



# Moving my butt away from my desk

Een studie naar locatieve media en performance | Tanika Buijsen

“Vertel me en ik zal vergeten,  
Toon me en ik zal onthouden,  
Betrek me en ik zal begrijpen.”  
*Confucius (551 v. Chr. – 497 v. Chr.)*

Tanika Buijsen 3501000

05 april 2012

BA eindwerkstuk Michiel de Lange



**Universiteit Utrecht**

Omslagillustratie: Tanika Buijsen en <http://www.endomondo.com>

# Inhoudsopgave

Inleiding	4
Hoofdstuk 1: Media en Performance	6
1.1 Locatieve Media	6
1.1.1 Imaginaire plaatsen	6
1.1.2 Fysieke plaatsen	7
1.2 Performance	8
1.2.1 Culturele performance	8
1.2.2 Media en performance	9
1.3 Interactie op niveau	10
Hoofdstuk 2: Casus	12
2.1 Endomondo	12
2.2 Relatie per niveau	13
2.2.1 Fysieke leefwereld	13
2.2.2 Sociale leefwereld	14
2.2.3 Individuele leefwereld	15
Hoofdstuk 3: Conclusie en discussie	16
3.1 Conclusie	16
3.2 Discussie	16
Literatuurlijst	18



## Inleiding

De mobiele telefoon of *smartphone* is tegenwoordig niet meer weg te denken uit het straatbeeld. Menig persoon loopt wel met een dergelijk apparaatje aan zijn oor geplakt, of het lijkt met de vingers te zijn vergroeid. Door de ontwikkelingen op het gebied van mobiele media zijn ook de discoursen omtrent dit fenomeen veranderd en vervormd. In 2000 voorspelde Anthony Townsend al iets dergelijks: “*Yet the cellular telephone, [...] lead to fundamental transformations in individuals’ perceptions of self and the world, and consequently the way those individuals collectively construct that world.*”. (Townsend 2000, 85)

De huidige *smartphones* lijken een belichaming te zijn van de stelling van Townsend. De mobiele apparatuur heeft oneindig veel mogelijkheden en toepassingen. Michiel de Lange lijkt zich ook bewust te zijn van dit fenomeen en onderscheidt in zijn proefschrift '*Moving Circles*' vier dimensies: “*Mobile media in my approach are composed of four dimensions. (1) They are platforms on which we play games, and interfaces on which we play with the physical environment. (2) They are cultural artifacts that matter as material objects. (3) They obviously are communication technologies, and with the mobile internet increasingly also information technologies. (4) They are part of a broader ‘convergent’ media culture that increasingly shapes our lives.*”. (de Lange 2010, 27)

Met de talloze gebruikersmogelijkheden kon natuurlijk ook de toevoeging van GPS niet uitblijven. Vele applicaties (*apps*) maken gebruik van locatie-gebaseerde informatie. Dit kunnen voor de hand liggende applicaties zijn, zoals een navigatieprogramma, maar GPS kan ook in de context van een spel gebruikt worden: dit heeft *Foursquare* wel bewezen. (Foursquare 2009)

Hoezeer Anthony Townsend gelijk had met zijn voorspelling, zal nog blijken in deze thesis (zie §1.1). Over het feit dat *smartphones* het straatbeeld en het leven hebben veranderd, valt namelijk niet te twisten. Door de eindeloze toepassingen van mobiele media kan men wel stellen dat niet alleen de interactie met elkaar, maar ook met de wereld en hoe we deze construeren een andere vorm heeft aangenomen. Een vraag naar hoe menselijke praktijken zich verhouden tot hun context leidt ons al snel naar het gebied van *Human Performance*, een concept met een uitgebreide geschiedenis en een al even brede definitie (zie §1.2). Mede door zijn lange geschiedenis is het een uitstekend concept om de interactie tussen mensen of tussen de mens en zijn omgeving te belichten. Juist om dit accent is in deze thesis voor *performance* gekozen, omdat het de nadruk legt op hoe de gebruiker zich verhoudt tot de omgeving middels locatieve media (zie §1.3).

De hoofdvraag die in deze thesis de rode draad vormt, luidt als volgt: “*Hoe kan performance nieuw licht werpen op locatieve media?*”

Om antwoord te geven op de hoofdvraag is deze thesis opgebouwd uit twee delen. In het eerste deel wordt er middels een literatuurstudie een raamwerk omtrent de concepten *locatieve media* en *performance* gevormd. Voor beide concepten zal eerst kort de geschiedenis worden besproken, om vervolgens via recentere werken tot een definitie te komen. Daaruit volgend wordt er een vernieuwd, meer heuristisch gebruik van het concept *performance* bepleit. Dit perspectief wordt voorgesteld om beter te kunnen belichten op welke manier locatieve media en performance elkaar kunnen beïnvloeden of transformeren, en wel binnen de gemeenschappelijke domeinen ‘fysieke leefwereld’, ‘sociale leefwereld’ en ‘individuele leefwereld’. De specifieke casus *Endomondo*, een sportapplicatie, zal dit voorstel in het tweede deel nog eens illustreren.

