

Bedankt voor het downloaden van dit artikel. De artikelen uit de (online)tijdschriften van Uitgeverij Boom zijn auteursrechtelijk beschermd. U kunt er natuurlijk uit citeren (voorzien van een bronvermelding) maar voor reproductie in welke vorm dan ook moet toestemming aan de uitgever worden gevraagd.

Boom

Behoudens de in of krachtens de Auteurswet van 1912 gestelde uitzonderingen mag niets uit deze uitgave worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch door fotokopieën, opnamen of enig andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.

Voor zover het maken van kopieën uit deze uitgave is toegestaan op grond van artikelen 16h t/m 16m Auteurswet 1912 jo. Besluit van 27 november 2002, Stb 575, dient men de daarvoor wettelijk verschuldigde vergoeding te voldoen aan de Stichting Reprorecht te Hoofddorp (postbus 3060, 2130 KB, www.reprorecht.nl) of contact op te nemen met de uitgever voor het treffen van een rechtstreekse regeling in de zin van art. 16l, vijfde lid, Auteurswet 1912.

Voor het overnemen van gedeelte(n) uit deze uitgave in bloemlezingen, readers en andere compilatiewerken (artikel 16, Auteurswet 1912) kan men zich wenden tot de Stichting PRO (Stichting Publicatie- en Reproductierechten, postbus 3060, 2130 KB Hoofddorp, www.cedar.nl/pro).

No part of this book may be reproduced in any way whatsoever without the written permission of the publisher.

info@boomamsterdam.nl
www.boomuitgeversamsterdam.nl

De blik van de ander in de virtuele wereld

SUZY SCHIPPER

Sinds het begin van deze eeuw is het gebruik van sociale media¹ exponentieel toegenomen en een integraal onderdeel geworden van de communicatiemiddelen waarover mensen beschikken. Halverwege de jaren negentig van de vorige eeuw heeft er een verandering plaatsgevonden in de wijze waarop mensen hun computer zijn gaan gebruiken: oorspronkelijk vond de interactie voornamelijk plaats tussen de mens en het apparaat, gaandeweg is dat verschoven naar interactie tussen mensen middels een scherm (Turkle 2004). In het begin was internet, net als televisie, een mediakanaal (bijvoorbeeld een website) waar iemand naartoe kon gaan om bepaalde informatie, amusement of een dienst te vinden. Met de komst van sociale media is daarin een omkering gekomen, waarbij de inhoud wordt verzorgd door gebruikers van sociale media zelf, genaamd *user-generated content*. De verschillende platformen zijn grotendeels gelijk wat betreft vorm, maar onderscheiden zich door zich te richten op een specifieke doelgroep: Facebook bijvoorbeeld richt zich op het onderhouden van contacten met vrienden en kennissen en LinkedIn daartegenover richt zich vooral op het netwerken in de zakelijke markt. Uit het Nationale Social Media Onderzoek 2020 (Hoekstra 2019) blijkt dat sociale media sterk zijn doorgedrongen tot de Nederlandse maatschappij. Zo blijkt dat Nederlanders dagelijks gemiddeld 98 minuten op sociale media verblijven en dat Facebook naar schatting tien miljoen, Youtube negen miljoen en Instagram vijf miljoen gebruikers heeft. Het intensieve gebruik lijkt over alle leeftijden heen te gaan, hoewel sommige platformen als Snapchat en TikTok voornamelijk door adolescenten worden gebruikt en Facebook meer door (jong) volwassenen en ouderen.

De vernauwing van het oorspronkelijke face-to-facecontact naar een digitale vorm van contact heeft onvermijdelijk gevolgen voor de innerlijke beleving van dat contact. Je zou kunnen stellen dat de technologische ontwikkelingen geen nieuwe situaties creëren, maar slechts een ander podium bieden om onze innerlijke wereld op uit te leven. Hoewel dat deels klopt, is er ook een dimensie aan toegevoegd doordat het podium interactief is geworden, zonder dat er sprake is van direct contact. Door de afwezigheid van dit directe contact in de virtuele wereld lijkt deze wereld grotendeels gevormd te worden vanuit de binnenwereld en daarmee onbewust en onbedoeld een reflectie van deze binnenwereld te worden. Naar aanleiding van wat een aantal patiënten ervaart

op sociale media ontstonden bij mij de volgende vragen: Hoe verhouden zij zich in hun binnenwereld tot wat ze zien op sociale media? In welke mate ervaren zij die beeldvorming als een directe reflectie van de realiteit? En hoe ervaren zij hun eigen positie in de virtuele ruimte?

