrandt’ geproduceerd, laag voor laag uitgeprint door een geavanceerde 3D printer. Het resultaat is een uiterst verwarrend artefact dat volgens Floridi weliswaar niet *origineel* is, maar wel als *authentiek* kan worden beschouwd omdat het de stijl van Rembrandt op een overtuigende wijze simuleert. Rembrandt had het geschilderd kunnen hebben (Floridi 2018, 319). Omdat het zulke sterke banden met Rembrandt zelf onderhoudt, zou je het een ‘echte nepperd’ kunnen noemen

Wat is nu de ontologische status van deze simulatie? Baudrillard’s ‘simulacrum’ dekt de lading niet helemaal, vanwege genoemde sterke band met een origineel of ‘bron’ – in bovenstaand voorbeeld Rembrandt. Floridi stelt voor om in dit kader te spreken van *ectypes*, afgeleid uit het Grieks en – net als simulacrum – verwijzend naar een kopie die ook ergens niet helemaal een kopie is, omdat het een ander soort relatie onderhoudt tot zijn ‘archetype’, de bron waar de kopie op is gebaseerd, dan een normale kopie. Floridi noemt als voorbeeld een “impression left by a seal”, zoals de afdruk van een zegelring in de lak waarmee een brief is verzegeld, teneinde de authenticiteit van de afzender te garanderen. Bij de ectype is het “not the real thing, but it is clearly linked in a significant, authentic way with the real thing itself” (Floridi 2018, 319). Omdat deep learning technologie in staat is de archetypische bron (in bovenstaand voorbeeld de persoon Rembrandt) en het proces (zijn schilderij) te scheiden, is het mogelijk een *ectype* te creëren, dat volgens Floridi net zo authentiek is als de afdruk van een zegelring. Zowel het onderwerp als hóé het wordt afgebeeld ‘raken’ als het ware aan de schilder Rembrandt. Maar het is desondanks niet origineel te noemen qua ‘archetypa: source’ (Floridi 2018, 319). Anderzijds kan er ook sprake zijn van een ectype die wel origineel is in termen van

⁴¹ Een dergelijk werk dienen we weer te onderscheiden van kopieën van bestaande schilderijen van Rembrandt, die worden gemaakt door de oppervlakte van een Rembrandt-schilderij met een hoge-resolutie scanner, die ook het reliëf in kaart kan brengen, in te scannen, om de scan vervolgens met een 3D-printer uit te printen. Op die manier is een nauwelijks van het origineel te onderscheiden kopie van Rembrandts *Het Joodse bruidje* gemaakt (De Mul 2013b).

‘archtypal source’, maar dan weer niet authentiek in termen van productie en uitvoering: “ectypes can be authentic but unoriginal artefacts [...] or inauthentic but original artefacts” (Floridi 2018, 319). In dit kader noemt hij de speech synthese van de laatste toespraak van Kennedy die hij nooit daadwerkelijk uit zou spreken, omdat hij kort daarvoor werd vermoord. De speech is geschreven door Kennedy zelf – de bron is met andere woorden origineel. Maar de uitvoering is dat niet – in dit geval heeft AI leren spreken ‘net als’ Kennedy. “So here is a Kennedy who is and is not a Kennedy, similar and yet different from the Rembrandt that is and is not a Rembrandt. They are both ectypes” (Floridi 2018, 320).

Hoewel Floridi ons op een interessant spoor zet, is zijn gebruik van het woord ‘authentiek’ echter verwarrend, omdat de betekenis ervan afwijkt van de gebruikelijke, zoals we die bijvoorbeeld bij Benjamin (1.1.2.1) en Baudrillard (1.2.1.1) aantreffen. Gewoonlijk noemen we een schilderij immers uitsluitend een ‘authentieke Rembrandt’ als Rembrandt het zelf (eventueel met hulp van medewerkers) heeft geschilderd en dan heeft het dezelfde betekenis als ‘een originele Rembrandt’. Het *Van Dale Groot woordenboek der Nederlandse taal* geeft als betekenis van ‘authentiek’: “eigenhandig geschreven of gemaakt, niet vervalst” en noemt “echt, betrouwbaar, origineel” als synoniemen (Geeraerts 2005). In het Rembrandt project, waarin wordt gepoogd de authenticiteit of originaliteit van de aan Rembrandt toegeschreven schilderijen vast te stellen, wordt immers niet alleen gekeken of de stijl van het te beoordelen schilderij voldoende overeenkomt met de reeds als authentiek of origineel bestempelde schilderijen van Rembrandt, maar bijvoorbeeld ook of het paneel of de verf daadwerkelijk afkomstig zijn uit Rembrandt’s tijd. Floridi heeft echter wel een punt als hij opmerkt dat genoemde ectypes niet hetzelfde zijn als volstrekt niet-authentieke of niet-originele replica’s of vervalsingen. Zowel het Next Rembrandt schilderij als de speech van Kennedy staan in een nauwere betrekking tot hun maker dan replica’s of vervalsingen. Ze zijn niet echt gemaakt door Rembrandt en Kennedy, maar in een bepaald opzicht toch ‘echter’ dan louter replica’s of vervalsingen (door een stem-imitator of schilder die in de stijl van Rembrandt schildert). Je zou ectypes volgens mij beter *semi*-authentiek of *semi*-origineel kunnen noemen.⁴²

Dat Floridi toch kiest voor het begrip ‘authentiek’ lijkt samen te hangen met het feit dat hij de stijl loskoppelt van de maker, maar wel de naam van de maker daaraan koppelt. ‘De stijl van Rembrandt’ wordt als het ware de originele bron, ongeacht of die wordt uitgevoerd door Rembrandt of een AI-programma. Als een AI die stijl perfect beheerst, dan kunnen – in deze gedachtegang – de producten die met behulp van die AI worden gemaakt authentieke Rembrandt’s worden genoemd. Het betekent dan eigenlijk niet veel meer dan dat ‘authentiek’ betekent dat het werk niet van een door Rembrandt zelf geschilderd schilderij kan worden onderscheiden. Maar dat is ook het geval met een schilderij ‘in de stijl van Rembrandt’ van een van zijn tijdgenoten of een latere vervalsen. Zelfs de onderzoekers van het Rembrandt project hebben zich wel eens vergist bij hun toeschrijving. In het geval van The Next Rembrandt Project blijkt ook een AI de stijlkenmerken van Rembrandt zo goed te kunnen nabootsen dat het dezelfde indruk maakt als een authentiek schilderij. Het verschil met een vervalsing is dat het met behulp van AI vervaardigde schilderij hier niet als echt wordt gepresenteerd, maar een demonstratie is van waartoe geavanceerde AI in staat is. Helemaal zeker van zijn zaak schijnt Floridi niet te zijn, want bij The Next Rembrandt staat in de tabel waarin hij diverse typen ‘Archetype, fake en ectypes’ ordent, in de kolom ‘Authentic production’: “(Qualified) Yes”. ‘Helemaal authentiek’ is het door de AI geproduceerde schilderij dus ook volgens Floridi niet. In het kader van mijn analyse van

⁴² Het voorvoegsel ‘semi’ is hier – in overeenstemming met van het *Van Dale Groot woordenboek der Nederlandse taal* (Geeraerts 2005) gebruikt ter aanduiding van feit dat de authenticiteit dat “niet in de volle betekenis van het woord is”. Dat is niet hetzelfde als *quasi*-authentiek, waarbij enkel de schijn van authenticiteit wordt opgeroepen.

deepfakes is het vruchtbaarder aan te knopen bij Floridi impliciete definitie van het ectype als een indexicaal teken (1.3.2.2). Zijn voorbeeld – “impression left by a seal” (Floridi 2018, 319), is namelijk een schoolvoorbeeld van de causale relatie die een indexicaal teken onderhoudt met zijn origineel. Het reliëf van de zegelring is in de lak gedrukt. Net als een voetafdruk op het strand bewijst de afbeelding in de lak het bestaan van het origineel (respectievelijk van de voet en de zegelring). Ook de penseelvoering van Rembrandt die zich inschrijft in de verf op het schilderij is een indexicaal teken (Rembrandt was here!). Ook in het geval van de The Next Rembrandt is dat het geval, maar nu op een door het AI programma gemedieerde – bemiddeld-onmiddellijke – wijze.

Bij de bespreking van Barthes zagen we dat ook fotografische of filmische afbeeldingen een indexicaal karakter hebben (1.3.2.2). Ook bij een analoge foto of film is de afbeelding causaal verbonden met de gefotografeerde of gefilmde persoon, die door de lichtstralen in de emulsie worden ‘gegrift’. Bij digitale fotografie vindt daar – net als bij The Next Rembrandt – een analoog-digitaal-analoog conversie plaats, maar de afbeelding op papier of op het beeldscherm levert fenomenologisch gezien dezelfde authenticerende ervaring op. In Barthes woorden is er sprake van de ervaring dat het afgebeelde ‘er geweest is’ (*Ça a été*). Ook deepfakes hebben een indexicaal karakter. Het gaat daarbij echter wel om een bijzonder type index, omdat het een digitale recombinitie betreft van minstens twee – maar vaak nog meer – indexicale foto’s en video’s. Een resulterende deepfake video is in dat opzicht dus een vervalsing te noemen, niet omdat de bestanddelen niet indexicaal zouden zijn (immers afzonderlijk genomen zijn zowel de afbeelding van de porno-actrice als die van het afgebeelde slachtoffer indices), maar het digitale gerecombineerde resultaat als geheel is geen index in de zin dat de getoonde pornoscene, waaraan het slachtoffer schijnbaar deelnam, nooit werkelijk heeft plaatsgevonden. Een deepfake video onderscheidt zich daarbij van The Next Rembrandt, in de zin dat de elementen waaruit het is opgebouwd authentiek (origineel) zijn. Dat juist maakt de deepfake zo bedrieglijk echt.

