# Livification: De toepassing van live-eigenschappen in een niet-live context

*Een Walkthrough-analyse naar het gebruik van live-eigenschappen in de 'World Surf League' smartphone-app*

Universiteit Utrecht
Faculteit geesteswetenschappen

Communicatie- & Informatiewetenschappen
Honours Thesis (HHP3V15002)

Léon Marinus van de Klundert
4180070
29-05-2019
7797 woorden

Begeleider:
Dr. Imar de Vries

## Abstract

Alles en iedereen staat constant met elkaar in contact nu genetwerkte technologieën massaal in gebruik zijn genomen. Dit onderzoek brengt in beeld hoe eigenschappen van liveness worden ingezet in nieuwe media. Zoals gamification de reguliere term is voor het gebruik van spel-elementen in een niet-spel context, wordt in dit stuk een nieuwe term aangedragen die staat voor het gebruik van elementen van live in een niet-live context: *livification*. Om te onderzoeken hoe livification wordt toegepast en ontvangen, wordt in het kader van de drie benaderingen van liveness (ontologisch, fenomenologisch, en retorisch) – zoals omschreven door Karin van Es (2017) – gekeken naar de rol van het platform, de producent en die van de gebruiker. Uit de walkthrough analyse van de World Surf League app blijkt dat de World Surf League op verschillende manieren gebruik maakt van eigenschappen van liveness om gebruikers te betrekken bij het platform. Door media-platformen te beschouwen in het kader van livification, is inzichtelijk gemaakt dat gebruikers gestuurd worden door de toepassing ervan. Daarnaast werpt een beschouwing in dit kader een licht op mogelijke commerciële toepassingen van livification.

## Kernwoorden

Livification, liveness, affordances, walkthrough methode, ervaring,
genetwerkte technologie, co-aanwezigheid, authenticiteit, directheid

# Inhoudsopgave


**1. INLEIDING** 4

**2. THEORETISCH KADER** 3

**2.1 LIVENESS** 3
**2.2 AFFORDANCES** 6

**3. METHODE** 7

**3.1 ONDERZOEKSOBJECT EN SELECTIE** 7
**3.2 DE WALKTHROUGH METHODE EN LIVIFICATION** 7
**3.3 PROCEDURE** 8

**4. ANALYSE** 10

**4.1 FASE EEN: VERWACHT GEBRUIK** 10
4.1.1 DE VISIE 10
4.1.2 HET OPERATIONELE MODEL 11
4.1.3 GOVERNANCE 11
**4.2 FASE TWEE: DE WALKTHROUGH** 12
4.2.1 DE WSL-APP ALS PLATFORM 12
4.2.2 LIVIFICATION: HET GEBRUIK EN DE ERVARING 14
4.2.3 DE WSL ALS PRODUCENT 15

**6. CONCLUSIE & DISCUSSIE** 16

**7. BIBLIOGRAFIE** 19

**7.1 PRIMAIR** 19
**7.2 SECUNDAIR** 20

**BIJLAGE 1 – ANALYSE OVERZICHT**

**BIJLAGE 2 – OVERZICHT PAGINA'S WSL-APP**

**NEWS**
**WATCH**
**EVENTS**
**RANKINGS**

# Voorwoord

Omdat ik dit bachelroeindwerkstuk schreef in het kader van mijn afstuderen binnen het *Humanities Honours Programme* (HHP), heb ik hier 15 ECTS aan kunnen besteden. Vanuit het HHP wordt van mij een toelichting verwacht over mijn invulling van de 7,5 ECTS die mijn scriptie verheft tot een Honours thesis. De extra tijd en woorden die ik te besteden had aan mijn scriptie heb ik ingezet om het debat omtrent live media van het ontstaan tot nu volledig uit te diepen en alle benaderingen individueel tegen het licht te houden. De diciplinaire verdieping die dit onderzoek teweegbracht, heeft mij in staat gesteld om het begrip van live media te combineren met het begrip gamification – afkomstig uit de game-industrie. Door deze combinatie is dit stuk een voorbeeld van een breed toepasbaar geesteswetenschappelijk onderzoek. Het begrip van *livification* stelt niet alleen academici binnen mijn eigen discipline (digitale communicatie) in staat om digitale media op een nieuwe manier te benaderen. Ook geeft het sociaal wetenschappers en theoretici op het gebied van marketing een nieuwe kijk op platformen. De manier waarop een positieve attitude wordt opgewekt naar het platform is voor beide partijen interessant. De geesteswetenschappen richten zich immers op het begrijpen en verder brengen van de mens als individu en als samenleving. In de begripsvorming over onderlinge communicatie en interpersoonlijke interactie is tegenwoordig een goed begrip van onze live (!) gebruik technologieën onmisbaar.
Door mijn deelname aan het HHP ben ik tot inzicht gekomen dat de geesteswetenschappen een groot raakvlak met elkaar hebben, namelijk de mens. Het Honours Programma heeft mij in staat gesteld om mijn interesse voor de mens te combineren met een geschiedkundige kijk op het gebruik van media. Dit heeft dan ook invloed gehad op mijn minor keuzes voor *Kunstmatige Intelligentie* en *Entrepreneurship*, hoe mijn interesses gevormd zijn en op mijn onderwerpkeuze voor dit stuk.