In dit artikel wil ik specifiek ingaan op de wijze waarop de gebruiker van sociale media zich verhoudt tot de blik van de ander: is deze afwezig of juist bepalend? Daarnaast wil ik onderzoeken of sociale media de gebruiker een imaginaire controle geven over de blik van de ander en daarmee het vermijden van gevoelens van schaamte faciliteren.

¶ *Schaamte en de blik van de ander*

Opvallend veel artikelen in de psychoanalytische literatuur met schaamte als hoofdonderwerp beginnen met de beschrijving van de beperkte aandacht die schaamte halverwege de vorige eeuw in de vakliteratuur kreeg, met de bijnaam 'Assepoester' onder de affecten (Rycroft 1968) als gevolg. De gebrekkige aandacht begon al bij Freud, die zich in zijn werk voornamelijk richtte op schuldgevoel. Vermoed wordt dat deze disbalans veroorzaakt is doordat schuldgevoel, vanwege de directe samenhang met het superego, beter paste in het structurele model dan schaamte (Frølund 1997). In zijn drie verhandelingen over seksualiteit koppelt Freud (1905) schaamte aan seksuele conflicten, waarbij schaamte en walging de functie hebben van verdedigingsmuren die het libido moeten indammen.

Vanaf de jaren 1950 ontstaat er een toename in interesse in schaamte en daarmee ook een toename in het aantal artikelen dat daarover verschijnt. De thema's variëren van de relatie tussen schaamte en schuld (Piers & Singer 1953; Lewis 1971; Biddle 1955), de rol van schaamte binnen de zelfpsychologie (Kohut 1971) tot hoe schaamte zich verhoudt tot narcistische problematiek (Broucek 1982; Wurmser 1997; Morrison 1989). Zoals Frølund (1997) beschrijft, loopt de ontwikkeling van de definiëring van het begrip schaamte parallel aan de ontwikkeling van de psychoanalytische theorie en wordt het concept gaandeweg middels de zelfpsychologie onderdeel van een meer op ontwikkeling gerichte theorie. Stern (1977) beschrijft hoe moeder en kind vanaf de geboorte met elkaar communiceren via de wederzijdse blik en hoe de spiegeling van de moeder een ontwikkeling op gang brengt die het zelf definieert en daarmee onderscheid aanbrengt tussen binnen en buiten, het zelf en de ander. In dit continue intersubjectieve proces raken het gedrag van het kind en de reactie daarop van de moeder onlosmakelijk met elkaar verbonden. De eerste vorm van schaamte ziet Broucek (1982) dan ook als het ervaren van het onvermogen van het kind het wederkerige contact met moeder vast te houden. Ikonen en Rechartt (1993) sluiten daarbij aan met hun idee dat schaamte een emotionele reactie is op het besef van onderscheid ten opzichte van anderen. Zij beschrijven de verschillende elementen van schaamte in drie trappen: het ontstaat

met de zichtbaarheid van het eigen verlangen naar wederkerigheid (in de breedste zin van het woord), wordt gevolgd door een onvermogen van het zelf om dat te realiseren en richt zich ten slotte tegen het zelf.