Waar gemanipuleerde selfies net als veel CGI en motion-capture faceswaps nog in de befaamde *uncanny valley* dreigen te vallen, daar heeft deepfake technologie het potentieel deze specifieke vorm van het unheimliche (dingen die heel erg op ons lijken maar toch *net* niet waardoor het naar wordt – denk aan wassen beelden, dode lichamen, androïde robots, CGI die net een beetje *off* is) te omzeilen. “The multidimensional complexity of transforming one person’s face into a seamless mask for another actor is just the kind of discrete task that deep neural nets excel at conquering. Bridging the uncanny valley is just another kind of board game for an AI to learn. It starts out wildly inaccurate and then bootstraps itself into inhuman levels of perfection” (Fletcher 2018, 263). Hoe (ultra)realistischer het synthetische beeld wordt, hoe complexer en prominenter de relatie tussen authenticiteit en origineel. De gelijkenis is hoogst *unheimlich* geworden.

4.3.1.2 Object

Wanneer we deepfakes benaderen als *object*, dan leggen we de focus op de materiële ondersteuning van de afbeelding. Deepfakes zijn digitale videobeelden, die – zo werd in de voorafgaande paragraaf al duidelijk – worden gecreëerd met behulp van kunstmatige intelligentie (AI). AI is een paraplubegrip voor allerlei onderzoeksprogramma’s en projecten die zich richten op het creëren van programma’s die op intelligente wijze taken uit te voeren. Deze zijn deels gebaseerd op klassieke regelgeleide (stap-voor-stap) *algoritmen* (juridische expertsystemen werken vaak op die manier), en deels op digitale *neurale netwerken* (een oudere benaming voor het eerdergenoemde *machine learning* en *deep learning*). In het laatste geval ontdekt het programma zelfstandige patronen in grote dataverzamelingen (Citron en Chesney 2019, 1759). Een neurale netwerk kan bijvoorbeeld de opdracht krijgen in een verzameling dierenfoto’s honden en katten te onderscheiden. Tijdens een

trainingsperiode wordt aangegeven op welke foto's honden en welke katten tonen en op welke kenmerken moet worden geselecteerd. Daarbij wordt vaak ook een bepaald gewicht aan die kenmerken toegekend (het hebben van vier poten is niet echt onderscheidend, het wel of niet hebben van een kleine neus of prominente snorharen wel). Een neurale netwerk heeft vaak meerdere lagen, waarbij iedere laag op een ander kenmerk selecteert). "Given a set of salient features to look for (for example, what distinguishes a cat image from a dog image) and a mass of data on which to train (a bunch of labelled cat and dog images), a machine-learning algorithm can come to recognize those features in new data (like an unlabeled picture of a domestic quadruped) and draw relevant conclusions (cat or dog)" (Fletcher 2018, 458).

Binnen het gebied van machine learning wordt vaak nog als een meer geavanceerde subcategorie van onderscheiden, die sinds ca 2012 als 'deep learning' wordt aangeduid. Het 'diepe' is erin gelegen dat dergelijke neurale netwerken uit een groot aantal lagen bestaan, en bovendien op basis van de invoer ook zelf leren relevante kenmerken te onderscheiden:

Whereas machine-learning algorithms require the features they look for in data to be pre-set, deep-learning neural nets can determine and detect salient features on their own. Given a mass of images correctly labeled cats or dogs, for example, a deep-learning algorithm will process those images and determine by itself the most relevant features to distinguish dog pictures from cat pictures. The result is a highly effective prediction/decision-making engine, often more accurate than any human could be. (Fletcher 2018, 459)

Dat zelflerende vermogen maakt ze zeer adequaat, maar met de toename van het aantal lagen wordt de precieze werkwijze ook, zelfs voor experts, onnavolgbaar en daardoor niet-uitlegbaar (*unexplainable*). Deze genoemde technieken worden inmiddels al breed ingezet en we hebben er in ons dagelijks leven regelmatig mee te maken, misschien zonder dit zelf door te hebben. De algoritmes die je tijdens het online winkelen bij bijvoorbeeld Bol.com of Amazon.nl aanbevelingen doen ("Mensen die dit item kochten, kochten vaak ook..." of "Heb je dit misschien ook nodig?") zijn voorbeelden van machine learning, evenals algoritmen die je helpen een zin af te maken in een tekst messages of email. Hoe meer input dergelijke systemen krijgen, hoe accurater en "slimmer" ze worden.

Sinds 2014 bestaan er nog nieuwere deep learning programma's die deze technologie nog een stapje verder hebben gebracht. Zogenaamde *Generative Adversarial Networks* (GANs) worden twee 'neural nets' tegen elkaar afgezet. Het resultaat is dat ze in staat zijn minutieuze details te onderscheiden, ordenen en vergelijken. En het is dit type deep learning programma's dat aangewend wordt voor het maken van deepfakes, aangezien zeer overtuigende synthetische beelden kunnen maken. "The result far exceeds the speed, scale, and nuance of what human reviewers could achieve. Growing sophistication of the GAN approach is sure to lead to the production of increasingly convincing deep fakes" (Citron and Chesney 2019, 1760). Geavanceerde deep learning systemen vroegen tot niet zo lang geleden diepgaande kennis, krachtige hardware met super snelle graphic-processing units en grote hoeveelheden data om algoritmes op los te laten, "resources traditionally available only to large corporations, research institutions, and governments" (Fletcher 2018, 263).

In het voorafgaande merkte ik al op dat er inmiddels echter al diverse deep learning software programma's en zelfs gebruiksvriendelijke apps publiekelijk beschikbaar zijn. Deze zijn weliswaar nog niet in staat ultra-realistische deepfakes te produceren, maar ze benaderen de meer geavanceerde versies qua realisme steeds dichter. Persoonlijke computers en laptops worden steeds sneller en zijn vaak ook uitgerust met geavanceerde graphic cards. Ze zijn inmiddels krachtig genoeg om deep neural-net programma's te kunnen draaien. Had je eerst een heel team nodig om deepfakes te

kunnen produceren, daar bieden nieuwe ‘consumer-level’ algoritmes individuele computergebruikers de mogelijkheid om zelfstandig en met eigen hard- en software al behoorlijk overtuigende faceswaps te produceren (Fletcher 2018, 263). Anno 2022 zijn er diverse applicaties beschikbaar (zoals *Zao*, *Deepfakes Web*, *DeepFaceLab* en *Reface*), die de gebruiker vaak opvallend simpel in staat stellen zelf deepfake content te creëren. Chesney en Citron stellen dan ook dat “[t]he capacity to generate persuasive deep fakes will not stay in the hands of either technologically sophisticated or responsible actors. For better or worse, deep-fake technology will diffuse and democratize rapidly (Chesney and Citron 2019, 1762). De huidige ontwikkelingen maken het waarschijnlijk dat de mogelijkheden om zeer geloofwaardige deepfake vervalsingen te maken in hoog tempo zal toenemen en toegankelijker zal worden voor een breed publiek. Chesney en Citron voorspellen dat deepfake dezelfde weg zal volgen als eerder tot ontwikkeling gekomen typen grafische beeldbewerking – geavanceerde foto- en video-editing – die aanvankelijk alleen voor experts was weggelegd (idem, 1763). Daarnaast wijzen ze erop dat de opkomst van deepfake technologie op een penibel moment komt; “No longer is the public’s attention exclusively in the hands of trusted media companies. Individuals peddling deep fakes can quickly reach a massive, even global public” (idem, 1763). Dat brengt ons bij de beschouwing van de deepfake technologie als *medium*.

4.3.1.3 *Medium*

Begrepen als medium verwijst de deepfake naar materiële en immateriële praktijken en omstandigheden die een visuele afbeelding – in dit geval een bewegend beeld – verbinden aan een object om zo een afbeelding te *produceren*. Het gaat in dit geval om materiële sociale praktijken (4.3.1.2), maar daarnaast óók bijvoorbeeld sociale gewoonten en sociale (online) gemeenschappen die hiermee van doen hebben. Bekijken we pornografische deepfakes met herkenbare personen vanuit dit mediumperspectief, dan gaat het niet alleen om de hardware en software die het mogelijk maakt een deepfake video te creëren, maar ook om bijvoorbeeld sociale conventies (wraakporno, *silencing* van vrouwen, objectivering en seksualisering, et cetera) die van invloed zijn op de constructie van het beeld. Ook discourse, reacties op video’s, hoe er over wordt gepraat in de media maken daarvan deel uit.