# 1. Inleiding

In een tijd van snelle technologische ontwikkelingen is het belangrijk om stil te staan bij hoe we ons als mens verhouden tot technologie. Marshall McLuhan zegt dat technologie bepalend is voor de ontwikkeling van de samenleving. Raymond Williams stelt, vanuit een sociaal constructivistisch standpunt, dat de mens zelf de ontwikkeling van technologie in de hand heeft. Met dit standpunt verwerpt Williams het deterministisch denken van McLuhan (1974, p. 133). De afgelopen decennia wordt de relatie tussen technologie en cultuur meer gezien als een wederkerige relatie. Een voorbeeld hiervan is de "Actor Network Theory" (ANT) waarmee Bruno Latour laat zien dat binnen een socio-culturele context, naast mensen ook objecten eigen handelingsvermogen hebben – doordat ze informatie en ideologie overdragen (1993, 2008). Hoewel iedere benadering een ander standpunt inneemt ten opzichte van de relatie tussen mens en technologie, zijn ze het over een ding eens: de ontwikkeling van technologie en samenleving zijn onlosmakelijk met elkaar verbonden.

Vanuit een geesteswetenschappelijk perspectief is het dan ook van belang om de ontwikkeling en toepassing van technologie te begrijpen om de mens, de samenleving en cultuur volledig te kunnen begrijpen. Uit een geschiedkundig oogpunt ontstaat vaak enthousiasme wanneer er nieuwe gebruiksvoorwerpen (technologieën) uit de oudheid gevonden worden. Reden hiervoor is dat het ons iets vertelt over hoe de mens toen leefde. We zijn door dergelijke vondsten beter in staat een beeld te vormen over de ontwikkeling van de mens. Tegenwoordig is er sprake van een razend-snelle technologische ontwikkeling. En hoewel het leven van praktisch iedereen in de Westerse wereld doordrenkt is met technologie, lijkt de begripsvorming minimaal. Veel informatie over het verleden van de mens is letterlijk en figuurlijk spoorloos verdwenen. Er is geen moment in de geschiedenis waar we meer over kunnen leren dan het heden. Het is niet alleen in het belang van iedereen die nu leeft om onze relatie tot gebruikstechnologieën te begrijpen. Ook voor toekomstig geschiedkundigen is ons huidig begrip van de wereld een bron van informatie. Het verleden leert ons lessen voor de toekomst.

De auteurs van het boek "Digital Play: The Interaction of Technology, Culture, and Marketing" - Stephen Kline, Nick Dyer-Witheford, en Greig de Peuter (2003) laten zien dat het medialandschap van tegenwoordig aan constante verandering onderhevig is. Kline et al. geven aan dat nieuwe media nooit stabiel zullen zijn, doordat de huidige – kapitalistische – westerse cultuur altijd vraagt om een upgrade (2003, p. 73). Kline et al. geven als voorbeeld dat videogames constant blijven ontwikkelen, omdat mediabedrijven alleen door voortdurende innovatie – ten opzichte van de concurrentie – hun marktwaarde kunnen behouden (p. 74). Om in een continu veranderend medialandschap de relatie tussen het individu, de maatschappij en technologie te blijven begrijpen, is inzicht nodig in hoe en waarom de industrie en de consument gebruik maken van technologie en haar functionaliteit.