In de spanning tussen gezien worden en het zichzelf willen verbergen zit een essentiële component van schaamte verwerkt, namelijk de blik van de ander. Een bekend voorbeeld van de altijd aanwezige toeschouwer wordt beschreven door Sartre (1943) als hij de lezer uitnodigt zich samen voor te stellen dat hij door een sleutelgat naar binnen zou kijken in een kamer. Vanaf het moment dat je door het sleutelgat aan het kijken bent, ben je je volgens Sartre niet bewust van jezelf, van je zichtbaarheid, van je buitenkant. Je bent alleen maar aan het ervaren. Zodra je voetstappen op de gang hoort, verandert de situatie van een schouwspel dat je bekijkt naar een situatie waarin je zelf bekeken wordt. Je buitenkant zoals gezien door de ogen van een ander krijgt dan een statische kwaliteit, je zou het kunnen vergelijken met de momentopname van een foto. Volgens Sartre kan een gevoel als schaamte alleen bestaan als wij bekeken kunnen worden door de ander en de blik van de ander die statische kwaliteit krijgt. Net als Sartre ziet Seidler (2001) in de objectiverende blik van de ander en de afgescheidenheid die daarmee samenhangt, de oorsprong van schaamte: *‘The central factor here is the objectifying gaze interpreted as contempt. The subject experiences itself as completely set apart, all links severed. The gaze turns the subject into an object, a thing’*.

¶ *De plaats van realiteit in de virtuele wereld*

De opkomst van internet heeft geleid tot vele psychoanalytische publicaties over de invloed ervan. Van een algemene beschrijving van de verschillende technologische mogelijkheden als appen en chatten (Kohn & Roth 2012) tot specifieke problemen als overmatig internetgebruik (Gibbs 2007) en cyberpesten (Shakir e.a. 2019). Daarnaast zijn er publicaties over hoe met een psychoanalytische blik naar de virtuele wereld kan worden gekeken (Žižek 2004), over uitbreiding van de behandelmogelijkheden middels technologische ontwikkelingen (Gabbard 2001; Luymes 2007; Lingiardi 2008; Scharff 2012) en over de identiteit van de analyticus in de digitale wereld (Marzi 2018) aan bod gekomen.

De eerste generatie die met internet is opgegroeid wordt in de vakliteratuur aangeduid als *digital natives* (Suler 2016), in tegenstelling tot de *digital immigrants* waarmee de oudere generatie wordt beschreven die, net als internationale immigranten, zich op latere leeftijd een onbekend terrein eigen probeert te maken. In die terminologie zit een geografisch aspect waarmee geprobeerd wordt het onderscheid tussen de ‘echte’, materiële wereld en de virtuele wereld te tonen, zodat daarmee ook gedefinieerd kan worden in welke van beide werelden iets thuishoort. Het lijkt erop dat het onderscheid tussen beide werelden voor ‘migranten’ veel groter is dan voor ‘natives’. Deze laatste lij-

ken de virtuele wereld meer te zien als een uitbreiding van en daarmee tegelijkertijd ook onderdeel van de ‹echte› wereld (Lemma 2015).

Hoe innerlijke creaties zich verhouden tot de realiteit is bij uitstek een psychoanalytisch vraagstuk. In haar artikel over psychoanalyse en technoculture geeft Lemma (2015, p. 571) hier een kernachtige beschrijving van:

‹For a discipline like psychoanalysis — one predicated on the fundamental tension between the lure of the ‹pleasure principle› and the dampener of the ‹reality principle› (Freud 1923) — the virtual is to the real what the copy is to the original: it is a reproduction that allows wishes to colonize reality›.

