



Het leven als reis door de ruimte

Representatie van spatial narratives in het tijdperk van de phoneur

Stijn Peeters

**Het leven als reis door de ruimte: representatie van spatial
narratives in het tijdperk van de phoneur**

Scriptie ter afsluiting van de hoofdrichting Nieuwe Media &
Digitale Cultuur binnen Liberal Arts & Sciences aan de Univer-
siteit Utrecht

22 Juni 2012

Stijn Peeters, 3503941

Blok 2, jaar 3

Thema: Urbane Technologieën

Begeleidend docent: Michiel de Lange

Illustratie: Olaus Magnus, *Carta Marina* (16e eeuw)

Inhoud

- 1 Inleiding: Het leven als ruimtereis
- 6 Foursquare en Instagram: Ingrediëntenkast voor de spatial narrative
- 10 Space en place: ruimteverhalen
- 12 De spatial story gerepresenteerd: middeleeuwse kaarten
- 15 Een reis om de wereld in 80 foto's: fotografie als spatial storytelling
- 17 De opkomst van de phoneur: van spatial story tot dynamische spatial narrative
- 20 Toegang tot de data: Instagram, Foursquare en Facebook als interface tot de spatial narrative
- 22 Discussie
- 24 Conclusie

- 26 Bibliografie

But all is not lost, because in our language we have this phrase. We never have to be nowhere at all, we only ever have to be in the middle of nowhere, which is a softer, funnier place to be. Do you see? The phrase makes nowhere a place, with boundaries and a centre, and if there are boundaries then you can leave this place, you can travel in any direction and nowhere will cease to be, and this whole experience will be something you can laugh about.

– Quintin Smith, *Journey of Saga*

Het leven als ruimtereis

Er wordt wat afgedeeld, de laatste jaren. Met een *smartphone* op zak kan iedereen constant foto's, video's, muziek en allerlei andere updates delen en doet dit ook. Via sociale netwerken als Facebook of Hyves staat men dagelijks in contact met vrienden over de hele wereld. Diensten als Instagram (tegenwoordig ook deel van Facebook) en FourSquare bieden gebruikers de mogelijkheid foto's te nemen en er metadata aan toe te voegen door ze bijvoorbeeld te koppelen aan een locatie (*geotagging*), er tags aan toe te voegen of commentaar van andere gebruikers toe te staan. Zo zijn deze services niet alleen een vergaarbak van foto's maar wordt alle data die binnenkomt bovendien gekoppeld en gecategoriseerd, waardoor allerlei overzichten zijn te produceren (denk aan alle foto's voor een bepaalde locatie, locaties waar een bepaalde gebruiker is geweest, et cetera). Dit zou gezien kunnen worden als een dynamisch, digitaal foto-album dat men nog wel eens na een wereldreis samenstelt: aan de hand van foto's zijn zo gebeurtenissen en herinneringen van tijdens de reis te herbeleven.

Een dergelijk “verhaal van herinneringen”, verankerd in aanwijsbare locaties (bijvoorbeeld de steden die op een wereldreis bezocht zijn) is te beschrijven als een *spatial story*, een “verhaal” dat wordt verteld aan de hand van gebeurtenissen op bepaalde locaties en hoe deze beleefd werden, samengesteld uit ervaringen, herinneringen en gedachtes. Het maken van vakantiefoto's is slechts een van de manieren om zo'n spatial story vast te leggen, maar wel een buitengewoon krachtige; een foto zegt tenslotte, zo gaat het spreekwoord, meer dan 1000 woorden.

Met de groeiende populariteit van internetservices zoals het eerder genoemde Instagram of Foursquare, waarbij het maken van foto's en deze aan geografische coördinaten koppelen één van de belangrijkste *features* is, ontstaan ook nieuwe mogelijkheden voor het vastleggen van spatial stories. Omdat bovendien steeds meer mensen constant via hun smartphone verbinding hebben met het internet is een spatial story van (een groot deel van) iemands leven te maken; een dergelijke, allesomvattende spatial story zal ik aanduiden met de term *spatial narrative*. In deze scriptie zal ik verkennen hoe met dergelijke webservices spatial narratives kunnen worden vastgelegd en gerepresenteerd. Eerder genoemde webservices staan centraal omdat zij in grote mate locatiegebaseerd zijn; foto's worden direct gekoppeld aan geografische coördinaten, waardoor na verloop van tijd een grote dataset ontstaat van foto's en metadata die het mogelijk maakt deze set foto's te reconstrueren tot een chronologische weergave van indrukken die de gebruiker die de foto's heeft genomen had.

De vraag die in deze scriptie centraal staat is dan ook op welke manier foto-apps met geotagging-features, zoals Instagram en Foursquare, het documenteren van spatial stories faciliteren. Om deze vraag te beantwoorden zal gebruik worden gemaakt van bronnen uit een aantal verschillende vakgebieden. Naast filosofische bronnen die zich concentreren op hoe het concept "ruimte" en perceptie van locatie op abstract niveau geanalyseerd kan worden wordt ook cartografische en vrijetijdswetenschappelijke literatuur aangehaald; er is door de eeuwen heen namelijk op verschillende manieren verslag gelegd van spatial stories, bijvoorbeeld via rijk geïllustreerde landkaarten en recenter met wegwerpcamera's op vakantie. Daarnaast zal bij de analyse van de specifieke webservices de interface van deze services zelf onder de loep worden genomen.