Zoals we al zagen worden vooral vrouwen slachtoffer van deepfake pornografie. De afgelopen jaren werden ook verscheidene vrouwelijke journalisten doelwit. Zo stak journaliste Rana Ayyub haar hoofd boven het maaiveld uit door te schrijven over de corruptie van Hindu nationalistische politici. Er staken tweets van trollen de kop op die zich als haar voordeden, waarbij werd geïnsinueerd dat Ayyub vóór kinderverkrachting zou zijn en Indiase mensen zou haten. Vervolgens ging er een seksueel getinte deepfake video van twee minuten de ronde, waarin haar gezicht op dat van een andere vrouw was gemonteerd. Deze video werd door duizenden mensen gedeeld op sociale media (waaronder Twitter en Facebook) en in WhatsApp groepen. Al snel liepen haar sociale media vol met clips uit de deepfake, vergezeld van commentaar van mensen die seks van haar eisten of dreigden met (groeps)verkrachting. Ook gingen er Tweets rond met haar huisadres, telefoonnummer. Een van de posters schreef “See, Rana, what we spread about you; this is what happens when you write lies about Modi and Hindus in India” (Citron 2019, 1923). In het geval van de eerdergenoemde Martin uit Australië, was het misbruik van haar afbeeldingen – veelal selfies die ze zelf op haar sociale media profielen had geplaatst – al aan de gang voor ze zelf iets in de gaten had en in de eerste instantie leek

hier geen 'wraak' mee gemoeid te zijn. Ze kwam achter het misbruik toen ze een foto via Google *reverse image search* aantrof op seksuele websites:

On a split second, my screen was flooded with that image and dozens more images of me that had been stolen from my social media, on links connected to porn sites. On these sites, nameless, faceless sexual predators had published highly explicit sexual commentary about me and what they'd like to do to me. "Cover her face and we'd fuck her body," one person wrote. They also published identifying information about me: where I lived, what I studied, who I was. (Martin 2019)

Zodra ze zich publiekelijk uit begon te spreken over dit misbruik en ze zich er openlijk tegen verzette, kreeg de alsnog alsmaar groeiende content wel steeds meer een wraakaspect en krijgt de seksuele lading die aan de gemanipuleerde foto's van Martin wordt gegeven een steeds gewelddadiger karakter:

I soon discovered that these sexual predators had doctored or photoshopped my face onto the bodies of naked adult actresses engaged in sexual intercourse, on solo shots of me being ejaculated on by two men. Sperm was edited onto my face. I was edited onto the cover of a porn DVD. Perpetrators had edited my images to give the effect that my blouse was transparent or see-through, so you could see my nipples. Perpetrators ejaculated on images of me, took photos of their sperm and penises on these images and posted them onto porn sites. "Cum on printed pigs," is what they call it. (Martin 2019)

Martin wordt door op verschillende, maar samenhangende wijzen geobjectiveerd; steeds weer wordt ze neergezet als pornoster, dan weer door haar gefotoshopte afbeeldingen op een porno-DVD te zetten, dan weer door pornografische foto's te creëren, dan weer door deepfake content waarin ze ogenschijnlijk als porno-actrice seksueel verkeer heeft met diverse mensen.

Wat Martin overkwam, past in een bredere tendens rondom deepfake. Het creëren van pornografische content is een van de populairste toepassingen, en pornografische deepfakes maken, samen met andere vormen van 'image-based sexual abuse', deel uit van een mechanisme "for the achievement or consolidation of social power among a subculture of male peer support and online sexual deviancy" (Henry et al. 2021, 95). In een studie uit 2019, 'Image-based sexual abuse: Online distribution channels and illicit communities of support' (2019) laten Henry en Flynn zien dat online community forums, die we reeds tegenkwamen bij de bespreking van internet memes, ook in het geval van deepfakes een cruciale rol spelen. Ze stellen dat 'image-based sexual abuse' (IBSA) materiaal zich met name op vier soorten online platformen voordoet; "IBSA-specific sites, imageboards, community forums, and pornography sites" (Henry and Flynn 2019, 1934). Leden van online fora komen samen en delen 'interesses' op zogenaamde *threads*. Henry en Flynn ontdekten in hun etnografische online onderzoek bijvoorbeeld dat sommige van dergelijke *threads* zich specialistisch toeleggen op het delen van naakte of seksuele foto's of video's zonder toestemming van de betreffende partner. Ze geven voorbeelden van specialistische *threads* waar bepaalde 'spelregels' gelden, bijvoorbeeld door leden de opdracht te geven hun vriendin of vrouw naakt te fotograferen in een publieke setting, om de genomen afbeelding vervolgens zonder hun toestemming op het forum te plaatsen, of door leden de opdracht te geven naar aanleiding van geüploade afbeeldingen van al dan niet naakte vrouwen de vrouwen seksueel te vernederen en misbruiken. Ook beschrijven Henry

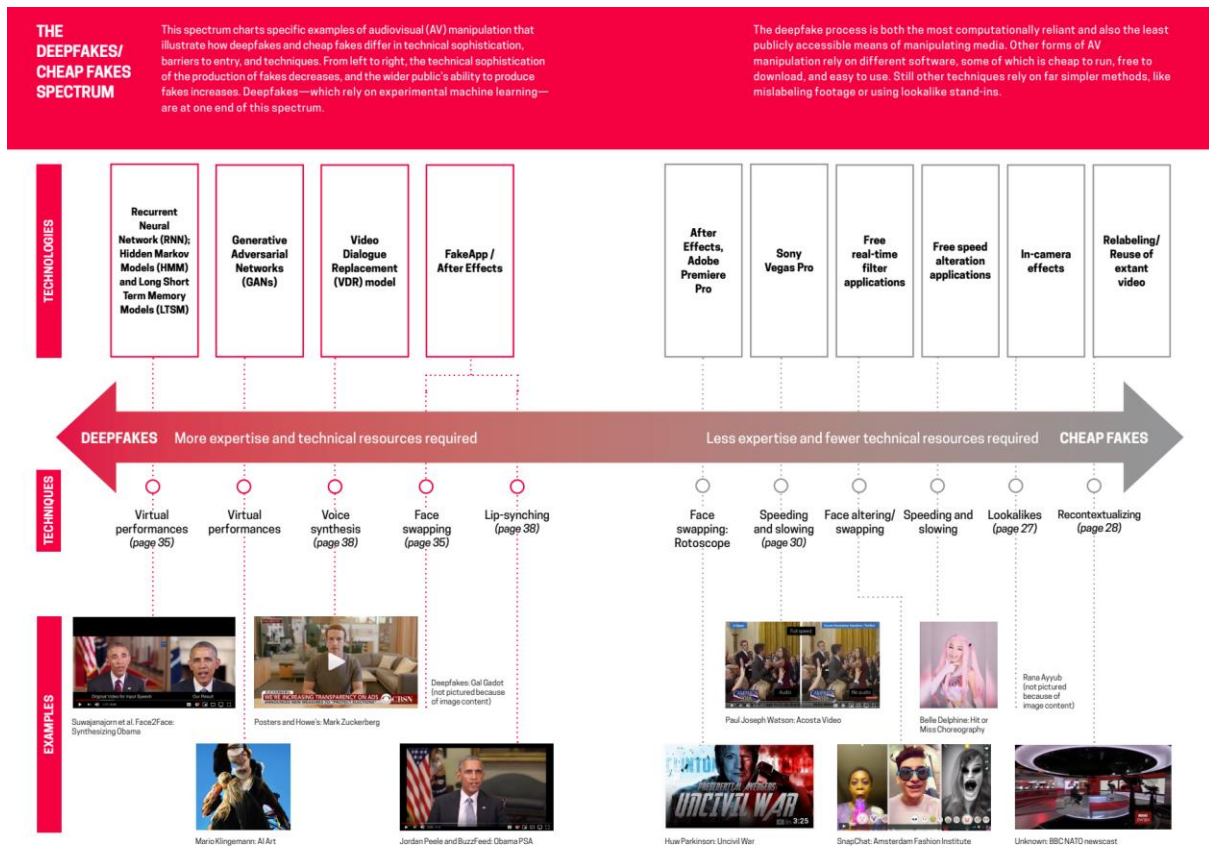
en Flynn een – zeer actief – forum waarop leden wordt gevraagd om hun ‘meisje’ te uploaden, zodat andere mensen deze kunnen downloaden om er een ‘cum tribute’ video mee te maken, waarbij een andere man ejaculeert op de geprinte foto of op een weergave van de foto op hun telefoon of computerscherm (Henry and Flynn 2019, 1943-1944). In het boek *Image-based sexual abuse* (2021) stellen Henry et al. dat de recentere trend van deepfake pornografie in het verlengde ligt van dit soort vrouwonvriendelijke online misbruikpraktijken, waarbij voor de opkomst van deepfake technologie digitale afbeeldingen al werden gemanipuleerd met behulp van beeldbewerkingsprogramma’s als fotoshop. Zij stellen dat dergelijke praktijken constitutief zijn voor een gender-orde, een specifiek historisch machtspatroon tussen man en vrouw (Henry et al. 2020, 96). Met name binnen genderstudies wordt er binnen deze context ook wel van ‘hegemonic masculinity’ gesproken, om machtspatronen en discourse aan te wijzen waarmee patriarchale motieven en overheersing worden gelegitimeerd en in stand gehouden. Ze halen in dit kader *masculinities scholar* Michael Flood aan, die stelt dat geritualiseerde daden van seksuele vernedering tegen vrouwen worden gebruikt voor collectief amusement van mannen, en dat dit in dienst staat van het bewijzen van iemands positie in een mannelijke sociale hiërarchie (idem). De ‘performance’ van (hyper-)masculiniteit vindt volgens Flood veelal plaats op de domeinen van het lichamelijke en seksualiteit (idem). Henry et al. stellen dat in het digitale tijdperk “a nude or sexual photograph or video is incontrovertible ‘proof’ of intimacy and conquest” (idem, 97). In het geval van het delen van beeldmateriaal waar door de afgebeelde persoon (meestal een vrouw) géén toestemming is gegeven, maakt het deel uit van de ‘performance’ van masculiniteit en wordt het bovendien aangemoedigd en genormaliseerd binnen specifieke sociale contexten (idem, 97), bijvoorbeeld van eerdergenoemde internet fora. Dit maakt dat in feite iedere vrouw die foto’s online plaats – of van wie afbeeldingen online worden geplaatst met of zonder hun medeweten – slachtoffer kan worden van ‘image based abuse’. In haar TED-talk stelt Martin dan ook:

Now, you might be thinking, why me? Well, I'm just one of the thousands upon thousands of ordinary women who are being preyed upon in these mass-scale, horrific online cultures, websites and threads that are dedicated to sexually exploiting and doctoring ordinary images of women into porn. As I speak, there are women who are being preyed upon, and they don't even know it. (Martin 2020)

Deepfake video’s lijken in dit type online misbruik een speciale plek in te nemen. Zoals we in de gevallen van Ayyub en Martin zien, werden zij slachtoffer van deze digitale ‘misbruik-techniek’ op het moment dat zij zelf macht probeerden uit te oefenen, door zich publiekelijk uit te spreken tegen de mistanden. De deepfakes lijken in dergelijke gevallen gemaakt te worden door mannen “whose efforts to exert power over women have failed [...]” en die vervolgens op zoek gaan naar “means through which to consolidate that identity and status” (idem, 98). Deepfake pornografie maakt vaak gebruik van afbeeldingen van vrouwen met macht (filmsterren, politici) of ‘gewone’ vrouwen die, zoals Ayyub en Martin, hun ‘mannelijke’ staan. Het is vanuit dat licht gezien een manier om vrouwen, die de meeste mannen nooit zouden kunnen aanraken of in hun ‘bezit’ zouden kunnen hebben, te beheersen (idem, 98). In het eerdergenoemde Huffington Post interview met slachtoffers van deepfake pornografie stelt er een van hen dan ook: “Women can tell men, ‘I don’t want to date you, I don’t want to know you, I don’t want to take my clothes off for you,’ but now men can say, ‘Oh yeah? I’m going to force you to, and if I can’t do it physically, I will do it virtually. [...] There’s nothing you can really do to protect yourself except not exist online” (Cook 2019).

4.3.1.4 *Beeld*

Deepfakes als *beeld*, ten slotte, verwijst naar de complexe wijze waarop virtuele, materiële en symbolische elementen samenkomen. Opgevat als *beeld* verwijst deepfake niet alleen naar een digitale video die wordt opgeslagen en verspreid door internetgebruikers, maar ook meer abstract naar de gewoonte om vrouwelijke beroemdheden tot subject te maken van pornografische deepfake content. De deepfake als beeld kenmerkt zich door een hoge mate van manipulatie en bestaat vaak uit twee (of meerdere) componenten uit verschillende ‘originele’ afbeeldingen en foto’s. Dergelijk ‘bricolage’-gebruik van digitale beelden waarmee, in dit geval, met gemak een nieuw – seksueel getint – beeld kan worden gemaakt, is een groeiend probleem in het digitale tijdperk waarin digitale afbeeldingen met een vingerbeweging kunnen worden gemaakt, gedeeld, opgeslagen en gedownload en “the speed in which images can disappear after being downloaded; the difficulties associated with removing images once they are online; and the variety of imagery contained on multiple sites. (Henry and Flynn 2019, 1933). Deepfakes als beeld maken deel uit van een ‘beeldfamilie’ van AV (audiovisual) manipulatie. Paris en Donovan stellen dat AV manipulatie “includes any sociotechnical means for influencing the interpretation of media” (Paris and Donovan 2019, 5-6). Hieronder vallen zowel de meest geavanceerde deepfake video’s die van AI-technologie gebruik maken, maar ook wat zij ‘cheap fakes’ noemen, die meer conventionele technieken zoals “speeding, slowing, cutting, re-staging, or re-contextualizing footage” (Paris and Donovan 2019, 5-6), maar ook bijvoorbeeld het gebruiken van ‘lookalikes’ om vervalste content te creëren van een persoon en de recontextualisatie van beelden, bijvoorbeeld door montage. Wat AV manipulatie gerelateerde beelden gemeen hebben, is het gegeven dat zij de betekenis van het beeld veranderen door middel van diverse manipulatietechnieken. Waar ‘cheap fakes’ dit vaak nog tot op zekere hoogte ‘openlijk’ doen door het zichtbare karakter van de manipulatie, daar onderscheiden de meest geavanceerde deepfakes zich door hun (bijna) onzichtbare beeldmanipulatie (zie Afbeelding 17 voor het ‘deepfake – cheap fake spectrum zoals ontwikkeld door Paris en Donovan). In het geval van ‘virtual performances’ – de huidige meest geavanceerde deepfake technologie – is het uiteindelijke beeld een resultaat van een ‘digitization of bodies’, vaak niet alleen wat lichamelijke data betreft (gezicht, lichaam) maar bijvoorbeeld ook de stem of bepaalde maniertjes in de beweging, op basis van een deep learning ‘training’ die gebruik maakt van tot wel honderden foto- en videofragmenten, die tegenwoordig op talloze computers, sociale media profielen en in de cloud te vinden zijn (Paris and Donovan 2019, 7). Het resultaat is een gerecombineerd en gemanipuleerd beeld, dat zich desondanks voordoet als ‘authentiek’.



Afb.17 Deepfake/cheap fakes spectrum, bron: Data & Society, Paris & Donovan

4.3.2 De deepfake als dubbelganger

In dit tweede gedeelte van deze verkennende analyse van deepfakes maak ik, nu ik het beeldaspect uiteen heb gezet, de stap naar het mensaspect van deze digitale dubbelganger en de wijze waarop het dubbelgangerdom van de mens tot uitdrukking komt in dit specifieke mediadispositief.

4.3.2.1 Binnenwereld, buitenwereld, medewereld en deepfakes

Allereerst plaatsen we ook dit mediadispositief opnieuw binnen de drie sferen van de menselijke bestaansvorm (2.1.4.1, 2.1.4.2 en 2.1.4.3), daarbij in gedachten houdend dat iedere wereld – of dimensie, ze zijn immers nauw verstrengeld – wordt gekenmerkt door een dubbelaspectiviteit (2.1.2.3). Wanneer we dit principe vertalen naar personal deepfakes, dan kunnen we de complexiteit van deze digitale dubbelganger – die ik, aanknopend bij Floridi heb getypeerd als een indexicaal 'ectype' – nader doorgronden.

Identiteit belicht vanuit de sfeer van de binnenwereld gaat, zoals we reeds hebben besproken (2.1.4.1) om die aspecten die een individu *van binnenuit* ervaart – emoties, gedachtes, herinneringen aan belevenissen en beleefde situaties (welke tevens worden gekleurd door de medewereld en buitenwereld), dromen, et cetera. De excentrisch gepositioneerde mens kan zich bovendien tot die vanuit de binnenwereld beleefde ervaringen verhouden en vormt via de mede- en buitenwereld een coherent beeld van een 'ik'. Nemen we even de deepfake video's van Martin als voorbeeld, dan kunnen we net als bij de internet meme vaststellen dat Martin deze artificiële extensie in de vorm van

een deepfake beeltenis van zichzelf die seksuele handelingen uitvoert in principe niet van binnenuit kan ervaren, in die zin dat ze geen herinneringen aan de weergegeven situatie kan hebben – de pornografische scene heeft immers nooit daadwerkelijk plaatsgevonden. Er is hier met andere woorden sprake van een radicale discrepantie tussen een binnenwereld-ervaring (“Dit ben ik niet, ik heb geen herinneringen aan deze situatie.”) en buitenwereldervaring (“Dat ben ik, dat is mijn lach, mijn gezicht.”). De realistische extensies van het *Körper* creëren een schizofrene ervaring van het gelijktijdig wél en niet zijn. Die dissociatie speelt waarschijnlijk een rol bij de door de slachtoffers van deepfake pornografische vermelde lichamelijke reacties – flauwvallen, misselijkheid, overgeven, et cetera. Dit doet vermoeden dat er toch een *Leib*-aspect zit aan het waarnemen van een deepfake video waarin je jezelf herkent. De reden hiervoor kunnen we – hoewel misschien gevoelsmatig niet voor de hand liggend – wellicht vinden in het buitenwereld-aspect van de deepfake.

Een deepfake als onderdeel van de buitenwereld is een anders dan we zagen bij de selfie en de internet meme niet precies een ‘uitdrukking’ van het zelf, het is in hoge mate een synthetische *recombinatie*, die we met Floridi ook wel zouden kunnen aanduiden als een semi-authentiek ectype (mijn kritische noot bij diens gebruik van ‘authenticiteit’ in acht nemend). Dit maakt, zoals we zagen, het karakter van een dergelijke deepfake hoogst gecompliceerd. Het betreft geen Baudrillard’s simulacrum, daar het geen kopie is zonder origineel, maar een deepfake onderhoudt ook geen direct indexicale relatie tot het ‘origineel’ – dat wil zeggen de kwalitatief gelijkende persoon die ten grondslag ligt aan de deepfake. Toch is er, zo zagen we in het vorige deel van deze analyse, wel sprake van een zekere ‘echo’ van het originele indexicale verband tussen de originele foto’s en video’s – eveneens behorend tot de buitenwereld als uitdrukkingen van de betreffende persoon – en de afgebeelde persoon. Als bewegend, indexicaal beeld, een ‘living picture’, is het ervaren werkelijkheidsgehalte van deepfake content hoger dan het geval is bij een gemanipuleerd beeld als een selfie met filter of een internet meme zoals ‘Hide the pain Harold’. We zouden kunnen stellen dat deze seksueel getinte video’s een hyperrealistische en geanimeerde *Körper*-extensie vormen (2.1.3.2-2.1.3.4). Het synthetisch gerecombineerde beeld is vervreemdend door de hoge mate van manipulatie én het gegeven dat het tot een – teruggrijpend op de terminologie van Paris en Donovan – virtuele *performance* betreft. Deze digitale dubbelganger toont zich niet ‘doods’, maar handelt op quasi-autonome wijze als *bewegend* beeld. Dit, gecombineerd met de hoge manipulatiewaarde van dit beeld – het vervreemdende effect van Martins eigen hoofd op een lichaam van een actrice met eenzelfde lichaamstype – zorgt voor een hoge mate van vervreemding en ongemak omdat het is *alsof* ze zichzelf ziet. De deepfake video is zo als een tastbare, visuele herinnering aan iets dat gelijktijdig nooit heeft plaatsgevonden én – steeds wanneer de video wordt afgespeeld – op beeld hier en nu plaatsvindt.