Ondanks het onderscheid dat ze maakt, waarschuwt ze ook voor de ontorechte tweedeling waarbij het virtuele ‹niet echt› is en slechts gezien wordt als een vorm van terugtrekken uit de realiteit. De onjuistheid van het zodanig uit elkaar trekken van het virtuele en het ‹echte› legt ze uit aan de hand van het concept ‹overdracht›, dat gezien kan worden als een virtuele (innerlijk gecreëerde) vorm van de realiteit, deels ‹echt› en deels gecreëerd. Hartman (2011) lijkt te worstelen met hetzelfde dilemma hoe ‹realiteit› in de virtuele wereld gedefinieerd moet worden, aangezien in de psychoanalytische literatuur het concept ‹realiteit› onlosmakelijk verbonden is met grenzen en bijhorend verlies (Freud 1911). Hij beschrijft hoe bepaalde grenzen, zoals fysieke afstand en tijd die het normale face-to-facecontact begrenzen, in de virtuele wereld worden ondervangen door de onbeperkte toegang en daardoor deels wegvallen. Vandaar dat hij voorstelt om te spreken van een nieuwe realiteit, die hij ‹Reality 2.0› noemt. In die realiteit kun je thuis televisiekijken en tegelijkertijd een boodschap sturen naar de rest van de wereld, twee realiteiten die voor het ontstaan van het digitale tijdperk onmogelijk te verenigen waren. Het feit dat er meerdere realiteiten tegelijkertijd naast elkaar kunnen bestaan vereist volgens Hartman een herdefiniëring van psychoanalytische termen als ‹realiteit› en ‹fantasie›. Helaas beperkt hij zich tot het benoemen van dit idee zonder een voorbeeld te geven van hoe dat er in de praktijk uit zou kunnen zien.

Het noodgedwongen aanpassen van theoretische concepten en praktische zaken in de klinische praktijk vanuit ontwikkelingen in de virtuele wereld wordt door Balick (2014) beschreven met de term ‹virtuele botsingen›. Deze botsingen zijn onderdeel van een zogenaamde ‹feedbackloop›: waar oorspronkelijk mensen op sociale media met elkaar een spiegeling (met bewuste en onbewuste vertekening) van hun realiteit deelden, is inmiddels ook de omgekeerde beweging in gang gezet, waarbij de ontwikkelingen op sociale media de realiteit (de concrete, materiële wereld) mede vormgeven. In haar artikel ‹Instagram als werkelijkheid› in *NRC* beschrijft N. van Verschuier ter illustratie hiervan de verleiding voor musea om zich te richten op kunst die goed te fotograferen is en daarmee ‹Instagrammable› is. Waar oorspronkelijk de nadruk lag op wat de curator aan het publiek wilde tonen, verschuift de nadruk hier-

mee naar wat de mensen elkaar online willen tonen. In de klinische praktijk kunnen dergelijke virtuele botsingen bijvoorbeeld ontstaan als de gewenste anonimiteit van de analyticus niet meer gewaarborgd kan worden doordat iedereen ongevraagd privacygevoelige informatie over de analyticus op internet kan zetten. Ook Kaluzeviciute (2020) beschrijft dit fenomeen in haar artikel over de opvallende afwezigheid van (psychotherapeutische) literatuur over sociale media en de therapeutische relatie. Bij een zoektocht in de psychoanalytische tijdschriften via Pep-Web blijkt er inderdaad weinig geschreven te zijn over sociale media: een artikel over sociale media als eenpersoonservaring (Muchnik & Buirski 2016) en een artikel over de gevolgen van sociale media op liefdesrelaties en intimiteit (Leader 2014). In het *Tijdschrift voor Psychoanalyse en haar toepassingen* is tot op heden nog geen artikel verschenen over sociale media.

Met de vervaging van de grenzen van de realiteit worden ook andere grenzen minder duidelijk: waar aanwezigheid eerder gedefinieerd werd door de geografische locatie waarop de persoon in kwestie zich bevindt, is dat inmiddels ook aan verandering onderhevig. King (2016) beschrijft een verandering in de kwaliteit van relaties door het uitvergroten onderscheid tussen fysieke en psychische aanwezigheid. Ze geeft als voorbeeld ouders die fysiek bij hun kinderen aanwezig zijn, maar innerlijk bezig zijn met anderen die zich elders bevinden en hun aandacht opeisen. *Absence-in-presence* noemt Bjorklund (2018) deze gemedieerde vorm van aanwezigheid, zoals bij de hierboven beschreven ouders, en zij pleit voor een uitbreiding van de terminologie rondom aanwezigheid om de nieuwe vormen die op het grensgebied ontstaan te beschrijven. Biondo (2018) houdt vast aan de klassieke tweedeling van aanwezigheid of afwezigheid: hij beschrijft het toenemend gebruik van de digitale omgeving als een terugtrekkende beweging, weg van relaties, en vergelijkt het met een anesthesie van de pijn die ontwikkeling en relaties met zich meebrengen. Dat zou deels verklaren waarom mensen als ze elkaar wel face-to-face zien steeds meer tijd via schermen communiceren door onderling te appen of elkaar beelden te laten zien. Zo zou je ook de neiging van jongeren om hun ervaring bij voorkeur te delen via beelden die ze aan elkaar laten zien kunnen begrijpen (Graham 2013). Is de mobiele telefoon daarmee een hulpmiddel geworden om je — schaamteloos — terug te trekken uit het contact? ‘Being absent in the presence of others’ (King 2016) lijkt steeds meer een vanzelfsprekendheid te worden die wezenlijk het face-to-facecontact zal veranderen, door de onvermijdelijke aanpassingen in de innerlijke mentale representaties van aanwezigheid en afwezigheid.