Aan de hand van dit literatuuronderzoek zal ik eerst het theoretisch kader schetsen waarin de fenomenen *spatial stories* en *spatial narratives* te plaatsen zijn. Vervolgens bespreek ik hoe *spatial stories* eerder gedocumenteerd zijn, waarbij ik aan twee manieren om dit te doen die ook vandaag de dag nog relevant zijn speciaal aandacht schenk; middeleeuwse landkaarten en toeristenfotografie. Daarna bekijk hoe de combinatie van sociale netwerken als Foursquare en Instagram zich verhouden tegenover deze eerdere vormen van *spatial storytelling*. Tenslotte kijk ik of door middel van dergelijke internetservices ook nieuwe vormen van *spatial storytelling*, die nog niet eerder mogelijk waren, ontstaan zijn of zouden kunnen ontstaan. Ik besluit met een discussie van de gevonden inzichten en hoe deze tot nieuwe features in de genoemde internetservices zouden kunnen leiden.

Foursquare en Instagram: ingredientenkast voor de *spatial narrative*

Twee internetservices die op het eerste gezicht het meest geschikt zijn voor het representeren van *spatial stories* en daarom in deze scriptie centraal staan zijn Foursquare en Instagram. Foursquare is een service waarbij men door middel van een mobiele applicatie (op bijvoorbeeld de mobiele telefoon of tablet) kan inchecken op plaatsen, *venues*, en zo punten en *achievements* kan verdienen. Een student kan bijvoorbeeld inchecken in de universiteitsbibliotheek of de stamkroeg; de gebruiker met de meeste check-ins wordt aangegeven als *mayor* (burgemeester) van zo'n plek voor iedereen die de plaats via Foursquare bekijkt. Gebruikers kunnen zelf plaatsen toevoegen aan Foursquare's database, een aangeven wat voor soort plaats het is, bijvoorbeeld een restaurant of een universiteitsgebouw. Zo ontstaat een grote database van aan geografische coördinaten gekoppelde plaatsen waarvan bij wordt gehouden welke Foursquaregebruikers er zijn geweest, en wanneer.

Gebruikers kunnen daarnaast ook foto's opslaan van plaatsen waar ze zijn geweest. Hierbij is de combinatie met een andere mobiele internet-service, Instagram, interessant. Instagram laat gebruikers met een paar acties een foto maken, waarna deze nabewerkt kan worden door er een filter op toe te passen, vaak met als resultaat dat de foto er uit ziet alsof deze met een oude, analoge camera is genomen. Daarnaast kan de foto worden bijgesneden en kan de belichting aangepast worden. Vervolgens kan bij het publiceren aangegeven worden dat de foto gedeeld moet worden, waarbij Foursquare ook een optie is. Als deze optie gebruikt wordt is de foto vervolgens door iedereen die een bepaalde plaats opzoekt in de Foursquare-app te zien, zodat meteen een beeld van deze plaats gevormd kan worden, ook als men er nog nooit geweest is.

Het is deze functionaliteit die deze twee services relevant maakt voor het onderzoeken van spatial storytelling: door de combinatie van dergelijke locatiegebaseerde features en de grote gebruikers aantallen zijn grote datasets van aan locatie gekoppelde foto's ontstaan, met bovendien veel metadata over bijvoorbeeld het type personen dat op een bepaalde tijd op die locatie te vinden is. Foursquare had in April 2012 20 miljoen gebruikers (Kessler), Instagram 50 miljoen (Protalinski). Het aantal foto's op Instagram bedroeg eind 2011 al 400 miljoen (Instagram); door de integratie van beide apps beland een groot deel hiervan ook op Foursquare. Dergelijke aantallen betekenen dat voor vrijwel elke locatie in een grotere stad een set foto's is op te vragen, wat in veel apps die toegang bieden tot de service ook mogelijk is. Hiermee is een zeer grote hoeveelheid data die betrekking heeft op hoe mensen bepaalde locaties beleven – afgaande op het type foto dat er van wordt genomen en de toegevoegde metadata – beschikbaar, waarmee potentieel een spatial story gerepresenteerd zou kunnen worden. Ook kan voor elke gebruiker afzonderlijk data worden opgevraagd, waarmee de ingrediënten voor de representatie van de spatial narrative van die gebruiker voorhanden zijn.

Space en place: ruimteverhalen

Het is, als wordt gesproken over spatial narratives, zinnig om het begrip *space* en het daaraan gerelateerde *place* nader te bespreken. Met deze concepten is een onderscheid te maken tussen de puur fysieke locatie, een punt op de aardbol (of erbuiten) met daarin objecten en actoren (*place*; een plek) en wat deze *place* betekent voor iemand die ermee interacteert of het observeert (*space*; een ruimte). Geograaf Yi-Fu Tuan illustreert dit in zijn boek *Space and Place* met het voorbeeld van twee wetenschappers die het kasteel Kronborg in Denemarken bezoeken; aanvankelijk zien ze het als elk ander kasteel, een verzameling materialen die door een architect en werklieden kundig tot één is gesmeed. Zodra ze echter bedenken dat volgens Shakespeare Hamlet in dit kasteel leefde verandert hun ervaring van het kasteel echter; hun culturele bagage zorgt ervoor dat ze het gebouw heel anders ervaren (4).