4.3.2.2 De drie grondwetten en deepfakes

De kunstmatigheid van de mens krijgt in het geval van deepfakes een wel zeer letterlijke uitdrukking. Net als we bij de casus van ‘Hide the pain Harold’ zagen, geldt ook hier dat het niet Martin zélf is die vorm of uitdrukking heeft gegeven aan zichzelf, maar dat een ánder dit heeft gedaan. Het is in die zin eerder een uitdrukking van het verlangen van een *Definitivum* (2.1.5.3) – een blijvende uitdrukking van Martin – door iemand anders. Ondanks het gegeven dat de seksuele handelingen in de deepfake video’s van Martin niet daadwerkelijk hebben plaatsgevonden – althans met haar in de hoofdrol – worden ze als ‘geprojecteerde extensie’ (2.3.3) een deel van het zelf van Martin en functioneren ze als middel van zelfkennis – zo niet voor Martin zelf, dan wel voor anderen die de deepfake video’s met haar in verband brengen. Stelde ik met het voorbeeld van de ‘treinplasjongen’ uit de introductie dat het ontologisch onwenselijk is om een dergelijk ‘identiteitsanker’ te bezitten dat tegen de veranderlijke en beweeglijke menselijke identiteit in gaat, daar is het ‘identiteitsanker’ in het

voorbeeld van Martin van een andere aard. Was er in het geval van de ‘treinsplasser’ meme nog sprake van een indexicaal verband tussen meme en de handelingen van de jongen, daar is in het geval van Martin ook de vermeende handeling waarmee ze wordt geassocieerd kunstmatig en synthetisch van aard.

Zelfkennis en menselijke waarneming zijn altijd gemedieerd en zelfkennis daarmee ook (2.1.5.2), omdat de mens een gebroken bestaan leidt (2.2.2). Deze gebrokenheid vertaalt zich ook naar de wijze waarop de mens zichzelf ervaart en voor zichzelf toegankelijk is. De mens, genooddaakt zichzelf te leren kennen middels uitdrukkingen, leert zichzelf altijd kennen via een omweg en moet zichzelf tot op zekere hoogte altijd objectiveren. In het geval van de deepfakes van Martin zien we, net zoals bij de internet meme, dat de controle over deze specifieke technologische objectivering niet bij het slachtoffer ligt. Of beter, slechts in beperkte mate, omdat zij in de eerste instantie wél degene was die zichzelf uitdrukte in de vorm van selfies, die ze eveneens zelf op haar sociale media profielen plaatste. Haar casus laat echter opnieuw zien dat afbeeldingen, eenmaal online geplaatst, zich lastig laten beheersen.

Verwijs het utopisch standpunt bij Plessner normaliter naar de wens van de ‘thuisloze mens’ toch met zichzelf samen te vallen, daar zouden we in het geval van de deepfakes van Martin kunnen stellen dat er hier sprake lijkt te zijn van een ‘dystopisch standpunt’ – de wens *niet* samen te vallen met de dubbelganger van het zelf. In het geval van ‘Hide the pain Harold’ zagen we – ondanks de eveneens vervreemdende werking van een door anderen opgelegd meme personage – dat Arató uiteindelijk toch een min of meer ‘utopisch standpunt’ innam, niet omwille van een verlangen met zijn identificatie met Harold een ideaal-ik te realiseren, maar eerder om radicale vervreemding in te perken. In het geval van verslagen van deepfake slachtoffers, zoals Martin, zagen we juist een grote *onwil* om met de digitale dubbelgangers samen te vallen. Dit uit zich niet alleen in het zich afzetten tegen het misbruik en het willen aanvechten van de digitale dubbelganger, maar ook in lichamelijk verzet in de vorm van misselijkheid, depressie en suïcide – dit laatste geen voorbeeld van radicaal samenvallen met het zelf, maar veeleer een radicale verdringing van het ‘origineel’ door de dubbelganger.

4.3.2.3 *Körper- en Leibrelaties en deepfakes*

Ook in geval van de deepfake video’s waarin een herkenbaar persoon een rol speelt, is er sprake van een *Körper*-aspect – de video’s kunnen worden begrepen als een (ongewilde) extensie van het lichaam. Er is, net als we bij de selfies en internet memes zagen, sprake van een kwalitatieve gelijkenis tussen het zelf en de digitale dubbelganger. Uit getuigenissen van slachtoffers lijkt er in het geval van een confrontatie met een deepfake video tevens sprake te zijn van een *Leib*-aspect; ondanks het gegeven dat een slachtoffer niet daadwerkelijk degene is die de handelingen op het beeld uitvoert (of ooit heeft uitgevoerd), zorgt het zien van deepfake content van het zelf wél voor een lichamelijke reactie, zoals flauwvallen en overgeven. Martin beschrijft in interviews eveneens de diepe afschuw die ze voelde bij het zien van ‘haar’ deepfakes. Dit heeft wellicht te maken met de mediumspectifieke karakter van deze digitale dubbelganger.

Eerder besprak ik Barthes en zijn stelling dat het ‘er geweest is’ de analoge foto ‘een verwondende kracht’ geeft (1.3.2.2). Als hij de foto van zijn overleden moeder bekijkt, wordt hij zich er opnieuw van bewust dat zijn moeder er niet meer is. In het geval van video-opname doet die verwonding zich ook voor, maar in het geval van film wordt de afwezige volgens Barthes niet als dode, maar als levende gerepresenteerd. Dat maakt de pornografische deepfake extra verwondend: het is

opgebouwd uit authentieke, indexicale beelden, en daardoor komt de deepfake ondanks de recombinationaire vervalsing zo levendig echt over. Het is waarschijnlijk om die reden dat de slachtoffers, zoals eerder gerapporteerd, de scenes ervaren alsof ze ook in werkelijkheid tegen hun wil in worden gedwongen deel te nemen aan de getoonde seksuele handelingen, en daarbij ook de daaruit voortvloeiende lichamelijke reacties vertonen. Wat we – in mijn herformulering van Floridi's terminologie – kunnen stellen, is dat de besproken pornografische deepfakes worden gekenmerkt door een *semi-authenticiteit*, dat wil zeggen een authenticiteit die – ontologisch gezien – niet reëel is, maar die door de authentifierende kracht van het indexicale beeld – fenomenologisch gezien – als reëel wordt ervaren. Hierdoor kenmerkt de deepfake dubbelganger zich in dit geval paradoxaal genoeg enerzijds door een extreme *Körper*-ervaring en tegelijkertijd een extreme *Leib*-ervaring, terwijl de persoon van binnenuit tegelijkertijd wel beseft dat het afgebeelde beeld niet 'echt' is. In het geval van Martin zijn de gebruikte foto's en video's, met de daarop getoonde gezichtsuitdrukkingen echt, ze zijn authentiek, maar de seksuele scene waarin 'ectype Martin' optreedt, is dat niet. Juist door die dubbelzinnigheid is het uiteindelijke 'product' semi-authentiek te noemen. Hoewel de mens als dubbelganger altijd een dubbele positie inneemt ten opzichte van het eigen bestaan, ontstaat er door deze mediums specifieke kenmerken een spanning tussen het bestaan als *Körper* – waar ook de deepfake als extensie bij behoort – en het bestaan als *Leib* – waarbij zich een spanning voordoet tussen een unheimliche herkenning in de bewegende dubbelganger en een gelijktijdig besef dat deze niet 'echt' kan zijn.

Hieronder bespreek ik tot besluit van dit tweede deel van de verkennende analyse van de deepfake dubbelganger opnieuw de mens-techniek-zelf relaties, gebaseerd op Ihde en Verbeek en aangevuld door mij, om de relatie tussen persoon en diens deepfakes nader te onderzoeken.

Versmeltingsrelatie Inlijvingsrelatie	(mens / technologie) → zelf (mens - technologie) → zelf	geïmplanteerde chip (VR) bril, spiegelbeeld, selfie, avatar	<i>Leib</i> -extensie +++++/++++ <i>Leib</i> -extensie +++/++/+
Hermeneutische relatie Diepte-hermeneutische relatie	mens → (technologie – zelf) Mens → (technologie/wereld)	Facebook <i>likes</i> , <i>quantified self</i> grafiek genetische erfelijkheids-test, My Heritage DNA test	<i>Körper</i> -extensie +/++ <i>Körper</i> -extensie +/++
Achtergrondrelatie Immersierelatie	mens - (technologie / zelf) mens ← (technologie / zelf)	Gepersonaliseerde (digitale) omgeving – Spotify playlist interactieve VR, persuasive mirror	<i>Körper</i> -extensie ++/+++ <i>Körper</i> -extensie ++/+++
Alteriteitsrelatie Vervreemdingsrelatie	mens → technologie (zelf) (mens \ technologie) → wereld	'Sim', augmented reality app met selfie-filters dbs, autonome telerobot, deepfake	<i>Körper</i> -extensie +++/++++ <i>Körper</i> -extensie ++++/+++++

Van een mens-technologie-zelf inlijvingsrelatie (2.3.4.1) noch van een extremere versmeltingsrelatie (2.3.4.5) is er – althans op een letterlijke wijze – geen sprake. Dat wil zeggen, in het geval van een deepfake-video van Martin verdwijnt de technologie niet in een, door Martin uitgevoerde, handeling (zoals een bril bijvoorbeeld zou 'verdwijnen' wanneer je er doorheen kijkt), noch is er sprake van een technologie die letterlijk 'geïncorporeerd' wordt, zoals bijvoorbeeld een hersenimplantaat. Zoals we zagen lijkt er bij slachtoffers, zoals Martin, echter wél sprake van een *Leib*-reactie bij het zien van deepfake pornografisch materiaal waar het slachtoffer zelf een rol in speelt. Daar ik zowel inlijvingsrelatie en versmeltingsrelatie heb geclassificeerd als *Leib*-extensies, lijkt het voor de hand liggend dat er toch sprake is van in elk geval één van de relaties uit deze categorie. De these die ik hier zou willen presenteren, is dat er in het geval van deepfakes (in de vorm van 'virtual performances') zich een verdubbeling van het zelf voordoet, die ondanks dat het hier niet om letterlijk inlijving of versmelting gaat, er zich tot op zekere hoogte een semi-inlijving voordoet, die zorgt voor de in de eerste instantie lijflijke respons op het zien van deepfake virtual performances van het zelf.