# Hoofdstuk 1: Media en Performance



## 1.1 Locatieve Media

De relatie tussen 'fysieke plaats' en 'nieuwe media' heeft een omvangrijke geschiedenis. In de oudere discoursen (o.a. Augé 1995, Jones 1998) heerste de opvatting dat nieuwe mediatechnologieën apart van de fysieke realiteit bestudeerd zouden moeten worden, omdat deze losstaat van de dagelijkse, fysieke omgeving. De nieuwe technologieën zouden zelfs totaal nieuwe ruimten construeren waarin het lichaam onbelangrijk en onbruikbaar zou zijn. Hieronder wordt er kort ingegaan op de oudere literatuur rondom media als 'losstaand' van de fysieke omgeving. Daarna zullen de huidige studies besproken worden, om zo tot een definitie van het concept 'locatieve media' voor deze thesis te komen.

### 1.1.1 Imaginaire plaatsen

De stelling dat nieuwe media losstaan van de fysieke wereld, komt duidelijk naar voren in het begrip 'non-places' van Marc Augé. Internet en nieuwe mediatechnologieën zouden 'placeless' ("zonder plaats") zijn, of 'non-places' ("niet-plaatsen"). Als een plaats gedefinieerd kan worden als relationeel, historisch en beladen is met identiteit, dan is een ruimte welke niet gedefinieerd kan worden als relationeel, historisch en beladen met identiteit een 'non-place', aldus Augé. (Augé 1995, 77) Simon Pope weet dit in iets simpele bewoordingen samen te vatten; de ruimte wordt geleefd, terwijl een plaats bestaat voor, tijdens en na het leven. (Pope 2005, 2)

Bij verdere uitdieping van de literatuur verschijnt ook het idee dat internet en nieuwe mediatechnologieën een totaal andere ruimte of realiteit zouden creëren, welke niets meer te maken heeft met fysieke plaats of tijd. Termen als *Virtual Reality* en *Cyberspace* komen vaak terug in de literatuur. (o.a. Philips 2003 en Gibson in Dodge & Kitchin 2001) De term *Cyberspace*, wat letterlijk 'navigeerbare ruimte' betekent, werd geïntroduceerd door schrijver William Gibson in de roman *Neuromancer* uit 1984. Gibsons *Cyberspace* refereert aan een ervaring binnen *Virtual Reality*, waar men constant gevangen zit in een matrix van computers. (Shapiro 1998, 2) Cyberspace wordt gezien als iets wat niets meer van doen heeft met de fysieke wereld.

Deze opvatting wordt nog eens duidelijk gemaakt in het volgende citaat van professor Steve Jones: "*Cyberspace hasn't a 'where' (though there are 'ties' or 'nodes' at which users gather). Rather, the space of cyberspace is predicated on knowledge and information, on the common beliefs and practices of a society abstracted from physical space*". (Jones 1998, 15) Als men over Cyberspace praat, heeft dit dus niet de strekking van een letterlijke ruimte. Het is een imaginaire

plaats, geconstrueerd uit informatie en handelingen. Het bestaat los van de tijd en de materialiteit van de fysieke wereld.

### 1.1.2 Fysieke plaatsen

Meer recente studies tonen echter aan dat mobiele mediatechnologieën weer verbonden raken met tijd en plaats. (de Lange 2010, 138) De ontwikkelingen op het gebied van nieuwe mediatechnologieën illustreren dit nog eens; technologieën als GPS (*Global Positioning System*), Bluetooth, WiFi en RFID stellen in staat de exacte geografische locatie van iets of iemand te bepalen. Ook is het mogelijk de afstand tussen twee objecten of personen te meten, of een object te volgen. In de hedendaagse *smartphones* zitten deze functies standaard geïntegreerd. Daarnaast zijn er talloze applicaties die gebruik maken van locatie-gebaseerde informatie. Zoals in de inleiding al is genoemd kunnen dit voor de hand liggende applicaties zijn, zoals een navigatieprogramma. GPS kan echter ook in de context van een spel gebruikt worden. Ook de Facebook-applicatie maakt sinds 2011 gebruik van *Facebook Places*, waarmee je de locatie van je statusupdate of foto's aan kunt geven. (Cox 2011)