De twee begrippen vormen dan ook niet zozeer een dichotomie, maar belichten eerder verschillende aspecten van hetzelfde fenomeen (“ruimte”). *Space* is hoe men met ruimte omgaat, wat er gebeurt, hoe deze verandert; dit wordt bepaald door de culturele bagage van een persoon of personen, de fysieke omstandigheden, enzovoorts (Harrison & Dourish 1; De Certeau 117). *Space* is daarmee performatief: het wordt vormgegeven door de interacties van actoren met een *place*, en is bovendien persoonlijk; afhankelijk van de achtergrond, culturele bagage, gemoedstoestand e.d. van een persoon zal deze anders met een *place* omgaan en deze anders ervaren. Een klassiek voorbeeld hiervan is “thuis”; hoewel dit begrip voor bijvoorbeeld de leden van een gezin waarschijnlijk op dezelfde fysieke locatie slaat – het huis waarin ze wonen – zal ieder er desondanks voor zich een ander beeld van hebben.

Het gegeven dat *space* een performatief concept is geeft al aan dat het een

dynamisch fenomeen is, veranderend met het verstrijken van tijd. Een 16-jarige zal zijn slaapkamer anders ervaren dan toen hij een peuter was, zelfs als de slaapkamer weinig veranderd is; wat hij heeft meegemaakt in de slaapkamer en hoe zijn kijk op de wereld is veranderd beïnvloeden zijn idee van zijn slaapkamer; desondanks is het nog steeds “de slaapkamer”. Tegelijk kan dezelfde slaapkamer voor bijvoorbeeld een vriend van de 16-jarige een totaal andere betekenis hebben; het gaat om dezelfde place, maar twee verschillende spaces. De Franse filosoof Michel de Certeau vat het in zijn werk *The Practice of Everyday Life* als volgt samen: “*space is practiced place*” (117).

Het zou desondanks verkeerd zijn om te veronderstellen dat, als space performatief en dynamisch is, place een statisch en onveranderlijk gegeven is. Paul Dourish, die onderzoek doet op het snijvlak van antropologie en informatiekunde, gebruikt in zijn artikel *Re-Space-ing Place* een aantal voorbeelden van hoe ook ruimtelijk begrip van de wereld veelvormig is en van persoon tot persoon kan verschillen. Hij illustreert dit aan de hand van een aantal studies naar hoe zeevaarders uit verschillende culturen navigeren. Waar dit in Westerse culturen mentaal wordt bekeken vanuit een soort “vogelperspectief”, aan de hand van kaarten en coördinaten, zijn dergelijke hulpmiddelen bij bijvoorbeeld Micronesiërs niet bekend en navigeren zij anders, wat is terug te voeren op een fundamenteel ander begrip van ruimte (Dourish 303; Fuan 82). Dit heeft implicaties voor zowel het begrip van place als de interpretatie ervan als space; beide worden beïnvloed door sociaalculturele factoren, zij het op verschillend manieren.

Het is echter vooral space dat relevant is als het gaat om spatial stories. De Certeau beschrijft in het hoofdstuk *Spatial Stories* van *The Practice of Everyday Life* hoe verhalen zich verhouden tot space. Hierbij stelt hij dat

“every story is a travel story” (115) – dat verhalen fundamenteel verweven zijn met *spatiality*, omdat een verhaal altijd *ergens* plaatsvindt. Hoe over deze locatie wordt verhaald construeert in zekere zin hoe deze wordt geïnterpreteerd. Terugkijkend naar het eerder genoemde voorbeeld van het Deense kasteel dat bewoond zou zijn geweest door Hamlet is dit duidelijk. Doordat de bezoekers aan het kasteel eerder al een verhaal hebben gehoord waarin het kasteel figureerde worden de indrukken die ze aan het verhaal hebben overgehouden geprojecteerd op het kasteel; het gevolg is dat het kasteel zelf vervolgens weer anders ervaren wordt. Als zoals in dit geval bestaande locaties worden gebruikt ontstaat een wisselwerking; de spatial story beïnvloedt de perceptie van een space, maar de perceptie van de space bij de oorspronkelijke verteller bepaalt ook de spatial story zelf.

De spatial story gerepresenteerd: middeleeuwse kaarten

De Certeau stelt dus dat elk verhaal een spatial story is. In deze scriptie wordt vooral gekeken naar de persoonlijke, steeds groeiende spatial story *van iemand*, het geheel aan herinneringen en ervaringen dat iemands leven omvat; voor de duidelijkheid wordt dit aangeduid met de term *spatial narrative*. In de context van dit begrip van spatial stories zijn vooral visuele representaties relevant; als gekeken wordt naar de combinatie van Foursquare en Instagram zijn foto's immers de voornaamste manier om ervaringen te delen. Bovendien hebben foto's en andere visuele representaties een sterk symbolisch en sentimenteel effect, waardoor ze uitermate geschikt zijn om te documenteren of representeren hoe een plaats of gebeurtenis ervaren werd (Barthes 3; Bourdieu 23; Gye 281). In dit hoofdstuk zullen daarom ter verkenning een aantal oudere vormen van visuele spatial storytelling bekeken worden.

Ook deze thematiek wordt door De Certeau in *The Practice of Everyday Life* behandeld. In het hoofdstuk *Walking in the City* bespreekt hij hoe een stad als New York vanuit verschillende perspectieven (bijvoorbeeld vanaf de top van een wolkenkrabber of op straatniveau) gezien kan worden. Hij stelt hierbij dat de mens altijd de drang heeft gevoeld om steden, die door de eeuwen heen steeds groter en ongrijpbaarder zijn geworden, te kunnen bevatten en visualiseren; als voorbeeld noemt hij o.a. Middeleeuwse kunstenaars die door middel van uitgebreide, gedetailleerde landkaarten niet alleen de puur geografische indeling van een stad weergaven maar ook bijvoorbeeld belangrijke historische aspecten ervan of waar een reiziger het best zijn paard kon verversen (92; 120).