Van een hermeneutische relatie zoals beschreven door Ihde (2.3.4.2) is er in het geval van de deepfake evenmin sprake. Je zou kunnen stellen dat het uitvergroten van bepaalde 'symbolische' kenmerken in de selfies van Martin (in haar TEDx presentatie benoemt ze zelf dat ze zich bijvoorbeeld

soms ‘uitdagend’ kleepte in de selfies), die ten grondslag lagen aan haar deepfakes, wel een soort hermeneutische mens-technologie-zelf relatie voortbrengt. Zo kunnen haar grote cup-maat en kortere of veel blootgevende kleding, die in de deepfakes tot in het extreme worden geseksualiseerd, symbool komen te staan voor een (door anderen vastgestelde) seksuele losbandigheid. In deze context lijkt de door mij toegevoegde categorie van een ‘diepte-hermeneutische’ relatie toepasbaar op de casus van Martin, omdat de deepfakes hier iets ongemakkelijk zichtbaar maken, dat anderzijds (tot op zekere hoogte) verborgen zou blijven voor het zelf. Wat deze casus nog bemoeilijkt, is dat het hier gaat om een ‘vertaling’ van het zelf door een ánder. Gaf ik eerder een voorbeeld van een positieve uitslag van borstkanker, nog voordat de ziekte door het lijf belééft wordt, hetgeen – in de vorm van de uitslag op het scherm – zorgt voor een vervreemdende ‘excorporatie’ (2.3.5), daar is er in het geval van de deepfake sprake van een vertaling van een vermeend aspect van het ‘zelf’ van Martin door een ander, waarbij deze vertaling niet per se daadwerkelijk deel uitmaakt van Martin als belichaamd subject – ze ‘voelt’ zich met andere woorden niet per se losbandig. Dit zorgt mogelijk voor een vervreemding tussen het ‘zelf’ en de deepfake dubbelganger.

Van een achtergrondrelatie zoals gedefinieerd door Ihde (2.3.4.3) lijkt in het geval van de deepfake geen sprake. De door Verbeek toegevoegde variant van ‘immersierelatie’ lijkt echter wel van toepassing op de casus van Martin. Verbeek spreekt van immersierelaties bij omgevingen die meer dan louter context zijn (zoals in het geval van een achtergrondrelatie), maar interactie aangaan – zoals persuasive technologies als een ‘smart mirror’ of slimme bedden voor patiënten, of interactieve virtuele werelden. Ik heb hier bij de eerdere bespreking aan toegevoegd dat je ook in minder duidelijke gevallen van interactie zou kunnen spreken van een immersierelatie, bijvoorbeeld het bezoek aan Facebook. Hoewel een deepfake video niet daadwerkelijk interactief is, zou je wel kunnen stellen dat er hier wel degelijk tot op zekere hoogte sprake is van een persuasive mirror, geconstrueerd door anderen die Martin een bepaalde identiteit proberen op te leggen.

Van een alteriteitsrelatie volgens Ihde (2.3.4.4) is er in het geval van Martin wel in sterke mate sprake. Het is niet zozeer dat ze via de technologie de wereld waarneemt of ermee interacteert, maar de deepfake video’s gaan zelf de werkelijkheid uitmaken. Het wordt als het ware een semi-ander, die een eveneens – vanuit fenomenologisch perspectief beschouwd – semi-autonoom karakter heeft. Van alle casussen die ik verkennend heb geanalyseerd, is er bij de deepfake het sterkst sprake van wat ik een vervreemdingsrelatie heb genoemd (2.3.5), de mens-techniek-zelf relatie die zich kenmerkt door de hoogste mate van excorporatie en om die reden het sterkste Körper-aspect kreeg toebedeeld in het door mij geconstrueerde schema. De deepfake dubbelgangers van Martin presenteren zich als een vervreemdende ‘ander’, een lugubere buikspreekpop die unheimlich gelijkend is en toch zo ánders. Noemde ik eerder het voorbeeld van de Japanse robotontwerper Ishiguro en zijn unheimliche androïde robot, daar valt deze dubbelganger nog duidelijk in de uncanny valley door zijn wat onhandige en duidelijk niet-menselijke voorkomen. In het geval van de deepfakes van Martin toont de dubbelganger zich echter al bedrieglijk menselijk, en de snelle ontwikkelingen in de technologie doen vermoeden dat we met rappe schreden uit deze ‘vallei’ aan het klauteren zijn. Aan gene zijde van die vallei ligt het beloofde land van de ultra-realistische dubbelgangers, radicaal gelijkend en toch radicaal anders.

4.3.3 Het identiteitsaspect van de deepfake

In hoofdstuk 1 heb ik betoogd dat een van de onderscheidende kenmerken van het digitale beeld zijn digitale recombineerbaarheid is (1.1.3.2). Alhoewel dit van meet af aan gold, was de praktische toepasbaarheid aanvankelijk gering door beperkingen van de hardware (denk aan geringe snelheid van de processoren, de geringe opslagcapaciteit en de kolossale pixels op de oudere monitors) en de beperkte connectiviteit (tot de

introdactie van het World Wide Web in 1993 waren veel computers *stand alone* of hadden ze hoogstens een modemverbinding die qua snelheid alleen tekst kon transporteren). En hoewel de eerste neurale netwerken in de jaren tachtig van de vorige eeuw werden ontwikkeld, was ook het succes daarvan bescheiden, niet alleen door de genoemde beperkingen in de hardware, maar ook door een gebrek aan beschikbare data. Dankzij de exponentiële toename van de processorsnelheid, opslagcapaciteit en resolutie van beeldschermen, de vooral dankzij de smartphone toegenomen connectiviteit en de ‘dataficatie van alles’, is de digitale recombinerbaarheid zo sterk toegenomen dat de productie, verspreiding en consumptie van vrijwel niet van echt te onderscheiden deepfakes nu binnen handbereik van heel veel gebruikers van het internet is gekomen. Dat heeft ook vergaande identiteitseffecten. Waar selfies en memes het ‘natuurlijke’ dubbelgangerdom en de daarmee verbonden unheimlichkeit reeds complementeerden met nieuwe ‘kunstmatige’ digitale dubbelgangers en unheimlichkeiten, lijkt de deepfake daarvan een voorlopig hoogtepunt te vormen.

Dat opent een uitzicht op een hybride onlife wereld waarin realiteit en verbeelding steeds moeilijker van elkaar gescheiden kunnen worden. Deze ontwikkeling laat zich ook aflezen aan de digitale rollen die de besproken cases ontsloten. Waar de maker van selfies nog in belangrijke mate de rollen en de invulling daarvan zelf in de hand hadden (ook leken die rollen in sommige gevallen – zo lieten de gevallen van *selfie dysmorphia* zien – soms de overhand te krijgen), daar zien we dat de in het geval van de internet meme anderen ‘aan de haal gaan’ met de identiteit van de dubbelgangers, en bij de deepfake, zo zullen we zien, zal de identiteit zelfs de zeer unheimliche gedaante krijgen van een semi-ander.

Daartoe zal ik met behulp van de inmiddels bekende multifocale lens ook deze casus afsluiten met een inventarisatie van de mediale unheimliche van het onderhavige mediumdispositief – de deepfake – en de daarin in optredende mens-techniek-zelf relaties. En ik zal dit voor de laatste keer ook weer doen aan de hand van de vijf kenmerken van het (mediale) unheimliche – (on)vertrouwdheid, verlies van controle, het zichtbaar worden van het onzichtbare, onwillekeurige herhaling en een vervaging tussen realiteit en fantasie, in combinatie met de drie variabelen – volhardendheid, toegankelijkheid en manipuleerbaarheid.

4.3.3.1 Onvertrouwdheid

De ervaring om beelden uit je alledaagse vertrouwde leven opgenomen te zien in een andere context is – zoals we in de casus van de internet memes zagen – een schokkende ervaring. Dat geldt om meerdere redenen in nog sterkere mate wanneer die andere context een pornografische deepfake is. Seksualiteit behoort tot de meest intieme domeinen van het leven, die je met je seksuele partner(s) deelt binnen de vertrouwde en ook kwetsbare context van het intieme samenzijn. Juist omdat het zo’n intieme ervaring en kwetsbare ervaring is, kan de confrontatie met een deepfake, die voor iedereen toegankelijk is, een sterke mate van onvertrouwdheid met zich meebrengen. Was de foto die is gebruikt voor de vervaardiging van de deepfake uitsluitend toegankelijk voor intimi (familie, vrienden of volgers), overgebracht naar een voor iedereen toegankelijke website als deel van een pornoscene. De volharding van die beelden, die zich blijven herhalen (bijvoorbeeld in het geval van wraakporno, als de gewezen partner langdurig volhardt in zijn wraak), of in steeds andere contexten opduiken (toegezonden e-mails, speciaal daartoe ingerichte websites, zoals Noelle Martin overkwam), maakt dat die onvertrouwdheid zich steeds verder uitbreidt en verdiept. Ook de mate van manipulatie draagt hieraan bij. Het is één ding om je je foto op het internet tegen te komen in de vorm van een fictief persona met een grappig bedoeld onderschrift (zoals dat Arató in de vorige casus overkwam), het is heel iets anders ‘jezelf’ in een fotorealistische deepfake allerlei seksuele handelingen te zien verrichten.