Juist met deze technologieën worden tijd en fysieke locatie weer belangrijk, zo niet cruciaal. Een navigatieprogramma is immers nutteloos zonder fysieke ruimte waar men doorheen kan navigeren. Men zou dus kunnen stellen dat er middels de *smartphone* en bijbehorende applicaties een interactie met de omgeving plaatsvindt; je zou zelfs zo ver kunnen gaan om de hedendaagse *smartphone* een interface voor de omgeving te noemen. Deze visie wordt gedeeld door Mizuko Ito et al.; zij stellen dat “ [...] *range of portable objects that people use to inhabit, navigate through and interface with urban environments.*” (Ito et al. 2009; 67)

In het artikel *Interface* haalt Jan Simons een citaat van Johnson aan, die deze stelling lijkt te ondersteunen: “ [...] *the graphic interface had added another layer separating the user from his or her information. But the tactile immediacy of the illusion made it seem as though the information was now closer at hand, rather than farther away.*” (Johnson 1997, 21 in Simons 2002, 123) In deze stelling kunnen we de *smartphone* herkennen als de interface die de locatie-gebaseerde informatie dichterbij brengt. Zonder de *smartphone* blijft bepaalde informatie uit de omgeving voor ons verborgen. Kenmerkend is de extra 'laag' waar Johnson over spreekt. Er is in principe sprake van een samenspel van digitale en fysieke ruimten. Hier modificeren en vullen beide ruimten elkaar aan. Als we dit aannemen, heeft dit dus gevolgen voor de beleving van de gebruikers.

Bovenstaande stelling over de interface is nog aan te vullen met het uitgangspunt over locatie media van Katerina Diamantaki en haar collega's. Zij gaan er van uit dat locatie media systemen voor technologisch gemedieerde, interpersoonlijke communicatie en groepscommunicatie zijn en het mogelijk maken de traditionele stedelijke ruimte te verrijken

met ruimtelijk gepositioneerde informatie. Dit kan bereikt worden via mobiele apparatuur, aldus Diamantaki et al. (2007, 1)

Juist deze definitie – de smartphone als interface en de stelling van Diamantaki – vormt de leidraad voor wat in deze thesis met ‘locatieve media’ bedoeld wordt. Dit omdat het uitstekend het locatieve aspect en de interactie met de omgeving van het concept weet te vatten. In hoofdstuk 2 wordt er middels de casus dieper ingaan op de *smartphone* als interface en als locatief medium.



## 1.2 Performance

‘Performance’ is een term met verschillende betekenissen en met gebruik in verschillende disciplines, zoals in de linguïstiek, esthetica, handelingstheorieën, literale en culturele theorieën, antropologie en etnografie. Tegenwoordig kunnen we het concept dan ook niet meer aanhalen, zonder een accent te leggen op de discipline waarbinnen we de term gebruiken. Hieronder wordt eerst kort ingegaan op het oorspronkelijke gebruik van ‘performance’. Daarna zal de langzame verschuiving van het concept naar de meer recentere literatuur beschreven worden, om zo tot een definitie van ‘performance’ voor deze thesis te komen.

### 1.2.1 Culturele performance

Het *Prisma woordenboek Nederlands* definieert performance als: 1. een voorstelling, 2. een toepassing van kennis van een taal, 3. een niveau van prestatie. (Prisma 2002, 366) Deze volgorde geeft ook ruwweg de geschiedenis van het concept weer. Hoewel performance tegenwoordig een enorm breed gebruik heeft, liggen de wortels vooral in het theater en in de *performance arts*. Een performance is in zijn oorspronkelijk gebruik een voorstelling, iets wat (publiekelijk) tentoon wordt gesteld of wordt opgevoerd. Het concept is doordrongen van culturele en theatrale aspecten.

De term ‘cultural performance’ werd voor het eerst geïntroduceerd in 1959 door Milton Singer. Dit gebeurde in een introductie tot een bundel van essays over de Indiase cultuur. (Carlson 2004, 13) Singer suggereert dat de culturele inhoud van traditie overgebracht wordt door specifieke culturele media en door menselijke dragers. Cultuur is volgens Aziatische mensen verpakt in evenementen (de ‘cultural performances’) die aan publiek tentoongesteld kunnen worden. Dit zijn bijvoorbeeld dans- en toneelvoorstellingen, religieuze rituelen etc.

Richard Bauman benadrukt het belang van dat publiek in zijn boek “*A World of Others’ Words: Cross-Cultural Perspectives on Intertextuality*”. (2004) Hij begrijpt performance als een



communicatieve vertoning, waarin de performer informatie naar het publiek verzendt. De medewerking van het publiek is een cruciaal component, stelt Bauman, voor het laten slagen van de performance. Zij ontvangen immers de informatie, nemen deze in zich op en interpreteren de informatie als zijnde een performance. (Bauman 2004, 9) Het theatrale aspect van performance als een voorstelling wordt hier nog eens benadrukt, maar ook het linguïstieke (communicatieve) onderdeel wordt hier onderstreept.