Andere kaarten gingen nog verder; de Certeau noemt “ [a] wonderful fifteenth-century map describing the exodus of the Totomihuacas”. Dergelijke kaarten documenteerden niet zozeer een afgebakend gebied of een bepaalde gedetailleerde routebeschrijving, maar waren eerder een reisverslag:

“[The] ‘log’ of their journey on foot – an outline marked out by footprints with regular gaps between them and by pictures of the successive events that took place in the course of the journeys (meals, battles, crossings of rivers or mountains): not a ‘geographical map’ but ‘history book’.” (120)

Zo is de kaart een representatie van een verhaal dat verankerd is in ruimte, met verschillende gebeurtenissen in het verhaal geworteld in verschillende places. Het resultaat is een geheel aan ervaringen en indrukken, een spatial story, die door bijvoorbeeld een geïllustreerde kaart als de bovengenoemde Azteekse expliciet werd gemaakt en gebruikt kon worden om de ervaringen van de reis over te brengen aan anderen die

niet aanwezig waren, inclusief de rol van bepaalde locaties en hoe deze indruk maakten op de reizigers.

Ook minder expliciet “verhalende” kaarten kunnen echter een spatial story of in ieder geval impliciete informatie inhouden over hoe er met een bepaalde plekken omgegaan kan worden. Een cartograaf maakt altijd keuzes bij het construeren van een kaart; waar de één een stapel rotsen in een rivier als een plek om deze rivier over te steken zal zien, en ze dus aangeeft op een kaart, zal een andere dit wellicht niet zo opvatten en daarom niet weergeven. Zo rijst uit elke kaart of representatie van place ook op impliciet niveau een beeld op van hoe men er mee om zou moeten of kunnen gaan (of in het verleden mee om is gegaan!), door het weglaten of juist benadrukken van bepaalde details (Reynolds & Fitzpatrick 69). Het was precies dit aspect dat conceptueel architect Francesco Careri verkende in zijn werk *Walking as an aesthetic practice*. Een deel van dit werk besteedde hij aan het beschrijven van hoe *walks* – een term die in deze context eerder “reizen” betekende – visueel konden worden weergegeven, wat vaak gebeurde in de vorm van landkaarten of op landkaarten gelijkende visualisaties:

“The need to comprehend in one image both the dimension of time and that of space lies at the origin of cartography. Time as a story of the past [...] and time in the future: as the presence of obstacles that are encountered on the journey, and here the weather is joined with chronological time. [...] The geographical map, in short, although static, implies a narrative idea, it is conceived in keeping with an itinerary, it is an Odyssey.” (geciteerd in Careri 152).

Kaarten zijn echter in die zin beperkt dat ze, doordat ze statisch zijn, pas achteraf een spatial story kunnen visualiseren. Hoewel tegenwoordig

kaarten interactief kunnen zijn en constant worden geüpdatet – denk aan Google Maps – was dit bij kaarten als hierboven beschreven uiteraard niet het geval. Een kaart werd gemaakt nadat een gebied was ontdekt of een reis was afgelegd, en diende zo min of meer als een kroniek van een ontdekkingsreis, of als geografisch raamwerk om een verhaal op papier te zetten (Woodward 519).

Een laatste voorbeeld van het gebruik van de kaart als kroniek of techniek om een verhaal te vertellen is ten slotte de traditie van de *map-paemundi* of *mappamundi*, middeleeuwse kaarten die gemaakt werden door monniken en vaak geografisch gezien weinig accuraat waren. Wel werden er vaak allerlei kleinere details en vooral veel allegorische en anderszins Christelijke referenties in weergegeven. Hierbij was de kaart als geografisch hulpmiddel ondergeschikt aan de Christelijke boodschap; de kaart diende als hulpmiddel om de bijbelverwijzingen een plaats en structuur te geven, en cartografische precisie was van ondergeschikt belang (Woodward 519; Moffitt 65; Tavera 189). De connotaties die bepaalde plekken hadden voor een goed Christen, of hoe het Bijbelverhaal zich geografisch gezien afspeelt werd zo geïntegreerd in de kaart; ook hier kan dus gesproken worden van een representatie van een spatial story, hoewel het hier gaat om een religieus verhaal met een mythisch karakter.

Een reis om de wereld in 80 foto's: fotografie als spatial storytelling

Een moderner voorbeeld van het documenteren van een spatial story is het maken van foto's door toeristen. Het beeld van de toerist met de bermuda en camera om zijn nek mag dan een cliché zijn, het is ook daadwerkelijk zo dat er een duidelijk verband is tussen toerisme – het bezoeken van plaatsen waar men nog niet is geweest – en fotografie (Garrod, “Understanding” 346; Haldrup & Larsen 24; Crang 360). Er worden foto's

gemaakt van bezochte plaatsen om herinneringen vast te leggen, om de plek later in gedachten opnieuw te kunnen bezoeken; “*the Photograph mechanically repeats what could never be repeated existentially*” (Barthes 4). Een verzameling foto's van een reis is in die zin een fragmentarische verslaglegging ervan, en daarmee is een fotoboek van een reis naar Thailand in essentie niet veel anders dan *The exodus of the Totomihuacas*.