¶ *De (gefantaseerde) ander in sociale media*

Sociale media bevinden zich op het grensgebied tussen de ‘echte’ wereld en de virtuele wereld, tussen aanwezigheid en afwezigheid. De enorme groei die

deze digitale ontmoetingsplaatsen wereldwijd hebben doorgemaakt, wordt verklaard vanuit het feit dat ze raken aan universele verlangens als contact maken met een ander en gezien worden door een ander. Voordelen van sociale media, zoals beschreven door Suler (2016), zijn bijvoorbeeld laagdrempelige mogelijkheden om attent te zijn voor anderen, ontmoetingen tussen mensen met soortgelijke interesses die vanwege de geografische beperkingen zonder sociale media nooit zouden kunnen plaatsvinden en het moeiteeloos contact houden met vrienden en kennissen over de hele wereld. Maar kan er wel <echt> contact worden gemaakt in deze online omgeving? De context waarin het contact op sociale media plaatsvindt is op zichzelf al wezenlijk verschillend van iedere vorm van interpersoonlijk contact doordat <online> een onbegrensdeheid in tijd en plaats bepalend is: internetgebruik kan in tegenstelling tot face-to-facecontact op elk moment van de dag plaatsvinden en is niet gebonden aan een fysieke locatie.

Waar in een face-to-facecontact driedimensionale aspecten als afstand en nabijheid fysiek ervaren worden en non-verbale communicatie in de vorm van zintuiglijke waarnemingen een kleurende functie heeft voor het begrijpen van de verbale communicatie, vallen beide grotendeels weg in de digitale omgeving. Daarnaast is een impliciet uitgangspunt van de virtuele wereld juist dat je enige controle over de realiteit kunt hebben, zoals ook tot uitdrukking komt in de etymologie van het woord <cyber> die ligt in het Griekse <kubernaō>, wat staat voor <sturen>. Over wat dit betekent voor de vorm die ontmoetingen in die digitale omgeving krijgen zijn in de psychoanalytische vakliteratuur twee hypothesen geformuleerd. De eerste wordt ook wel <the online disinhibition effect> (Suler 2005) genoemd en gaat ervan uit dat mensen online ongeremder zijn dan in een face-to-facecontact. Suler vergelijkt de afwezigheid van de zichtbaarheid van lichamelijke reacties en/of gezichtsuitdrukking van de ander met de functie die het zitten achter de bank van de analyticus heeft: de persoon in kwestie ziet niet wat hij teweegbrengt en kan zich daardoor vrijer voelen om te projecteren. Niet alleen het uitblijven van reactie is bepalend voor de ontremming, maar ook de asynchroniciteit (ik stuur de ander nu een bericht, maar ik weet niet wanneer die het gaat lezen) en de eigen fysieke onzichtbaarheid. De mogelijkheid anoniem te blijven middels pseudoniemen of koosnaampjes waarborgt een afscheiding tussen online gedrag enerzijds en identiteit en handelen in dagelijks leven anderzijds. Dit zou volgens hem verklaren dat er op internet veel meer zichtbaar is van de menselijke aard.