Een technologie die sinds het midden van de 20e eeuw in steeds meer huishoudens verscheen is de televisie. De vroegere programmering bestond uit een klein aantal directe uitzendingen. Later ontstond de mogelijkheid om programma's op te nemen in de studio. Het is deze verandering die leidde tot het gebruik van het woord *live* zoals we dat tegenwoordig doen. Vroeger was iets live wanneer de performer en het

publiek op hetzelfde moment op dezelfde plek waren. Tegenwoordig wordt gesproken van *live* wanneer de uitvoerder en het publiek de uitvoering – via een medium – op hetzelfde moment ervaren, maar fysiek niet op dezelfde plek zijn (Auslander, 2012, p. 5).

Het medialandschap is sinds deze ontwikkeling in de televisie-industrie flink veranderd. Waar vroeger alleen via televisie en radio een directe *live* connectie bestond van producent naar de mensen thuis, kan tegenwoordig iedereen via het internet en mobiele telefoons *live* met elkaar en met evenementen in contact staan. Een bedrijf dat gebruik maakt van deze nieuwe mogelijkheden van liveness, is de World Surf League (WSL). De WSL is de organisatie achter de wereldkampioenschappen surfen en is de eerste wereldwijde sportcompetitie met een "online only" platform. De WSL streamt alle competitiewedstrijden live via de WSL-website en de smartphone app. In 2017 is meer dan achtentwintig miljoen uur aan videomateriaal bekeken via de website en app (Badenhausen, 2018). Na de NFL en de NBA is de WSL de grootste sport competitie in de verspreiding van videomateriaal.

De WSL maakt gebruik van directe connectiviteit in de vorm van livestreams, social media updates en pushberichten om fans op de hoogte te houden van alles dat gaande is in de wereld van het professioneel surfen. Omdat *live* een steeds relevanter wordend begrip is, wordt in dit bachelor eindwerkstuk onderzocht hoe de werking van de WSL-app begrepen kan worden in termen van liveness. Hierbij vormt het stuk 'Liveness Redux: on media and their claim to be live' van Karin van Es (2017) de theoretische basis. In dit stuk benadert Van Es liveness op een nieuwe manier. Ze stelt dat liveness niet alleen bestaat uit direct gemedieerd contact op afstand, maar geeft aan dat daarnaast ook de beeldvorming door de media-industrie (de producent) en de interpretatie van de gebruiker een rol spelen (2017). Ze beschouwt live als een middel dat door de media-industrie wordt ingezet om een "plekje in het dagelijks leven" van de gebruiker te hebben (p. 1245). Hierbij kijkt Van Es naar hoe en waarom de media-industrie liveness inzet en laat ze zien waarom gebruikers behoefte hebben aan live (p. 1249).

Van Es (2017) stelt dat live media platforms gebruik maken van liveness, omdat de "real time" eigenschap en de socialiteit zorgen voor de relevantie van het platform (p. 1249). Ze geeft als voorbeeld dat een nieuwsuitzending liveness inzet om authenticiteit uit te stralen (idem.). Van Es (2017) gaat in op hoe en waarom liveness ingezet wordt in live media. Mij valt op dat media profiteren van de betrekkende werking van liveness, zonder echt live te zijn. Hierbij lijkt liveness nagebootst te worden in niet-live functies door eigenschappen van liveness te implementeren. Ik wil in dit bachelor eindwerkstuk voortbouwen op het werk van Van Es (2017) door haar benadering van liveness te gebruiken om te zien hoe en waarom elementen van liveness worden ingezet in een niet-live context.

Hiermee wil ik een nieuwe term introduceren: *livification*. Afgeleid van het woord gamification, wat de algemene term is voor het inzetten van spelelementen in een niet-spel context (Deterding, Sicart, Nacke, O'Hara, & Dixon, 2011), wordt het volgende bedoeld met *livification: de toepassing van elementen van live in een niet-live context.* Door het machtsgebruik en de sturende werking van mediaproducenten op deze manier in kaart te brengen, kunnen nieuwe inzichten verworven worden op het gebied van marketing, overtuiging, en betrokkenheid.