Er zijn meerdere auteurs die betogen dat toeristische fotografie niet zozeer focust op de reis zelf, maar eerder een sociale of symbolische functie heeft. Haldrup en Larsen betogen in hun artikel *The family gaze* bijvoorbeeld dat toeristische fotografie vaak een middel is om een fictief ideaalbeeld van hoe de reis zou moeten zijn geweest vast te leggen; “*events are not so much experienced in itself but for its future memory*” (geciteerd in Haldrup & Larsen 27). Kwantitatief empirisch onderzoek door Brian Garrod toont echter aan dat foto's met familieleden niet een opvallend groter aandeel hebben dan landschapsfoto's of foto's van lokale attracties, wat erop duidt dat foto's toch vooral dienen als verslaglegging van de bezochte plaatsen (Garrod, “*Understanding*” 355). Garrod stelt op basis van zijn onderzoek wel dat foto's van toeristen vaak veel overeenkomsten vertonen met iconische foto's die bijvoorbeeld op briefkaarten te vinden zijn; van originaliteit is zelden sprake (ibid.; Garrod, “*Exploring*” 396, Markwell 153)

Dit laatste gegeven doet echter niet af aan het feit dat ook een verzameling foto's van een reis een spatial story representeert, en het geheel aan fotoboeken dat men door het leven accumuleert een soort spatial narrative. De foto laten zien wat voor een toerist aan de plek waarop deze genomen werd belangrijk was; het zien van een beroemd monument of het bezoeken van een beroemde plaats is in dat geval wat de ervaring van de toerist met die plek definieert. De actie van het bezoeken van een loca-

tie voegt deze locatie toe aan de symbolische spatial story van de toerist, met het fotoboek achteraf als tastbare representatie hiervan (Crang 365); dat de reis een aaneenschakeling is van plaatsen die in de reisgids genoemd worden, met zelfgemaakte foto's die de foto's uit dezelfde reisgids emuleren, verandert hier niets aan. De reisgids is tenslotte ook te zien als een spatial story: het vertelt het verhaal van een land op zo'n manier dat bepaalde locaties er uit springen. De toerist laat zijn idee van het land beïnvloeden door de reisgids, net zoals de bezoekers van Kronborg beïnvloed zijn door Shakespeare.

Net als middeleeuwse landkaarten hebben ook vakantiefoto's lange tijd de beperking gehad dat zij pas achteraf werden afgedrukt – polaroid-camera's daargelaten – en de representatie van de spatial story dus een soort kroniek of geschiedschrijving achteraf was, hoewel het materiaal ervoor tijdens de reis verzameld werd. Dit veranderde met de komst van de digitale camera en, belangrijker, met de opkomst van de mobiele telefoon met ingebouwde fotocamera. Hiermee was het mogelijk een foto direct na het nemen te delen met anderen.

De opkomst van de phoneur: van spatial story tot dynamische spatial narrative

De komst van de in de broekzak gedragen, altijd binnen handbereik zijnde camera heeft implicaties voor verslaglegging van de spatial narrative. Zoals eerder besproken is een spatial story, en daarmee de narrative, in essentie dynamisch. Waar verhalende landkaarten en traditionele fotoboeken statisch waren en dus fundamenteel geen volledig recht konden doen aan het steeds veranderende karakter van de spatial narrative is dit met modernere technologie wel mogelijk. Hier ligt ook de kracht van fotoservices Foursquare en Instagram; doordat zij het direct delen van foto's faciliteren kan de kroniek van de reis niet alleen achteraf, maar

ook tijdens de reis worden gecreëerd en gedeeld. Gezien het dynamische karakter van space is een statisch medium als een landkaart of een analog fototoestel in vergelijking maar matig geschikt voor het vastleggen van een spatial narrative. Een medium dat van zichzelf dynamisch is en te integreren is in de performativiteit die vormgeeft aan space is eigenlijk nodig om hier recht aan te doen.

Met de beschikbaarheid van mobiel internet en smartphones met camera is zo'n dynamisch medium tegenwoordig voor velen makkelijk toegankelijk. De combinatie van telefoons die een camera bevatten en apps die het uploaden, categoriseren en geotaggen van deze foto's en bijbehorende metadata mogelijk maken zorgt voor een potentieel zeer krachtige wijze van het vastleggen van spatial stories. Ruimtelijke ervaringen kunnen immers op allerlei niveau's gedocumenteerd en gedeeld worden; (audio-) visueel, geografisch, chronologisch en persoonlijk. Er ontstaat een dynamischere hybride van de middeleeuwse landkaart, waarop overzichtelijk gebeurtenissen aan plaats waren gekoppeld, en het fotoboek van de toerist, waarin chronologisch sterk visuele impressies van locaties en gebeurtenissen werden getoond.

Hoewel dit nog weinig expliciet in verband is gebracht met spatial narratives – of stories – is het constant documenteren en delen van ervaring via mobiele media al wel uitvoerig onderwerp van onderzoek geweest. Robert Luke introduceerde in dit verband de term *phoneur*, afgeleid van de *flâneur* die Walter Benjamin zag in het moderne stadsleven als de persoon die observeert, door de stad slentert, indrukken in zich opneemt en zo een beeld voor zichzelf vormt van de wereld om zich heen (Featherstone 910). Luke stelt dat de moderne flaneur door middel van zijn telefoon constant de wereld in detail kan bestuderen en erover kan communiceren (5). Deze phoneur is perfect toegerust om zijn hele leven te documenteren

via een breed scala aan mobiele apps en zo een constant groeiende, organische spatial narrative te creëren die zijn dagelijks leven weergeeft.