Een van de bekendste publicaties over linguïstieke performance is *'How to do things with words'* van John L. Austin. Taal is niet slechts iets waarmee men dingen kan beschrijven, maar iets wat bepaalde dingen in werking kan zetten. Als men iets belooft, spreekt hij deze belofte niet alleen uit maar legt hij zich zelf ook ergens op toe. Diegene *maakt* een belofte. Deze daadkracht van woorden noemt Austin performativiteit. (Austin 1962) Het betekent dat door iets te zeggen, men tegelijkertijd iets *doet*, of er wordt iets mee geconstrueerd. Gesproken taal heeft niet alleen de kwaliteit van een gebeurtenis, maar ook de kwaliteit van een *handeling*. (Ehlich en Rehbein 1993, 233)

### 1.2.2 Media en performance

Marvin Carlson stelt in zijn boek *Performance: a Critical Introduction* dat er een zogenaamde 'performatieve wending' in de wetenschap heeft plaatsgevonden in de jaren '90. Hierdoor is er een complexe, uitgebreide theorievorming ontstaan, waarin geprobeerd wordt te analyseren wat performance nu eigenlijk is. (Carlson 1996, 1) Nieuwe informatietechnologieën en daarmee interfacesystemen maakten hun entree in de maatschappij. De aandacht verschoof van het theatrale en linguïstieke aspect naar een veel bredere context. De technologieën verschaften namelijk nieuwe manieren om informatie te delen en handelingen te uiten. Daarmee werd performance een extra domein toegekend; eerst middels het internet, en later via de mobiele mediatechnologieën.

De performatieve wending werd voornamelijk begrepen als een proces van een steeds groter wordende 'medialisering' van de samenleving, omdat de dagelijkse performance werd veranderd door de nieuwe informatietechnologieën. (Kattenbelt 2010, 27) Het concept van de performatieve wending kan echter ook in een bredere context gebruikt worden, namelijk als referentie aan de groeiende waarde van performance in de cultuur en maatschappij. Dit laatste idee is geformuleerd in verschillende termen, zoals *'society of the spectacle'* (Debord 1977 in Durham en Kellner 2001, 139) en *'performative society'* (Kershaw 1999, 13).

De ideeën dat het doen van iets effect produceert en de realiteit construeert, heeft de ontwikkeling van theorieën over performance op basis van het theatrale en linguïstieke veld enorm geïnspireerd. De rode draad in elk onderzoek naar performativiteit lijkt dan ook de aandacht te leggen op hoe menselijke praktijken zich verhouden tot hun context. Performance

kan men kortom opvatten als een prestatie die betekenis produceert. De “*showing of a doing*”, zoals Ronald Grimes het ook wel typeert (Grimes 2003, 35). De realiteit is een sociale constructie, waarbij het gedrag van het individu mede wordt bepaald door de context waarin deze plaatsvindt.

Performance is een uitstekend concept om de interactie tussen mensen of tussen de mens en zijn omgeving te belichten. Het accentueert de verhouding van de gebruiker met zijn omgeving en hoe men de wereld hetzij individueel, hetzij collectief construeert. Uit deze paragraaf is al gebleken dat dit sinds de performatieve wending ook via nieuwe mediatechnologieën plaats kan vinden. De term is juist daarom, met het oog op locatie media, in deze thesis gekozen.



### 1.3 Interactie op niveau

Ondanks dat nieuwe mediatechnologieën en ‘performance’ in verschillende disciplines aan elkaar gekoppeld worden (Kattenbelt 2010), is er nog weinig onderzoek naar de specifieke relatie tussen locatie media en performance gedaan. In hoofdstuk twee wordt er daarom middels de casus *Endomondo* een, wellicht paradoxaal te noemen relatie geopperd. Uit de bovenstaande literatuurstudie kan men afleiden dat er drie domeinen zijn waarbinnen ‘locatie media’ en ‘performance’ met elkaar interacteren:

1. Tijd en plaats, ofwel de fysieke leefwereld. Zo functioneert locatie media hoofdzakelijk als extra “laag”, met informatie en kennis over de omgeving die anders voor de gebruiker verborgen zou blijven. Het is als het ware een interactie tussen de traditionele en digitale ruimte. Men mag aannemen dat door die extra laag het domein van belevenis en performativiteit dan vergroot, iets wat achterwege blijft in de huidige literatuur.
2. In communicatie met de ander, ofwel de sociale leefwereld. Diamantaki wees al op communicatieve aspect van locatie media. Groepscommunicatie vindt op een andere manier plaats dan op traditionele wijze in de fysieke leefwereld. Ook performance krijgt een andere dimensie door dit communicatieve aspect; zo resulteerde de performatieve wending wellicht in een bepaalde performancedrang van de maatschappij.
3. De constructie van men zelf, ofwel de individuele, persoonlijke leefwereld. Bij locatie media staat de gebruiker nog altijd centraal; zonder gebruiker of ‘navigeerder’ is het medium nutteloos. De extra informatie die locatie media de gebruiker verschaffen, heeft echter ook invloed op de perceptie op de gebruiker zelf, wat door kan werken in de performance.