Turkle (2004) beschrijft als tweede hypothese hoe de beperking van de vorm van het contact bij het gebruik van sociale media als neveneffect heeft dat er meer nadruk komt te liggen op zelfrepresentatie. Iedere <post> die iemand online zet, wordt zorgvuldig gecensureerd² door de persoon in kwestie voordat hij online beschikbaar is (Bjorklund 2018). In de selectie van welke informatie iemand op sociale media deelt, speelt volgens Turkle op de achtergrond een continue zoektocht naar of pogen tot definiëring van de eigen (al dan niet

gewenste) identiteit. De anonimiteit die het scherm indien gewenst kan waarborgen biedt de mogelijkheid onbekende stukken van jezelf uit te zoeken middels een gecreëerde identiteit of meerdere identiteiten naast elkaar vorm te geven in verschillende personae. De zelfrepresentatie op sociale media kan volgens haar gezien worden als een rorschachtest, waarin alles wat je projecteert op de buitenwereld terug te brengen is naar je binnenwereld. Tegelijkertijd is die zelfrepresentatie gekoppeld aan een fantasie over de ander, over wat de ander wil zien, waar de ander van houdt en lijkt degene die actief is continu bezig zichzelf te vormen naar diens fantasie over de ander. Het nastreven van zoveel mogelijk volgers en <likes> kan ook gezien worden als de spreekwoordelijke aai over de bol: erkenning, gezien worden, liefst door een belangrijke ander (King 2016). Waar eerder zaken als diploma's, medailles en wetenschappelijke publicaties dienden als gesublimeerde vormen van erkenning, lijkt in de virtuele wereld ook de erkenning een digitale vorm te hebben gekregen.

Parallel aan de vorming van het medium is dat de inhoud van wat er op sociale media gedeeld wordt ook meer gericht raakt op jezelf tonen, zoals zichtbaar is door de opkomst van <selfies>: jezelf middels de — gefantaseerde — blik van een ander vastleggen. Waar een portret vroeger een beeld was dat een ander van jou maakte, met daarin onvermijdelijk de blik van de ander verwerkt, lijkt de geportretteerde nu het heft in eigen handen te hebben genomen. In de beweging van een portret gemaakt door een ander naar de opkomst van de selfies lijkt de wens genesteld om te ontkomen aan de subjectivering en zelf te beschikken over ons eigen beeld: wij willen bepalen hoe de ander ons ziet, liefst geheel in lijn met hoe wij onszelf zouden willen zien (Uzlaner 2017). De behoefte om het beeld dat de ander van ons heeft te controleren fungeert als bescherming tegen schaamte, die onvermijdelijk ontstaat als we ons realiseren dat we daar niet over beschikken. Als je het zo bekijkt geven sociale media ons de mogelijkheid om schaamte te beperken door ons imaginaire controle over onze eigen beeldvorming en zichtbaarheid te geven. Deze controle dient uiteindelijk het besef van onderscheid van de ander teniet te doen.

Als je bovenstaande hypothesen over hoe mensen zich tot elkaar verhouden in sociale media bekijkt, kun je je afvragen in welke mate er überhaupt sprake is van een ander in de virtuele wereld? De ander lijkt a priori afwezig, óf vanwege de ontremming, óf vanwege de behoefte aan controle over onze beeldvorming. Uit het literatuuronderzoek over schaamte blijkt juist dat het besef van het onderscheid bepalend is voor het ontstaan van schaamte. Terugkomend op de definitie van Seidler (2001) ontstaat de schaamte vanwege de objectiverende blik van de ander. Als er geen ander is, kan er dan wel sprake zijn van echte schaamte?

¶ *Tot slot*

Een groot deel van alle activiteit op sociale media bestaat uit jezelf tonen (laten zien zonder dat dit als zodanig wordt gevoeld) en de ander bekijken (kijken zonder dit als zodanig wordt gezien). Je kunt je hierbij afvragen waar de blik van de ander is gebleven. Sartre (1943) geeft een mogelijke verklaring: ‘We kunnen niet de wereld waarnemen en tegelijkertijd een op ons gerichte blik ontvangen; het moet het één of het ander zijn. Waarnemen is immers kijken en een blik opvangen is niet het gewaarworden van een objectblik in de wereld, het is beseffen bekeken te worden’ (Sartre 2003, p. 355).