Uit onderzoek naar hoe smartphones en cameraphones gebruikt worden blijkt dat dit ook inderdaad gebeurt, zij het niet door elke gebruiker even fanatiek. Daisuke Okabe en Mizuko Ito rustten voor hun onderzoek *Everyday Contexts of Camera Phone Use* een aantal Japanse jongeren uit met cameraphones en analyseerden de foto's die genomen werden en het gebruik van de apparaten. Hun bevinding was dat foto's inderdaad vooral werden genomen om gebeurtenissen en plaatsen die voor de maker van de foto belangrijk zijn vast te leggen (87). Dit in contrast met traditionele fotografie, die vaak minder persoonlijk zijn en voorbehouden was aan belangrijke gebeurtenissen – gebeurtenissen waarbij van te voren bedacht kon worden dat het handig zou zijn om een camera in de buurt te hebben (94). Een ander belangrijk onderscheid dat Okabe en Ito zien is dat foto's traditioneel vaak werden genomen voor een bepaald publiek, bijvoorbeeld de rest van de familie, en vanuit een onpersoonlijk standpunt werden genomen; de snapshots die met een cameraphone gemaakt worden hebben daarentegen vaak als primair doel persoonlijke verslaglegging. Dit wil overigens niet zeggen dat deze foto's niet gedeeld worden met anderen (dit gebeurt juist vaak wel, omdat het zeer laagdrempelig is), maar wel dat de foto's vanuit een persoonlijker standpunt gemaakt worden (ibid.).

Mediawetenschapper Lisa Gye merkt op dat dergelijke foto's niet alleen persoonlijker zijn, maar ook veel minder interessant; dat wil zeggen, omdat men veel makkelijker snel een foto kan nemen en deze makkelijk later te bekijken en eventueel te verwijderen zijn is de drempel tot het nemen van een foto drastisch verlaagd en worden niet langer alleen “grote” gebeurtenissen vastgelegd, maar ook alledaagse zaken (285).

Gye bespreekt dat meerdere auteurs suggereren dat op deze manier constant ervaringen te delen zijn zodat gebruikers constant van elkaars leven op de hoogte zijn. Zij stelt dat dit nog geen realiteit was op moment van schrijven (2007) omdat de kosten relatief hoog waren en de software onduidelijk (ibid.). Nu, 5 jaar later, heeft mobiel internet echter – althans in de westerse wereld – een grote vlucht genomen, waarmee het probleem van hoge kosten voor velen in ieder geval minder is. Ook het delen van deze foto's is zeer makkelijk; met een paar acties kan een foto op meerdere sociale netwerken geüpload worden. Instagram maakt het bijvoorbeeld mogelijk een foto tegelijk op zowel Facebook, Twitter, Tumblr, Foursquare als het netwerk van Instagram zelf te uploaden (Hochman & Schwartz 6).

De fanatieke phoneur gebruikt zijn camera dus op zo'n manier dat een persoonlijke, intieme verzameling aan foto's wordt aangelegd die kleine, maar voor hem persoonlijk belangrijke ervaringen en plaatsen documenteert. Er kan gesteld worden dat hiermee alle ingrediënten voor een visuele spatial narrative aanwezig zijn: foto's van hoe de phoneur de wereld ervaart, gelinkt aan tijd en plaats.

Toegang tot de data: Instagram, Foursquare en Facebook als interface tot de spatial narrative

Als de phoneur nu Instagram gebruikt om zijn foto's te publiceren worden deze weliswaar over een aantal sociale netwerken verspreid, maar is het hiermee meteen een representatie van de spatial story die gerepresenteerd is in deze foto's? Hier is de interface van de plaatsen waar de foto's gepubliceerd worden van belang; als deze het bekijken van foto's faciliteert op zo'n manier dat een overzicht kan worden verkregen van foto's in chronologische volgorde, gegroepeerd per locatie of tag, kan inderdaad gesteld worden dat dit een representatie van de spatial story

van het leven van de gebruiker is. Is dit ook het geval? De interfaces van Foursquare, Instagram en Facebook zijn hierop geanalyseerd om te bekijken in hoeverre deze de aanwezige data ook daadwerkelijk kunnen representeren als spatial narrative.

Vrijwel elke service die genoemd is biedt in ieder geval de mogelijkheid om toevoegingen in chronologische volgorde te kijken. Foursquare heeft daarnaast een aantal mogelijkheden om data op basis van lokatie op te vragen; niet verwonderlijk gezien de focus op locatiegebaseerde features van deze service. Voor elke locatie kunnen foto's worden opgevraagd, maar ook andere data zoals evenementen die op die locatie hebben plaatsgevonden of welke personen er vaak komen. Het is echter niet mogelijk om deze selectiecriteria te combineren: er kan bijvoorbeeld niet bekeken worden welke foto's op een bepaalde locatie bij een bepaald evenement zijn gemaakt. Desondanks is het mogelijk om aan de hand van iemands geschiedenis, waarin wordt bijgehouden op welke locatie hij of zij heeft ingecheckt, op te vragen en data voor deze locaties te bekijken. Hierbij wordt echter data van elke gebruiker die heeft ingecheckt op deze locatie getoond; er kan niet voor worden gekozen alleen data van een bepaalde gebruiker te bekijken. Zo ontstaat een soort hybride spatial story waarbij de chronologie van plaatsen terug te voeren is op één persoon, maar waarbij de visuele route wordt bepaald door andere gebruikers, waardoor de indrukken en metadata die op deze route tegenkomen worden veel algemener zijn.

Instagram is qua features iets meer gelimiteerd dan Foursquare; er kan bekeken worden welke foto's er door een gebruiker zijn genomen en, als deze foto's aan een specifieke locatie (bijvoorbeeld een restaurant; alleen coördinaten zijn niet genoeg) zijn gekoppeld, kunnen alle foto's voor deze locatie worden opgevraagd. Ook hier kan echter geen preciezere

selectie gemaakt worden op basis van bijvoorbeeld gebruiker of evenement. Voor het tonen van een representatie van een spatial narrative is Instagram dus op het eerste gezicht ongeschikt, ondanks het feit dat de benodigde data voorhanden is.