Hoewel de bovenstaande drie domeinen uit de eerdere literatuurstudie zijn ontstaan, vindt men een dergelijke triade in verschillende oudere literatuur. (Agnew 1987, Lefebvre 1991) De drie domeinen zullen uitgelegd worden aan de hand van de casus *Endomondo*. Deze zal een duidelijker beeld scheppen van de relatie tussen 'locatieve media' en 'performance'.

## Hoofdstuk 2: Casus



### 2.1 Endomondo

In 2007 besloten drie collega's de ondernemerswereld in te stappen. Zo werd de mobiele applicatie *Endomondo* geboren. De applicatie is een *sports-tracker* die gratis beschikbaar is voor de platformen Android, Symbian, iOS, BlackBerry en Windows Mobile. *Endomondo* meet door middel van GPS op je telefoon de afstand, snelheid en calorieverbruik voor tientallen sporten; hardlopen, fietsen, wandelen, schaatsen, kajakken – enzovoort. Alle persoonlijke sportdata wordt opgeslagen op je telefoon. Er is ook een betaalde versie die extra mogelijkheden biedt, bijvoorbeeld intervaltrainingen, tijddoelen of het koppelen van je hartslagmeter.

Na het sporten is er de mogelijkheid om de data van de sportsessie te uploaden naar *Endomondo.com*. In essentie is dit een soort Facebook voor sporters: “*Endomondo is a sports community based on free real-time GPS tracking of running, cycling, etc. Bring your mobile on the track and get a complete training log. (...) Endomondo.com is the place where you automatically track all your sports data and monitor your performance over time. At Endomondo.com you meet like-minded friends, get inspired by them, ...*”. (Endomondo 2008)

Op de website kan men op zijn persoonlijke pagina een uitgebreidere analyse terugvinden. Er is ook een *Total Training Overview* waarin alle data van de sportsessies bij elkaar zijn gezet. Persoonlijke profielkenmerken zoals lengte en gewicht worden volledig in de analyse meegenomen. Zo wordt de calorieverbranding berekend per tak van sport.

*Endomondo* is zoals eerder gezegd een *community - based* applicatie. Men heeft de mogelijkheid vrienden te worden met andere personen. Om te beginnen kan men elkaars sportsessie bekijken en becommentariëren. Daarnaast kan men een *voice - message* achterlaten, die tijdens de sportsessie als peptalk gebruikt wordt. Want, zo claimt Endomondo, “*No data set can replace the personal touch of hearing someone's voice during the difficult portions of your workout*”.

De applicatie weet het gevoel van ‘samen sporten’ nog meer te versterken door zogenaamde *challenges*. Deze kunnen op persoonlijk niveau plaatsvinden door een vriend voor een dergelijke *challenge* uit te nodigen. Hier zit men echter niet gebonden aan locatie: men kan het bijvoorbeeld in een marathon hardlopen opnemen tegen wie dan ook ter wereld. De *challenges* kunnen echter ook op een meer algemeen niveau plaatsvinden; zo schrijft het *Endomondo*-team meerdere *challenges* per maand uit en verloot onder de deelnemers dan sportkleding en andere prijzen.



## 2.2 Relatie per niveau

Uit de discoursanalyse in hoofdstuk één is al gebleken dat er drie niveaus zijn waarop ‘locatieve media’ en ‘performance’ met elkaar interacteren: de fysieke leefwereld, de sociale leefwereld en de persoonlijke, individuele leefwereld. In de huidige literatuur blijft deze relatie onderbelicht; hieronder zal dan ook per niveau de relatie middels de casus worden uitgelegd.

### 2.2.1 Fysieke leefwereld

In hoofdstuk één is de oudere literatuur omtrent nieuwe mediatechnologieën en de relatie tussen ‘fysieke plaats’ en ‘nieuwe media’ al beschreven. Deze twee concepten zouden los van elkaar bestudeerd moeten worden, aangezien nieuwe media totaal nieuwe ruimten construeerden. In essentie is *Endomondo* ook een imaginaire plaats: eentje die bestaat uit een code, opgebouwd uit informatie die gebruikers ingeven. Daar houdt echter de vergelijking met de oudere discourses omtrent locatieve media op.