Om de manifestaties van *livification* in de WSL-app volledig in kaart te brengen, zullen de drie benaderingen van liveness – zoals omschreven door Van Es (2017) – als theoretische lens gebruikt worden. Hiermee wil ik een antwoord formuleren op de vraag: *Hoe moeten de producent, de consument, en de technologie begrepen worden in termen van liveness om de werking van de WSL-app te begrijpen?* Dit gebeurt aan de hand van de Walkthrough methode van Light, Burgess en Duguay (2018). Volgens deze methode wordt eerst het doel van de WSL, als producent, onderzocht. Vervolgens worden het dagelijks gebruik en de technische eigenschappen van de WSL-app geanalyseerd om een antwoord op de eerste deelvraag: *Wat zijn de affordances en functies binnen de WSL-app?* Door de gevonden informatie te koppelen aan de theorie over liveness, zal dan een antwoord gegeven worden op de vraag: *hoe zorgen deze functies en affordances voor een ervaring van liveness?*

# 2. Theoretisch kader

In dit onderzoek staan de begrippen *liveness* en *affordance* centraal. Deze termen zullen hieronder besproken worden. Ter beantwoording van de hoofdvraag zal liveness vanuit een drietal verschillende standpunten bekeken worden. Vervolgens zal besproken worden hoe Karin van Es (2017) liveness verder benadert en waarom juist deze benadering gebruikt wordt in dit onderzoek. Om eigenschappen van liveness te kunnen herkennen moet begrepen worden welke functies van de WSL-zoal heeft en waarom dit al dan niet vormen van *livification* zijn. Hiervoor wordt het begrip *affordance* ingezet.

## 2.1 Liveness

*Liveness* is een begrip dat zijn oorsprong vindt in televisie en radio, als de tegenhanger van opgenomen programma's. Iets is live wanneer de productie, uitzending, en ontvangst van een gebeurtenis op hetzelfde moment plaatsvinden (Auslander, 2008, p. 17).

Na decennia van televisieproductie en technologische ontwikkelingen, wordt nogsteed gebruik gemaakt van *live*. Jane Feuer (1983) geeft in haar werk "The Concept of Live Television: Ontology as Ideology" aan dat, door de opkomst van montage technologie, de originele vorm van *live* bijna niet meer voorkomt (p. 14). Er zit tegenwoordig vaak een vertraging in de uitzending van "live" beelden om ondertiteling toe te voegen of om beelden aan elkaar te monteren. In de ogen van Feuer zijn gemonteerde live programma's niet minder live. Feuer stelt dat de montage van een programma het "het directe, spontane, het echte" simuleert (p. 16). Feuer beschouwt *live* dus niet meer als een technologische eigenschap, maar als een ideologie, een retorisch construct door de mediaproducent (Van Es, 2017, p. 1248). Elana Levine (2008) ziet de retorische constructie door de media-industrie als een middel om zogenaamde machtsstructuren vormen. Hiermee bedoelt Levine dat de producenten in de televisie-industrie zich onderscheiden door *liveness* op een strategische manier in te zetten (2008, p. 397).

Levine en Feuer beschouwen liveness als een construct dat door de media-industrie gevormd en ingezet wordt met als doel de kijker te betrekken. Deze benadering heeft een sterk raakvlak met de

fenomenologische benadering, waarbij live zijn oorsprong vindt in de menselijke ervaring. Philip Auslander (2012) geeft vanuit een meer historische benadering weer hoe *liveness* beter benaderd kan worden vanuit het fenomenologisch perspectief, concludeert het volgende:

> *[…] liveness emerges as a specific relation between self and other, a particular way of "being involved with something." The experience of liveness results from our conscious act of grasping virtual entities as live in response to the claims they make on us.* (Auslander, 2012, p. 10).

Auslander laat hiermee zien dat de ervaring van liveness het resultaat is van de wisselwerking tussen het publiek en een virtuele entiteit (ibid.). Dit betekent dat in deze benadering liveness bestaat door de interpretatie die het publiek maakt *als gevolg van de virtuele prikkels.* Auslanders kijk op media is dat de menselijke ervaring begint met de omgeving die zichzelf openbaart. Iedere digitale representatie maakt in dat geval een andere indruk op de mens (p. 7). Auslander stemt hiermee direct in met Nick Couldry, die stelt dat *liveness* altijd een gemedieerde socialiteit is (Auslander, 2012, p. 6).

Karin van Es gaat nog een stap verder door de drie hierboven behandelde benaderingen samen te voegen tot een construct: de ontologische, de fenomenologische, en de retorische benadering (2017, p. 1246). Deze benaderingen zien *liveness* respectievelijk als: directe connectiviteit als gevolg van een technologie (ibid.), de ervaring en verwachting van het publiek (p. 1247), en het discours dat door de media-industrie geproduceerd wordt (p. 1247).