Een service die niet primair focust op foto's of geolocatie maar wel mogelijkheden biedt die het visualiseren van een persoonlijke spatial story faciliteert is Facebook. Facebook biedt in essentie alle features die ook Foursquare en Instagram bieden, met uitzondering van het spelelement van Foursquare. Gecombineerd met de in begin 2012 geïntroduceerde *Timeline*-interface, waarin alle gebeurtenissen die een gebruiker op Facebook geplaatst heeft in chronologische volgorde getoond worden, creëert dit een effectieve representatie van de facebook-updates van de gebruiker als spatial narrative. Er kan bovendien een wereldkaart getoond worden waarop alle plaatsen waar iemand is geweest worden aangegeven, waarbij voor elke plek vervolgens gedetailleerde informatie – foto's, berichten, wie er nog meer was, welk evenement er was – kan worden opgevraagd. Hiermee is het bijna een dynamische weergave van iemands leven als spatial story, waarin iemands reis over de aarde – of binnen de stad waar hij of zij woont – als op een middeleeuwse kaart wordt weergegeven, met illustraties en speciale aanduidingen op de kaart voor plekken waar iemand ook daadwerkelijk is geweest.

Discussie

Facebook blijkt dus, als puur naar de interface wordt gekeken, geschikter voor het representeren van spatial narratives dan Instagram of Foursquare. Het is echter, ondanks beschikbaarheid van mobiele apps om de service te gebruiken, niet zo verweven met mobiel gebruik als Instagram en Foursquare, die zelfs alleen via mobiele apps te gebruiken zijn. Het is dan ook waarschijnlijk dat de phoneur de voorkeur zal geven aan laatstge-

noemde services. Door de integratie van sociale netwerken is dit niet perse een probleem; zelfs voor iemand die op zijn smartphone geen enkele Facebook-app heeft geïnstalleerd is het mogelijk al zijn check-ins en foto's automatisch op die service te delen. Hierbij blijft echter niet alle metadata bewaard, waardoor er een minder complete representatie van de spatial narrative gerealiseerd wordt dan mogelijk is met de aanwezige data.

Desondanks is het kunnen delen van ervaringen en belangrijke levensgebeurtenissen wel een belangrijke reden voor velen om dergelijke services te gebruiken en foto's en andere data over zichzelf op internet te zetten. Indachtig De Certeau's stelling dat elk verhaal een spatial story is zou het dan ook nuttig kunnen zijn om het representeren van deze verzameling updates als spatial narrative beter te faciliteren; dit maakt de representatie completer en zorgt er zo voor dat datgene waarvoor mensen sociale netwerkservices gebruiken – het delen en bekijken van levenservaringen – een rijkere ervaring wordt.

Facebook heeft hiervoor qua interface de beste papieren, maar is op dit moment afhankelijk van andere services – zoals Foursquare en Instagram, die zich focussen op het verkrijgen van geolocatie- en fotodata – voor data-aanvoer. Met de aankoop van Instagram door Facebook begin 2012 zou hier verandering in kunnen komen. De manier waarop Facebook gebeurtenissen, updates en foto's op een landkaart weergeeft lijkt een combinatie van de middeleeuwse landkaarten met de moderne toeristenfotografie en, gecombineerd met het feit dat Facebook constant geüpdatet kan worden, zorgt ervoor dat de spatial narrative althans qua interface op deze service het best tot zijn recht komt.

Gezien de mogelijkheden die het opslaan van alle data in een digitale database biedt zou verder gedacht kunnen worden aan het combineren van

spatial narratives van gebruikers om zo een gecombineerde narrative van bijvoorbeeld een geheel gezin te kunnen bekijken. Ook kan gedacht worden aan het nemen van een evenement of plaats als uitgangspunt; zo zou, aan de hand van foto's en een overzicht van de details die op deze foto's benadrukt worden, gevisualiseerd kunnen worden hoe de perceptie van bijvoorbeeld het ouderlijk huis zich ontwikkelt. Dergelijke features zijn echter niet of slechts op beperkte schaal beschikbaar bij de bekeken services. Hoewel er wel onderzoek is gedaan naar het combineren van foto's en metadata om zo nieuwe inzichten te genereren, wordt hierbij vooral uitgegaan van het nut hiervan voor toerisme en marketingdoel-einden (Mamei et al. 150; Pang et al.362) of culturele analyse (Hochman & Schwarz 8). Een socialere invalshoek biedt mogelijkheden die nog niet benut zijn en die wellicht wel gewaardeerd worden door gebruikers die uitgebreide manieren om hun spatial narrative te delen wensen.

Conclusie

De manier waarop spaces worden beleefd door het leven heen en hoe deze beleving verandert is te beschrijven als een bepaald soort spatial story, een spatial narrative, een “levensverhaal” geconstrueerd uit herinneringen, ervaringen en percepties. Manieren om spatial stories te visualiseren en representeren zijn door technologische beperkingen echter lang niet in staat geweest om het dynamische en performatieve karakter van een spatial narrative goed weer te geven. Nu mobiele technologie wijdverspreid is en ook software-ontwikkelaars services hebben opgezet die het makkelijk maken om het leven constant te documenteren is het voor de gebruikers hiervan, de phoneurs, mogelijk om in ieder geval de data te verzamelen die een visualisatie van de spatial narrative mogelijk maakt. Doordat interfaces van services waar deze data opgeslagen wordt nog niet altijd toereikend zijn voor het weergeven ervan als visuele spatial narrative zijn beschikbare interfaces nog niet geheel toereikend voor

het representeren ervan, hoewel Facebook hiervoor al wel veel features in huis heeft. Op dit gebied is er nog ruimte voor innovatie; niet alleen wat betreft het representeren van individuele spatial narratives, maar ook het combineren van de data van verschillende gebruikers tot nieuwe datasets die het verhaal van bijvoorbeeld een gezin of een bepaalde locatie vertellen. Zo gezien is er, ondanks het scala aan mogelijkheden dat mobiele technologie biedt bij het vastleggen van de spatial narrative, nog genoeg ruimte voor ontwikkeling.