Met het gebruik van *Endomondo* wordt enerzijds digitale informatie de fysieke wereld in gebracht, waardoor de perceptie op die wereld wordt verrijkt. Anderzijds wordt informatie uit de fysieke wereld omgezet in digitale *bits* en *bytes*. Hoewel dit lijkt te impliceren dat er nog steeds twee aparte werelden bestaan waartussen informatie wordt uitgewisseld, moet men voorzichtig zijn met dit zo op te vatten. Communicatiewetenschapper Adriana de Souza e Silva weet die implicatie treffend af te wijzen. Volgens haar zijn beide ruimten niet los van elkaar te zien, maar leidt de vermenging tot een derde soort ruimte: de hybride ruimte. (de Souza e Silva 2006)

In het artikel “*From Cyber to Hybrid*” beschrijft de Souza e Silva deze ruimte als een, waar fysieke en digitale wereld in elkaar overlopen. Doordat mobiele media een dynamischere relatie met de digitale wereld creëren, vervaagt de grens tussen de fysieke en digitale wereld steeds meer. De informatie die het verschaft, welke anders voor de gebruiker verborgen zou zijn gebleven, biedt het een mogelijkheid om op een andere manier naar de fysieke omgeving te kijken. De applicatie transformeert op die wijze de *smartphone* als het ware tot een interface: “*The territory you see through the augmented window in your new vehicle is not the normal landscape of plains and trees and oceans, but an informationscape in which the features are words, numbers, graphs, images, concepts, paragraphs, arguments, relationships, formulas, diagrams, proofs [...].*” (Rheingold 2000 in Simons 2002, 142)

Dit heeft grote gevolgen voor onze perceptie op de omgeving, doordat het fysieke en het digitale nu tegelijkertijd aanwezig kunnen zijn en elkaar wederzijds beïnvloeden. Zo zijn plaats en tijd belangrijke elementen in *Endomondo*. De applicatie maakt onder andere gebruik van GPS, waarmee bijvoorbeeld hardlooproutes in kaart worden gebracht. Als men tijdens het lopen

*Endomondo* bekijkt, ziet men de seconden en (kilo)meters geteld worden. Met het gebruik van *Endomondo* tijdens het sporten worden tijd en plaats dus meetbare objecten. Een concept als 'tijd' krijgt ineens door het gebruik van de applicatie een heel andere betekenis en beleving; het bewustzijn over de wegtikkende seconden is vergroot, dus men zal zich logischerwijze hier naar gedragen.

### 2.2.2 Sociale leefwereld

Men kan op de website van *Endomondo* op verschillende manieren met vrienden communiceren. Dit kan bijvoorbeeld door geschreven commentaar of tips bij iemands weergegeven sportsessie weg te zetten. Het verzenden van gesproken *peptalks* maakt de interactie al iets exclusiever. Dan is er echter nog de mogelijkheid om elkaar via zogenaamde *challenges* uit te dagen. Hier kan men middels de applicatie - met wie dan ook ter wereld - een competitie aangaan. Er zijn ook algemene, officiële *challenges*, uitgeschreven door het *Endomondo*-team. Zonder de applicatie zou een dergelijke competitie haast onmogelijk zijn. De prestatie wordt in detail gemeten, dus zal er geen twijfel bestaan wie de competitie heeft gewonnen, ondanks dat deze op verschillende continenten en verschillende tijden plaatsvindt.

Een locatief medium als *Endomondo* geeft men de mogelijkheid om zichzelf op een andere manier aan 'de ander' te presenteren dan in traditionele zin, bijvoorbeeld op alleen fysieke wijze. De performatieve wending wees al op een groeiend belang van performance in de maatschappij. Dit werd onder andere bewerkstelligd door de komst van nieuwe mediatechnologieën, doordat deze nieuwe manieren van performance in de hand werkten. Bij een applicatie als *Endomondo* draait het voornamelijk om sportiviteit. Plotseling wordt het van belang hoe snel, ver en frequent iemand loopt of fietst. Deze nieuwe context bepaalt onder andere hoe men zich dan gedraagt; "[...] *I assume that when an individual appears before others he will have many motives for trying to control the impression they receive of the situation.*" (Goffman 1959, 121)

De sociale constructie zelf wordt dus beïnvloed door de context waarbinnen deze plaatsvindt. In de context van een competitie manifesteert deze zich letterlijk *middels* de performance. Plots profileert de een zich als tegenstander van de ander; men zal zich dan ook als tegenstander gedragen. *Endomondo* meet van beide personen de lichamelijke prestaties, welke de gebruikers de betekenis van winnaar of verliezer toekent. Op dat moment wordt de verhouding ten opzichte van de ander geconstrueerd middels die specifieke performance.

### 2.2.3 Individuele leefwereld

Ten slotte wordt het beeld van de gebruiker zelf veranderd. In plaats van een levend, ademend mens wordt men gereduceerd tot een blauw lijntje dat zich op de kaart voortbeweegt. Men

wordt echter tegelijkertijd meer dan dat: het aantal gelopen meters, de verbrande calorieën, de hoeveelheid hartslagen per minuut. Door middel van de applicatie ziet de persoon een totaal andere kant van zichzelf die anders verborgen was gebleven. De lichamelijke prestatie in combinatie met de nieuwe mediatechnologie produceert bepaalde betekenis die men anders onbekend was gebleven.