Zoals Van Es al aangeeft, focust iedere benadering zich op slechts een deel van het *live* communicatieproces. Daarom stelt ze dat de drie benaderingen moeten worden samengevoegd om liveness te kunnen begrijpen in iedere context. Liveness moet niet gedefinieerd worden, maar moet benaderd worden als een construct dat alleen begrepen kan worden door te kijken naar de relatie tussen de drie delen: de producent, het medium, en de gebruiker. Op deze manier kan iedere manifestatie van *liveness* begrepen worden volgens Van Es.

De nieuwe constante directe onderlinge verbondenheid valt niet meer te begrijpen volgens de klassieke opvatting van *liveness,* zoals bekend van radio en televisie (Bourdon, 2000). Nick Couldry (2004, 2008) heeft een poging gedaan nieuwe vormen van *liveness* te definiëren. Couldry onderscheidde twee nieuwe vormen van liveness, namelijk mobiel liveness en online liveness (2004, p. 256). Deze nieuwe vormen van *liveness* slaan op het altijd en overal verbonden zijn via de mobiele telefoon en op de sociale co-aanwezigheid van mensen via het web (2004, p. 256).

In mijn ogen zijn wat Couldry hier omschrijft geen vormen van liveness, maar slechts eigenschappen van liveness die zorgen voor een ervaring van verbondenheid en co-aanwezigheid. Van Es zegt hierover dat

> *[t]he live is articulated in mutually rather different constellations of liveness. After all, the Internet is merely the backbone around which diverse platforms have been built, and each of these uniquely*

> *coordinates relations across space and time among users and between users and content. The 'live' in live tweeting, for instance, is distinct from the 'live' in live-streaming*. (Van Es, 2017, p. 1249)

Van Es stelt dat het internet een faciliterende functie heeft voor het ontstaan van uiteenlopende vormen van liveness en dat wat Couldry ziet als vormen van liveness, in essentie eigenschappen van liveness zijn die de basis vormen voor iedere manifestatie ervan.

## 2.2 Affordances

Om te zien hoe deze eigenschappen individueel gebruikt kunnen worden om *livification* toe te passen, moeten ze in relatie worden gebracht met de gebruiker en de producent. Donald Norman en Andrew Ortony (2003) laten in hun onderzoek naar de relatie tussen gebruiker, designer en design zien dat twee factoren relevant zijn om de relaties aan te kunnen duiden. Dit zijn *functionaliteit* en *vorm* (appearance) (Norman & Ortony, 2003). Volgens hen is het doel van de producent terug te vinden in de vormgeving van een product (Norman & Ortony, 2003, p. 5; Norman, 2002, p. 9). De vormgeving zegt dus iets over hoe de vormgever wil dat het product gebruikt wordt. Daarnaast laten Norman en Ortony (2003) zien dat dat de vormgeving van een technologie invloed heeft op de gebruiker en leidt tot een bepaald gebruik (p. 10-13).

De handelingen die de gebruiker wel en niet kan uitvoeren op basis van de vormgeving van de app worden binnen het mediadiscourse *affordances* genoemd. Zo beschrijft Gibson (1966) een stoel niet als 'stoel' (passief), maar als 'voorwerp dat de mogelijkheid geeft/heeft om op te zitten'. De vormgeving van het object – in Gibsons geval een stoel, en in het kader van dit stuk de WSL-app – roept een associatie op, die leidt tot een gedrag. Een soortgelijke analyse is mogelijk voor de WSL-app.

Het begrijpen van de WSL-app in termen van affordances is essentieel om het verband tussen functionaliteit van de app en de ervaring van de gebruiker te zien. Door de affordances van niet-live functies in de WSL-app in kaart te brengen en te kijken hoe deze bijdragen aan ervaringen die liveness normaal teweegbrengt, kan worden vastgesteld waar en hoe in de WSL-app gebruik is gemaakt van *livification.*