Literatuur

- BALICK, A. (2014). *The psychodynamics of social networking*. London: Karnac.
- BIDDLE, S.G. (1955). Shame and guilt: A psychoanalytic and a cultural study. *Psychoanalytic Quarterly*, 24, 131-134.
- BIONDO, D. (2018). The digital world and developmental pain. *Italian Psychoanalytic Annual*, 12, 129-144.
- BJÖRKLIND, C. (2018). Forms of presence and absence in a digital age. *Scandinavian Psychoanalytic Review*, 41(2), 72-81.
- BROUCEK, F.J. (1982). Shame and its relationship to early narcissistic developments. *International Journal of Psychoanalysis*, 63, 369-378.
- COUSIJN, M. (27 januari 2016). Waarom iedereen zich tegenwoordig curator noemt en of dat erg is of niet. *De Correspondent*. <https://decorrespondent.nl/3941/waarom-iedereen-zich-tegenwoordig-curator-noemt-en-of-dat-erg-is-of-niet>
- FREUD, S. (1905). Drie verhandelingen over de theorie van de seksualiteit. In *Werken* 4 (pp. 9-118). Amsterdam: Boom, 2006.
- FREUD, S. (1911). Formuleren over de twee principes van het psychische gebeuren. In *Werken* 5 (pp. 332-339). Amsterdam: Boom, 2006.
- FRÖLUND, L. (1997). Early shame and mirroring. *The Scandinavian Psychoanalytic Review*, 20(1), 35-57.
- GABBARD, G.O. (2001). Cyberpassion. *Psychoanalytic Quarterly*, 70(4), 719-737.
- GIBBS, P.L. (2007). Reality in cyberspace. *Psychoanalytic Review*, 94(1), 11-38.
- GRAHAM, R. (2013). The perception of digital objects and their impact on development. *Psychoanalytic psychotherapy*, 27(4), 269-279.
- HARTMAN, S. (2011). Reality 2.0: When loss is lost. *Psychoanalytic Dialogues*, 21(4), 468-482.
- HOEKSTRA, H. (16 december 2019). *Social media onderzoek 2020*. www.newcom.nl/social-media-2020
- IKONEN, P., & RECHARDT, E. (1993). The origin of shame and its vicissitudes. *The Scandinavian Psychoanalytic Review*, 16(2), 100-124.
- KALUZEVICIUTE, G. (2020). Social media and its impact on therapeutic relationships. *British Journal of Psychotherapy*, 36(2), 303-320.
- KING, V. (2016). ‘If you show your real face, you’ll lose 10 000 followers’ — The gaze of the other and transformations of shame in digitalized relationships. *Communication and Media*, 11(38), 71-90.
- KOHN, N., & ROTH, J. (2012). The blank screen of cyberspace. *Psychoanalytic Inquiry*, 32(5), 426-437.
- KOHUT, H. (1971). *The analysis of the self*. New York: International University Press.
- LEADER, C. (2014). Turned on: Romantic love, psychoanalysis and our attachments to new and social media. *Free Associations*, 15(2), 67-87.
- LEWIS, H.B. (1971). *Shame and guilt in neurosis*. New York: International Universities Press.
- LEMMA, A. (2015). Psychoanalysis in times of technoculture: Some reflections on the fate of the body in virtual space. *International Journal of Psychoanalysis*, 96(3), 569-582.