Bibliografie

Barthes, Roland. *Camera Lucida: Reflections on Photography*. Londen: Vintage, 1993.

Bourdieu, Pierre. *Photography: a Middle-brow Art*. Cambridge: Polity Press, 1990.

Careri, Francesco. *Walkscapes: El andar como práctica estética/Walking as an aesthetic practice*. Barcelona: Editoria Gustavo Gili, 2007.

Certeau, Michel de. *The Practice of Everyday Life*. Vert. Stephen Rendall. Berkeley: University of California Press, 1986.

Crang, Mike. "Picturing practices: research through the tourist gaze." *Progress in Human Geography* 21 (1997): 359-373.

Dourish, Paul. "Re-Space-ing Place: 'place' and 'space' ten years on." *CSCW '06 Proceedings of the 2006 20th anniversary conference on Computer supported cooperative work*. New York: ACM, 2006. 299-308.

Garrod, Brian. "Understanding the Relationship between Tourism Destination Imagery and Tourist Photography." *Journal of Travel Research* 47.3 (2009): 346-358.

—. "Exploring Place Perception: A Photo-based analysis." *Annals of Tourism Research* 35.2 (2008): 381-401.

Tuan, Yi-Fu. *Space and Place: The Perspective of Experience*. London: Edward Arnold, 1977.

Featherstone, Mike. "The Flâneur, the City and Virtual Public Life." *Urban Studies* 35.5-6: 909-925.

Gye, Lisa. "Picture This: the Impact of Mobile Camera Phones on Personal Photogenic Practices." *Continuum: Journal of Media & Cultural Studies* 21.2 (2007): 279-288.

Haldrup, Michael & Jonas Larsen. "The family gaze." *Tourist Studies* 3.1 (2003): 23-45.

Hochman, Nadav & Raz Schwarz. "Visualizing Instagram: Tracing Cultural Visual Rhythms." *Sixth International AAAI Conference on Weblogs and Social Media*. Palo Alto: AAAI Publishing (2012): 6-9.

Harrison, Steve & Paul Dourish. "Re-Place-ing Space: The Roles of Place and Space in Collaborative Systems." *CSCW '96: Proceedings of the 1996 ACM conference on Computer supported cooperative work*. Ed. Mark S. Ackerman. New York: ACM, 1996. 67-76.

Instagram. "Year in Review: 2011 in Numbers." *Instagram blog*. Instagram, December 2011. Web. 20 Juni 2012. <<http://blog.instagram.com/post/15086846976/year-in-review-2011-in-numbers>>

Kessler, Sarah. "Foursquare Tops 20 Million Users." *Mashable Business*. Mashable, 16 april 2012. Web. 15 Juni 2012. <<http://mashable.com/2012/04/16/foursquare-20-million/>>

Mamei, Marco, Alberto Rosi & Franco Zambonelli. "Automatic Analysis of Geotagged Photos for Intelligent Tourist Services." *2010 Sixth International Conference on Intelligent Environments*, 1921 July 2010 Kuala Lumpur. Red. Vic Callaghan, Achilles Kameas, Simon Egerton, Ichiro Satoh & Michael Weber.

Markwell, Kevin. "Dimensions of photography in a nature-based tour." *Annals of Tourism Research* 24.1 (1997): 131-155.

Moffitt, John F. "Medieval Mappaemundi and Ptolemy's Chorographia." *Gesta* 32.1 (1993): 59-68.

Okabe, Daisuke & Mizuko Ito. "Everyday Contexts of Camera Phone Use: Steps Towards Technosocial Ethnographic Frameworks." *Mobile Communication in Everyday Life: An Ethnographic View*. Red. Joachim Höflich & Maren Hartmann. Berlin: Frank & Timme, 2006. 79-102.

Pang, Yanwei, Qiang Hao, Yuan Yuan, Tanji Hu, Rui Cai & Lei Zhang. "Summarizing tourist destinations by mining user-generated travelogues and photos." *Computer Vision and Image Understanding* 115 (2011): 352-363. Washington: IEEE Conference Publishing Services, 2010. 146-161.

Protalinski, Emil. "Instagram passes 50 million users." *Friending Facebook*. ZDNet, 1 mei 2012. Web. 14 Juni 2012. <<http://www.zdnet.com/blog/facebook/instagram-passes-50-million-users/12250>>

Reynolds, Bryan & Joseph Fitzpatrick. "The transversality of Michel de Certeau: Foucault's panoptic discourse and the cartographic impulse." *Diacritics* 29.3 (1999): 63-80.

Tavera, Susanna. "The Osma Beatus Map: A Medieval and Christian View of the World." *World and Global History: Research and Teaching*. Ed. Seija Jalagin, Susanna Tavera en Andrew Dilley. Pisa: Pisa University Press, 2012. 189-192.

Woodward, David. "Reality, Symbolism, Time, and Space in Medieval World Maps." *Annals of the Association of American Geographers* 75.4 (1985): 510-521.