Dit laatste niveau is echter gekoppeld aan het niveau van de sociale leefwereld. Want waar het publiek volgens Bauman cruciaal is om een performance te laten slagen (pag. 8), zo is de 'ander' belangrijk om bij performance de individu een plaats in zijn context te geven. "*Een mens heeft een bepaalde verhouding of relatie ten aanzien van zichzelf, zijn medemensen, de dingen in zijn omgeving, de dieren en de planten. [...] De mens gaat helemaal op in die verhouding; hij is niets anders dan 'zich verhouden tot'.*" (Ijsseling 1994, 23) Een website als *Endomondo* concretiseert dat 'verhouden tot'. De website is gebouwd op verhoudingen. Niet alleen tussen mens en medemens, maar ook tussen de mens en zichzelf.

De lichamelijke prestatie van het individu produceert in combinatie met de nieuwe mediatechnologie een bepaalde betekenis, welke zonder een applicatie als *Endomondo* verborgen was gebleven. De gebruiker ziet een tot nog toe onbekende kant van zichzelf op het scherm verschijnen; de verbruikte calorieën, de maximum snelheid, de frequentie waarmee men sport. Hij wordt zich bewust van zijn conditie en zal dus moeten beslissen of hij hier wat aan wil gaan doen of niet. Op die manier wordt de performance zelf weer beïnvloed.

## Hoofdstuk 3: Conclusie en Discussie



### 3.1 Conclusie

In deze thesis is een poging gedaan om antwoord te geven op de vraag: “*Hoe kan performance nieuw licht werpen op locatieve media?*” Eerst is er middels een literatuurstudie een raamwerk gevormd omtrent de concepten uit de hoofdvraag. Deze thesis beschreef samenvattend de historiek achter de twee concepten, om zo tot een handzame definitie te komen. Daarnaast zijn uit de literatuurstudie drie domeinen gebleken waarbinnen locatieve media en performance met elkaar lijken te interacteren; de ‘fysieke leefwereld’, de ‘sociale leefwereld’ en de persoonlijke, ‘individuele leefwereld’. Zoals is gezegd is de interactie tussen performance en locatieve media onderzocht, omdat de huidige literatuur deze vaak nog onderbelicht liet. Daarom is performance als heuristische lens gebruikt om naar locatieve media te kijken; het concept legt de nadruk op hoe men zich verhoudt binnen de verschillende leefwerelden. Dit is uitgelegd aan de hand van de casus *Endomondo*, een applicatie die de *smartphone* tot een locatief medium weet te transformeren.

Performance opent een nieuwe dimensie voor locatieve media, namelijk, deze beïnvloeden op een directe manier de fysieke leefwereld, de sociale leefwereld en de individuele leefwereld. Een applicatie als *Endomondo* illustreert hoe bepaalde verhoudingen tot de wereld, de ander en tot men zelf worden geconstrueerd. Zonder dit medium zou deze informatie verborgen zijn gebleven. De technologie staat dus in dienst van de performance; het wordt gebruikt om bepaalde kennis uit te breiden en daarmee de leefwerelden te construeren. Paradoxaal genoeg beïnvloedt dit de performance zelf ook, aangezien men zich gaat gedragen naar zijn nieuw geconstrueerde context. Er is dus duidelijk een constante wisselwerking tussen de twee concepten te ontdekken. *Endomondo* verrijkt de performativiteit, terwijl het medium zelf ook een extra dimensie krijgt door de performance.



### 3.2 Discussie

Het gebruik van nieuwe mediatechnologieën en hoe deze het gedrag en de wereld van mensen beïnvloeden is een enorm interessant en actueel onderwerp. De constant variërende interactie tussen mens en digitaal moet bestudeerd blijven worden, daar deze voor verdere ontwikkeling van nieuwe mediatechnologieën handig ingezet kan worden. Er mag dan ook geen twijfel over



bestaan dat deze in de toekomst nog veel invloed gaan hebben op de perceptie op het individu en de wereld, en hoe men deze collectief construeert.

Deze thesis is echter nog te zeer van speculatieve aard om zeker te zijn van de gestelde interactie tussen performance en locatieve media. Voor verdere studies naar dit fenomeen is het dan ook aan te raden om onderzoek te doen onder de gebruikers van een applicatie als *Endomondo*; vooralsnog is voornamelijk uit eigen ervaring geschreven, gecombineerd met het theoretisch raamwerk over 'performance' en 'locatieve media'. Zoals uit de literatuurstudie is gebleken, is performance een nagenoeg empirisch begrip, gebaseerd op beleving door het individu en invloeden vanuit de omgeving. Dit is niet te vatten met hoofdzakelijk een literatuurstudie. Toch vormt deze thesis een beginsel voor een verder onderzoek. Komende periode wordt dan ook een evenement georganiseerd die dit in de praktijk gaat omzetten middels '*De Olympische Dataspelen*'. Dit evenement zal naar waarschijnlijkheid medio juli plaatsvinden.