- LINGIARDI, V. (2008). Playing with unreality: Transference and computer. *International Journal of Psychoanalysis*, 89(1), 111-126.
- LUYMES, M.B. (2007). Transitional space in cyberspace: de echte en de virtuele divan. *Tijdschrift voor Psychoanalyse*, 13(3), 224-236.
- MARZI, A. (2018). The analyst's identity and the digital world: A new frontier in psychoanalysis. *The Italian Psychoanalytic Annual*, 12, 99-113.
- MORRISON, A.P. (1989). *Shame: The underside of narcissism*. Hillsdale, NJ: The Analytic Press.
- MUCHNIK, R., & BUIRSKI, R. (2016). Social media as organizing but not transforming self-experience. *International Journal of Psychoanalytic Self Psychology*, 2, 145-151.
- PIERS, G., & SINGER, M.P. (1953). *Shame and guilt*. New York: W.W. Norton.
- RYCROFT, C. (1968). *A critical dictionary of psychoanalysis*. New York: Basic Books.
- SARTRE, J.-P. (1943). *L'être et le néant*. Saint-Amand: Gallimard.
- SARTRE, J.-P. (2003). *Het zijn en het niet*. Rotterdam: Lemniscaat.
- SCHARFF, J. (2012). Clinical issues in analyses over the telephone and the internet. *International Journal of Psychoanalysis*, 93, 81-95.
- SEIDLER, (2001). *Der Blick des Anderen. Eine Analyse der Scham* (2e herziene uitgave). Stuttgart: Klett-Cotta.
- SHAKIR, T., BHANDARI, N., ANDREWS, A., ZMITROVICH, A., MCCracken, C., GADOMSKI, J., ... JAIN, S. (2019). Do our adolescents know they are cyberbullying victims? *Journal of Infant Child & Adolescent Psychotherapy*, 18(1), 93-101.
- STERN, D. (1977). *The first relationship*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- SULER, J. (2005). The online disinhibition effect. *International Journal of Applied Psychoanalytic Studies*, 2(2), 184-188.
- SULER, J. (2016). The ambivalence of the digital natives. *International Journal of Applied Psychoanalytic Studies*, 13(2), 179-184.
- TURKLE, S. (2004). Whither psychoanalysis in computer culture? *Psychoanalytic Psychology*, 21(1), 16-30.
- UZLANER, D. (2017). The selfie and the intolerable gaze of the Other. *The International Journal of Applied Psychoanalytic Studies*, 14, 282-294.
- VERSCHUER, N. VAN (14 MEI 2020). Instagram als werkelijkheid. *NRC*. www.nrc.nl/nieuws/2020/05/14/instagram-als-werkelijkheid-a3999753
- WIKIPEDIA. (24 maart 2021). *Sociale media*. [https://nl.wikipedia.org/wiki/Sociale_media#:~:text=Sociale%20media%20\(de%20Engelse%20term,en%20dia-log%20tussen%20de%20gebruikers](https://nl.wikipedia.org/wiki/Sociale_media#:~:text=Sociale%20media%20(de%20Engelse%20term,en%20dia-log%20tussen%20de%20gebruikers)
- WURMSER, L. (1997). *Die Maske der Scham. Die Psychoanalyse von Schamaffekten und Schamkonflikten*. Berlin: Springer.
- ŽIŽEK, S. (2004). What can psychoanalysis tell us about cyberspace? *Psychoanalytic Review*, 91(6), 801-830.

SUMMARY

The gaze of the other in the virtual world

By examining the concept of the other person's gaze, its relationship with shame becomes clear. This article provides a small overview of the development of the theory of shame. Given the technological developments that underlie social media, concepts such as reality and presence acquire new meanings, which influences relationships on- and offline. Finally, on the basis of two prevailing hypotheses, how and whether the other person's gaze takes shape in the use of social media is examined.

Key words: selfie, shame, social media, the gaze of the other, virtual

Noten

- 1 Sociale media (de Engelse term *social media* is ook in het Nederlands gangbaar) is een verzamelbegrip voor online platformen waar gebruikers, zonder of met minimale tussenkomst van een professionele redactie, de inhoud verzorgen.

Hoofdkenmerken zijn interactie en dialoog tussen de gebruikers (Wikipedia 2021).

- 2 De nieuwe betekenis (neologisme) van het woord ›curator‹ kan als volgt worden beschreven: ›Iemand die voor anderen relevante informatie selecteert en overzichtelijk bij elkaar zet‹ (Cousijn 2016).

Manuscript ontvangen 3 januari 2020

Definitieve versie 15 oktober 2020