# 3. Methode

## 3.1 Onderzoeksobject en selectie

De WSL-app, uitgebracht door de WSL in 2016, is gekozen als onderzoeksobject en zal voor analyse gebruikt worden op de Huawei P20 lite. De smartphone-app is ontwikkeld om surf-fans op de hoogte te houden van het laatste surfnieuws. De app beschikt over verschillende pagina's zoals een newsfeed met artikelen, een livestream van wedstrijden, de surf-wereldranglijst, een evenementenlijst en een "fantasyleague". Al deze functies hebben betrekking op grote surfwedstrijden die deel uitmaken van de (voorrondes van) de Wereldkampioenschapstour en pro-surfers. Het doel van de app is om het professionele surfen 'bij de fans thuis' te brengen en zo hun enthousiasme te voeden (WSL – About, n.d). De WSL heeft het alleenrecht op het live uitzenden van de wedstrijden die deel uitmaken van de wereldkampioenschapstour. De tour wordt door een groot aantal mensen gevolgd. Zo keken in 2017 meer dan 14 miljoen mensen naar een WSL-surfwedstrijd (Badenhausen, 2018).

Dit onderzoek betreft de vijf bovengenoemde pagina's waarin de app is opgedeeld. Iedere pagina heeft een eigen functie en draagt op zijn eigen manier bij aan het contact tussen WSL en gebruikers. De verschillende schermen dragen elk op een eigen manier bij aan de verhouding tussen de gebruiker, producent en de technologie. Doordat aan de hand van de walkthrough methode vanuit verschillende standpunten naar de WSL-app, de producent en de gebruiker gekeken wordt, kan een volledig beeld gevormd worden van de aanwezigheid van live elementen in niet-live functies.

## 3.2 De walkthrough methode en livification

In dit onderzoek staat *livification* centraal. Er zal worden onderzocht hoe dit toegepast is in de WSL-app. Hierbij wordt gekeken naar de functies en affordances in de app vanuit het perspectief van de gebruiker, de producent en de technologie. Een methode die zich hier goed voor leent, is de *walkthrough methode*, van Light, Burgess en Duguay (2018). Dit is een methode die bedoeld is om een kritische analyse van een app uit te voeren, eerst in kaart te brengen wie de producent van de app is en wat zijn doelen zijn. Vervolgens wordt in de tweede fase van de analyse de walkthrough uitgevoerd. Hierbij wordt een interface analyse van de app gedaan, lettend op het gebruik, het design en de ervaring.

De walkthrough methode geeft dus inzicht in de relatie tussen de gebruiker, de producent en de app, door ieder apart te analyseren. Het stelt mij in staat om de WSL-app op een retorische, fenomenologische en ontologische manier te benaderen, om hierdoor te zien hoe en waarom affordances zorgen voor een ervaring van liveness bij het gebruik van niet-live functies.

## 3.3 Procedure

Dit onderzoek is net als de walkthrough methode opgedeeld in twee fases. In de eerste fase worden de *visie,* het *operationele model* en de *governance* van de app – en van de WSL als het achterliggende bedrijf – in kaart gebracht. Hierdoor kan het beoogde doel en gebruik van de app worden vastgesteld (Light, 2016; Light et al., 2018). Met het operationele model wordt een combinatie van het verdienmodel en de achterliggende belangen bedoeld. Er wordt gekeken naar hoe de WSL inkomsten genereert en wat dit betekent voor de gebruiker. De *governance* is de manier waarop de WSL het gebruik van de app op expliciete en impliciete wijze reguleert en meet (Light et al., 2018, p. 890). De expliciete governace mechanismen zoals de terms of service (TOS) zullen worden doorgenomen. Hierbij wordt aandacht besteed aan hoe wordt gesproken over liveness, de ervaring van de gebruiker en over connectiviteit (tussen gebruikers onderling en tussen de gebruiker en de WSL).

De eerste fase van het onderzoek zorgt voor een contextuele basis. Door de visie, de governance en het operationele model uiteen te zetten, is het mogelijk om te begrijpen hoe de WSL wil dat de gebruiker de app gebruikt en waarom (Light et al. 2018, p. 889). Binnen deze context zal in de tweede fase de app geanalyseerd worden door hem te gebruiken als "normale gebruiker". Als de volledige procedure van Light et al. (2018) gevolgd zou worden, start de analyse van de WSL-app door hem aan te schaffen (p. 891). Dit is gebeurd en bleek niet relevant te zijn voor dit onderzoek. Ik zal dus beginnen bij het openen van de – vooraf op mijn smartphone geïnstalleerde – WSL-app.