## Literatuurlijst

(2011). About Endomondo. *Endomondo.com*

Geraadpleegd via <http://www.endomondo.com/about>

(2011). Community Motivation. *Endomondo*. 14 juni.

Geraadpleegd via <http://www.endomondo.com/blog/category/about>

Agnew, J. (1987). *Place and Politics: The Geographical Mediation of State and Society*. Boston: Allen & Unwin

Augé, M. (1995). *Non-Places: Introduction to an Anthropology of Supermodernity*. Londen: Verso.

Austin, J.L. (1962). *How to do things with words*. Oxford: Clarendon Press.

Bauman, R. (2004). *A World of Others' Words: Cross-Cultural Perspectives on Intertextuality*. Malden: Blackwell.

Carlson, M. (1996). *Performance: A Critical Introduction*. Londen: Routledge.

Cox, C. (2011). *Making It Easier to Share With Who You Want*.

Geraadpleegd via <http://blog.facebook.com/blog.php?post=10150251867797131>

Diamantaki, K., Charitos, D., Tsianos, N. & Lekkas Z. (2007). Towards investigating the social dimensions of using locative media within the urban context. *Proceedings of the 3rd IET International Conference on Intelligent Environments, Organising Professional Network: Robotics and Mechatronics*, UlmUniversity, Ulm, Germany, 13-15 September 2007.

Dodge, M. en Kitchin, R. (2001). *Mapping Cyberspace*. Londen: Routledge.

Durham, M. G. en Kellner, D. M. (2001) *Media and Cultural Studies*. Oxford: Blackwell Publishers Inc.

Ehlich, K. en Rehbein, J. (1993). *Kennis, taal en handelen. Analyses van de communicatie op school*. Assen: Van Gorcum.

Foursquare 2009. Geraadpleegd via <http://www.foursquare.com>

Goffman, E. (1959). *The presentation of self in everyday life*. Garden City, N.Y.: Doubleday.

Grimes, R. L. (2003). Ritual theory and the environment. In Heim, W. , Szerszynski B, en Waterton, C. (Eds.), *Nature performed: Environment, culture and performance* (pp. 31-45). Oxford: Blackwell Publishing.

Ijsseling, S. (1994). Het wezen van de techniek bij Martin Heidegger. In: Weiler, Raoul & Holemans, Dirk (red.), *Gegrepen door Techniek*, 21 - 41. Kapellen: Uitgeverij Pelckmans.

Jones, S. (1998). *CyberSociety 2.0: Revisiting Computer-Mediated Communication and Community*. Thousand Oaks: Sage Publications.

Kattenbelt, C. et al. (2010). *Mapping Intermediality in Performance*. Amsterdam: AUP.

Kershaw, B. (1999). *The Radical in Performance: between Brecht and Baudrillard*. New York: Routledge.

Lange, M. de. (2010). *Moving circles: mobile media and playful identities* (Proefschrift).

Geraadpleegd via <http://www.bijt.org/wordpress/2010/11/21/download-my-phd-dissertation-moving-circles/>

Lefebvre, H. (1991). *The production of space*. Trans. Nicolson-Smith, D. 2005 ed. Oxford: Basil Blackwell.

Ito, M., Okabe, D., & Anderson, K. (2009). Portable Objects in Three Global Cities: The Personalization of Urban Places. In R. S. Ling & S. W. Campbell (Eds.), *The reconstruction of space and time: mobile communication practices* (pp. 67-87). New Brunswick, N.J.: Transaction Publishers.

Philips, D. E. (2003). Virtual reality and the languages of technology. *Intercultural Communication Studies* XII-2, 159-172.

Pope, S. (2005). The Shape of Locative Media. *Mute: The Precarious Issue*, 29 (1).

Shapiro, A.L. (1998). The Disappearance of Cyberspace and the Rise of Code. *Symposium: Constitutional Issues Involving Use of the Internet*, Seton Hall University, New Jersey, United States, zomer 1998.

Simons, J. (2002). *Interface en cyberspace: Inleiding in de nieuwe media*. Amsterdam: AUP.

Souza e Silva, A. de. (2006). From Cyber to Hybrid: Mobile Technologies as Interfaces of Hybrid Spaces. *Space and Culture* 9, 261-278.

Spectrum Lexicografie. (2002). *Prisma Woordenboek Nederlands*. Utrecht: Het Spectrum.

Townsend, A.M. (2000). Life in the Real-Time City: Mobile Telephones and Urban Metabolism. *Journal of Urban Technology*, 7 (2), 85-104.