4.3.3.2 Verlies van controle

Dat raakt ook de tweede reden voor de verhoogde unheimlichkeit in het geval van deepfake. Net als in het geval van de internet memes verliest het slachtoffer van deepfake controle over de verspreiding van de digitale dubbelgangers, maar de controle over de dubbelganger zelf neemt in nog veel sterkere mate af. De kwaadwilligen nemen tot op grote hoogte de controle over de gedragingen van de dubbelganger over. Op fenomenologisch niveau lijkt daardoor ook de zelfcontrole verloren te gaan: de deepfake dubbelganger wordt dan een semi-autonome agent die nauwelijks is te onderscheiden van een menselijke persoon – een tweeling als het ware. Volharding speelt hierbij ook een grote rol; waar iemand zwart maken één ding is (bijvoorbeeld door het nieuws te verspreiden dat iemand seksueel losbandig is), daar is een deepfake video een ogenschijnlijk ‘bewijs’ van zo’n roddel. Waar je je tegen de roddel nog kunt proberen te beschermen door bijvoorbeeld al te uitdagende kleding te vermijden, ben je in het geval van de deepfake de controle geheel en al kwijt. Zelfs als aanpassing van je kledingstijl de roddels niet doet verdwijnen, dan was je in ieder geval nog een handelende persoon. Hoewel je je kunt afvragen of je wel een dergelijke knieval naar de heersende vrouwenvriendelijke moraal moet maken. Martin:

Now, you might be thinking, “Well, you do dress provocatively, even a little sexually suggestive, attention seeking maybe.” But just because a woman's body gets attention, doesn't mean she's attention-seeking. And what is provocative anyway, what is sexually suggestive? In some parts of the world, showing your ankles is promiscuous, is provocative. It's just like, no matter what a woman wears, it's always perceived as more sexual than it is. For me, I just wanted to feel pretty and confident. What's so wrong with that? (Martin 2020)

Je sociale media afschermen biedt, zo ondervond Martin, ook geen ultieme oplossing om controle te behouden over je digitale afbeeldingen:

Now, you might be thinking, “Well, can't you just set your social media on private?” Well, these perpetrators were calculated. They befriended my friends on social media under fake profiles, they followed the public galleries of the events and places I regularly visited. I contacted the webmasters, requesting that they delete the material shared without consent. And I had some successes, but I also had some major setbacks. The more I fought, the more sites I would discover, and with time, the more my images were being seen and shared in the tens of thousands. I had one webmaster respond to me saying he'll only delete the site if I sent him nude photos of myself within 24 hours. In the beginning, I tried seeking help. I went to police, I contacted government agencies, I even tried to hire a private investigator, but they were too expensive. There was nothing that they could do. I mean, what could you do when the sites are hosted overseas and the perpetrators are from overseas? I was told I had to contact the sites one by one, notifying the webmasters to get everything deleted. And so as you can imagine, in complete and utter fear and pain, I did. And this went on for years, fighting against these dodgy, disgusting sites. But I was fighting a losing battle. And I couldn't continue this any longer for my own mental health. But what could I do? (Martin 2020)

Waar vervolging van de daders lastig is, door ontbrekende wetgeving (Delfino 2019; Kirchengast 2020) onwillige politieagenten of omdat de daders niet kunnen worden gevonden, is naar buiten treden en daar steun zoeken een van de weinige manieren om een deel van de regie over het door de pornografische deepfake geschonden leven weer terug te heroveren. Dat is althans de manier waarop Noelle Martins ‘terugsloeg’:

Maybe, I thought, if I spoke out, I could reclaim my name, and I could rewrite my narrative on my own terms. Maybe if I spoke out, I could raise awareness about this. Maybe I could even try to

change the law. And so I did. (Martin 2020)

De strijd van Martin maakt duidelijk pornografische deepfakes niet op zichzelf staan. Ze zijn deel van een meer omvattend maatschappelijk probleem: de onderdrukking en objectivering van vrouwen. Of zoals Martin Catherine Kerner and Mathias Risse het formuleren naar aanleiding van de eerdergenoemde journaliste Rana Ayyub:

Recall Rana Ayyub. Most people could detect that the woman in the video was not her. But the creation of a collective sense that now lots of people were “in” on something at least close to watching her in a sex act undermined her ability to come to be known the right way. Her dignity as a person was violated, her authority as a journalist undermined. This is the threat of deepfake porn: that women’s fragile emancipation from being seen as sex objects more than as occupants of roles of professionals, citizens, or as human beings worthy of respect is undermined through depictions associated with objectification. Revenge porn has this effect, and normally on women more than on men because men are not emerging from this kind of role. Such a fate could await many women since now unsophisticated perpetrators would no longer require nude photos or sex tapes to threaten victims. They can manufacture them. Similarly, deepfakes could do damage to how people who come from groups that are still overcoming prejudicial history get to be known. (Kerner and Risse 2021, 101)

Je kunt je voorstellen dat met de voortschrijding van de informatietechnologieën dergelijke unheimliche dubbelgangers ook kunnen gaan opduiken in virtual reality, waardoor de immersierelatie compleet wordt, of zelfs in de vorm van deepfake androïde robots als die van Ishiguro. Nu zijn die nog ver van Ishiguro’s ideaal (het slagen voor de Total Turing Test – waarin een androïde ‘persoon’ gedurende minimaal vijf minuten niet als robot wordt ontmaskerd), maar het is op zijn minst niet ondenkbaar dat dit ooit werkelijkheid wordt.

4.3.3.3 Het zichtbaar worden van wat onzichtbaar had moeten blijven

Hoewel seksualiteit een belangrijke rol speelt in het menselijke leven, is het tot op zekere hoogte ook een taboe. Praten over je seksleven doe je wellicht met je partner of goede vrienden, maar het is niet iets dat je in de publieke ruimte doet (uitzonderingen daargelaten, als seksclubs of fora die gericht zijn op de ‘performance’ van masculiniteit). Laat staan dat mensen – exhibitionisten uitgezonderd – hun seksuele verrichtingen in het openbaar gaan verrichten. Het daarmee vaak een privéaangelegenheid die in min of meerdere mate ontoegankelijk blijft voor niet-intimi. Hoewel de selfies van Martin zouden kunnen worden gekarakteriseerd als ‘sensueel’, bijvoorbeeld vanwege haar kledingkeus en lichaamshoudingen, daar beheerst ze in die selfies zélf wat ze graag van zichzelf wil laten zien en hoe ze dit precies doet en deelt. Dit gegeven maakt duidelijk dat in het geval van pornografische deepfakes ook het zichtbaar worden van wat onzichtbaar had moeten blijven zulke heftige gevoelens van unheimlichkeit kunnen oproepen, temeer omdat het hier om uitdrukkingen van het ‘zelf’ door ánderen gaat. De objectivering en volharding van de seksuele fantasieën van het ‘seksuele roofdier’ dragen daar ook in sterke mate aan bij: het is geen eenmalige verkrachting, maar een waar velen of potentieel zelfs iedereen toegang toe heeft en die zich blijft herhalen.

4.3.3.4 Onwillekeurige herhaling

En zoals we eerder hebben gezien is ook de onwillekeurige herhaling, het telkens opnieuw, maar telkens op onverwachte plekken opduiken van de pornografische deepfake dubbelganger sterk

bijdraagt aan de hoogst unheimliche ervaring. Manipuleerbaarheid speelt hierbij een grote rol. De handelingen en gezichtsuitdrukking worden niet alleen simpelweg op ‘repeat’ gezet in een andere context, maar dankzij de toenemende gebruiksvriendelijkheid van deepfake software is dergelijke ‘content’ ook door niet-professionals steeds eenvoudiger te creëren. Daardoor circuleren er niet alleen veel maar vaak ook veel verschillende versies van deepfakes, die zich als een virus over het internet verspreiden en daarmee ook steeds meer internetgebruikers tot lurkers en roofdieren maken. Niet alleen de producten van het deepfake medium zijn volhardend, maar ook de processen die de deepfakes mogelijk maken en in standhouden zijn dat.

4.3.3.5 De vervaging van realiteit en fantasie

Wat niet in de laatste plaats bijdraagt aan de unheimliciteit van het deepfake dispositief is de sterke mate van vervaging tussen realiteit en fantasie. Vooral de semi-authenticiteit van de deepfake speelt daarbij een belangrijke rol. Is het erg dat fantasie en werkelijkheid door elkaar lopen? Fantasieën spelen een belangrijke rol in ieders leven. Ze vormen vaak een waardevolle compensatie voor de onbevredigde verlangens, de teleurstellingen en de soms bittere karakter van het menselijk bestaan. Ze vormen een semipermeabele grens die de negatieve ervaringen buiten houdt. Dat geldt ook voor seksuele fantasieën. Het probleem van de deepfakes is evenwel, dat ze niet de fantasieën betreffen van het slachtoffer, maar deze tot een willoze marionet worden van de fantasieën van een ander. Waar de binnenwereld doorgaans een veilige haven kan zijn wat betreft persoonlijke fantasieën, leggen de geobjectiveerde fantasieën die de pornografische deepfakes zijn door hun grote toegankelijkheid en volhardendheid de hybride – semi-authentieke identiteit van de slachtoffers vast, zowel voor de medewereld als ook vaak voor het slachtoffer zelf waardoor de dialectiek van openheid en geslotenheid (3.2.2.5) stagneert.

4.4 TEN SLOTTE

In dit hoofdstuk heb ik het multifocale model dat ik in de voorafgaande hoofdstukken heb ontwikkeld, aangewend als instrument om drie categorieën dubbelgangers – selfie, internetmemes en deepfake video’s aan de hand van enkele representatieve cases – te analyseren en interpreteren. Ter afsluiting van dit hoofdstuk vat ik de belangrijkste bevindingen hier kort samen.⁴³

Met oog op het beeldaspect van de *selfie*, stelde ik vast dat onder andere de typische hoek van de camera (waarbij er zich ook weer een verschil voordoet tussen de *front-* en *backcamera*), de gemakkelijke toepasbaarheid van filters, de uniformiteit die voortkomt uit het massale gebruik door gebruikers van populaire apps als Instagram en TikTok en de authenticiserende kracht van de foto als afbeelding kenmerkend zijn voor de ontologie en fenomenologie van de selfie als beeld. Ook de relatief geringe bewerkbaarheid (voortkomend uit het type bestand en de ‘grenzen’ van manipuleerbaarheid die worden gesteld door bijvoorbeeld het aanbod aan filters) maar gelijktijdig gemakkelijke manipuleerbaarheid door voorhanden zijnde technologie en het design van de met vele camera’s uitgeruste smartphone bleken van belang. Doordat de selfie een ultiem en aantrekkelijk instrument is voor zelfpresentatie in de wereld, is het medewereldaspect van de selfie van groot belang (in het geval deze *performance* van het zelf online worden geplaatst op sociale media platforms), hetgeen kan resulteren voor een objectiverend zelfbegrip. Deze objectivering van het zelf, waarbij de nadruk komt te liggen op een nauwkeurig georkestreerde verbeelde versie van een Ideaal-Ik, bleek bovendien de mogelijkheden voorwaarde voor het zich voordoen van unheimliche gevoelens

⁴³ Zie Tabel 1 die na het besluit van dit proefschrift te vinden is voor een puntsgewijs overzicht van alle besproken kenmerken van de drie categorieën dubbelgangers.

ten aanzien van de digitale dubbelganger. De mogelijk ervaren spanning tussen het natuurlijke *Körper* en de selfie als geïdealiseerde extensie van dit *Körper* (een 'vals-Definitivum') kan leiden tot een pijnlijke discrepantie die al snel tot unheimliche gevoelens leidt. Vanuit mijn multifocale model zou dit verklaard kunnen worden doordat de selfie als mediumdispositief verschillende mens-techniek-zelf relaties mogelijk maakt, die – wanneer in bepaalde combinatie aanwezig in de interactie tussen een persoon en diens selfie(s) – kunnen leiden tot gevoelens van ongemak en – in extreme gevallen – unheimlichkeit. Hierbij zijn het met name de inlijvingsrelatie, de alteriteitsrelatie en – in het geval dat de discrepantie tussen *Körper* en extensie ineens voelbaar en de inlijvingsrelatie verstoord wordt – de vervreemdingsrelatie die resulteert in unheimliche gevoelens.

De *internetmeme* met herkenbare persoon bleek om andere redenen de mogelijkheid voor unheimliche dubbelgangerservaringen in zich te dragen. Veel van dergelijke memes bleken onder het *reaction photoshop* type foto-meme te vallen, die zich kenmerkt door een gelijktijdige 'verticale' en 'horizontale' gelijkenis – de meme verwijst dan zowel naar het menselijke subject dat is afgebeeld, alsook naar 'zichzelf' in zijn vele variaties, waardoor dit laatste aspect voor de ander de overhand krijgt. Hierbij wordt de authenticiteit van het beeld openlijk en expres bevraagd en ligt de 'zelfverbeelding' in handen van de 'ander'. Waar de selfie bij uitstek een medium voor zelfpresentatie bleek te zijn, kenmerkt de internetmeme zich juist door zijn communicatieaspect. Weliswaar onderhoudt de afgebeelde persoon vanwege de gelijkenis door middel van de meme nog steeds een relatie tot zichzelf, maar het is nu niet (langer) het afgebeelde subject dat over zichzelf communiceert. De communicatie wordt nu immers overgenomen door de derden die de meme-persona in het leven hebben geroepen. Dit maakt de relatie tussen persoon en diens digitale internetmeme dubbelganger van een andere aard dan in het geval van een selfie. Waar de selfie een middel was om de binnenwereld van de persoon tot uitdrukking te brengen in de buitenwereld, daar wordt in het geval van de internetmeme de binnenwereld van de persoon door de 'ander' buitenspel gezet! Het ongemak komt in dit geval dus niet zozeer voort uit een discrepantie tussen binnenwereld en buitenwereld, maar door de nadruk op de mede- en buitenwereld, waar de binnenwereld als het ware van wordt uitgesloten. Het resulterende ongemak wordt nog vergroot, omdat het in dit geval de 'ander' is die de dubbelganger creëert, waarbij er bovendien een 'lachspiegel-effect' wordt gecreëerd dat een bepaald in de buitenwereld zichtbaar aspect van de persoon (een uiterlijk kenmerk, zoals een bepaalde uitdrukking) uitlicht en spottend uitvergroot. De resulterende ongewenste extensie van het *Körper* verdringt door de grote tentoonstellingswaarde van dit type digitale dubbelganger het origineel. Zagen we bij de selfie dat deze mogelijk de innerlijke *wens* oproept samen te vallen met dit zelfbeeld, daar is er bij de internetmeme eerder sprake van een van buiten komende *noodzaak* om deze 'vreemde' dubbelganger 'in te lijven' en eigen te maken; de enige manier om een stukje controle daarover (terug) te krijgen. Het digitale unheimliche leek zich nu vooral voor te doen binnen het spanningsveld tussen diverse *Körper*-mens-techniek-zelf relaties. Met name de alteriteitsrelatie – het verbeelde zelf als vervreemdende ander – en het gegeven dat er van een concrete *Leib*-relatie hier géén sprake is, zorgt in dit geval voor een unheimliche vervreemdingsrelatie. De dubbelganger toont zich als een schijnbaar 'autonome' ander, waarover de controle verloren is.

De *deepfake* dubbelganger, ten slotte, bleek een hoge mate van unheimliche gevoelens op te roepen, met name als het om wraakporno video's gaat. Hoewel deze dubbelganger als beeld tot op zekere hoogte lijkt om de internetmeme, in die zin dat ook hier de mede-en buitenwereld het beeld domineert en de binnenwereld van de 'originele' persoon als het ware wordt buitengesloten, daar is deze toch ook anders van aard. Als bewegend, indexicaal beeld – 'living picture' – is het ervaren werkelijkheidsgehalte van deepfake content een stuk hoger dan het geval is bij een gemanipuleerd beeld als een selfie met filter of een internet meme. Dit komt zowel door het semi-authentieke karakter dat de deepfake dubbelganger tot een 'ectype' bestempelt, een representatie met

ogenschijnlijk authentiek indexicaal verband tussen beeld en afgebeelde persoon, ondanks het feit dat de dubbelganger in werkelijkheid een synthetisch product is. Omdat het hier om een bewegend beeld gaat, wordt de ervaren 'echtheid' van het beeld nog verder vergroot dan bij een geheel of gedeeltelijk synthetische (gefotoshopte) 'foto'. Als zodanig lijkt de technologie vooralsnog te zijn omarmd door 'de ander met het boze oog', die het inzet om gewelddadige seksuele fantasieën als beeld in het leven te roepen. Doordat de resulterende *virtual performances* zich voordoen als authentiek, is het een manier om een persoon – bij wraakporno meestal een vrouw – te kleineren en vernederen. Hoewel er in het geval van deze dubbelganger in de eerste instantie een grote kloof bestaat tussen binnenwereld en buitenwereld (aan de handeling op beeld kan immers geen herinnering zijn daar het nooit echt heeft plaatsgevonden), is het opvallend dat de eerste reactie op het zien van een dergelijke dubbelganger vaak juist heel lijflijk is. Hoewel er geen sprake lijkt te zijn van *Leib*-zelf-techniek-mens relaties, kan deze '*Leib*-reactie' worden verklaard door het beeldaspect van deze dubbelganger, die zich als 'living picture' als zéér realistisch en authentiek toont. Het slachtoffer 'voelt' zich met andere woorden daadwerkelijk betast in confrontatie met het beeld, het is een zeer realistische *Körper*-extensie. Hoewel er in sterke mate sprake lijkt te zijn van een alteriteitsrelatie – de dubbelganger toont zich hier als semi-autonoom – en een verveemdingsrelatie – er is sprake van een extreme vorm van 'excorporatie' – is er (ondanks dat de persoon dit *rationeel* ook beseft) paradoxaal genoeg tegelijkertijd sprake van een ongewilde 'inlijving' van de dubbelganger. Het slachtoffer 'beleeft' op emotionele én lichamelijke wijze wat de dubbelganger meemaakt. Waar er in het geval van de internetmeme sprake was van een groot verlies van controle en de dubbelganger uiteindelijk uit noodzaak weer werd 'ingelijfd', daar roept de deepfake dubbelganger hoge mate van weerzin op en de behoefte de dubbelganger te elimineren. De nadrukkelijke wens níét samen te vallen met de dubbelganger maakte dat ik hier sprak van een 'dystopisch standpunt'.