Om het dagelijks gebruik van de app te simuleren voor de analyse, doorloop ik structureel iedere pagina van de app. Ik gebruik het navigatiemenu als leidraad en werk deze van boven naar beneden af. Hierbij druk ik op iedere knop en neem alle elementen in me op. Om de affordances van de app, samen met alle symbolische uitingen overzichtelijk te krijgen is een analyseschema opgesteld op basis van vier categorieën: inrichting van de gebruikersinterface, de functies en toepassingen, de tekstuele inhoud en de symbolische uitingen (zie bijlage 1).

De categorieën zijn gebaseerd op de *mediator eigenschappen* die Light et al. omschrijven (2018, p. 891). De term mediator is afkomstig van de Actor Network Theory en omschrijft hoe een object betekenis kan overdragen door de reactie die het uitlokt (ibid.). Mediator eigenschappen zijn dus de fysieke en digitale eigenschappen van een object die leiden tot een affordance. Daarom biedt een analyse aan de hand van mediator eigenschappen een manier om de affordances van alle functies te ontdekken. Letterlijk overgenomen uit Light et al. (2018, p. 891,892) zal per categorie op het volgende gelet worden:

- *Inrichting gebruiksinterface.* Hierbij wordt gelet op hoe de plaatsing en de vorm van knoppen en menu's sturing geven aan het gebruik.
- *Functies en de toepassing.* In hoeverre de eigenschappen van de app de gebruiker tot een bepaalde handeling dwingen, leiden of verbieden. Denk hierbij aan pup-up schermen, verzoeken om met andere accounts te verbinden, en notificaties.

- *Tekstuele inhoud en toon.* Binnen deze categorie wordt gekeken naar de geschreven teksten: wat zegt het letterlijk en wat betekent dat voor het gebruik.
- *Symbolische representatie.* Hier wordt de interface op een meer semiotische manier benaderd, waarbij wordt gelet op de "look en feel" van de app. Denk hierbij aan kleurgebruik en uitstraling. Mogelijke connotaties staan centraal.

De analyse van de app door eigen gebruik geeft meer inzicht in hoe liveness ervaren wordt in live en niet-live delen van de WSL-app. Dit wordt in het analyseoverzicht genoteerd onder "Liveness". De analyse is als volgt verlopen: Eerst is het analyseoverzicht (bijlage 1) opgesteld. Vervolgens is ieder scherm in de WSL-app doorlopen in de volgorde *news, watch, events, rankings, fantasy*. Iedere pagina is geanalyseerd op de vier mediatoreigenschappen in de volgorde van de bovenstaande opsomming. Na het noteren van alle informatie over de pagina, is op de knoppen gedrukt om affordances vast te stellen. Vervolgens is – indien relevant voor het begrijpen van livification in de WSL-app– een notitie gemaakt van de volgende pagina. Nadat alle knoppen en sub-pagina's geanalyseerd zijn, wordt pas naar de volgende hoofdpagina gegaan. Alle mogelijk relevante informatie wordt genoteerd in het analyseoverzicht. Om zeker te zijn dat alle functies en interfaces van de WSL-app zo volledig en accuraat mogelijk in beeld worden gebracht, wordt alle data volgens de drie benaderingen van liveness geanalyseerd.

# 4. Analyse

## 4.1 Fase een: Verwacht gebruik

De analyse van verwacht gebruik richt zich nog niet op de app zelf, maar dient het om meer duidelijkheid te scheppen over het doel van de WSL. Dat doel van de WSL wordt in deze eerste fase onderzocht aan de hand van officiële uitingen van de WSL, zoals in interviews, app omschrijvingen en de terms of use. Door in deze fase de motieven van de WSL uit te zoeken, kan in de volgende fase inzicht gegeven worden in wat de WSL doet om haar doelen te bereiken.

### 4.1.1 De Visie

De visie van de app omvat het doel, de gewenste gebruiker, en de gebruiksscenario's (2018, p. 889). Het vertelt ook iets over activiteiten die het zou moeten bieden, ondersteunen of mogelijk maken. Bronnen die hiervoor gebruikt worden zijn de website van de WSL en officiële uitingen van WSL-vertegenwoordigers.

Bij het vergelijken van de appstore-omschrijving en de omschrijving van de app op de website van de WSL, valt op dat ze dezelfde boodschap uitdragen. Het is duidelijk dat de app bedoeld is voor surffans die "overal en altijd de kampioenschappen [willen] volgen" (WSL – apps op Google). Beide beschrijvingen geven een beknopte samenvatting van iedere pagina in de app. Hierbij ligt de focus op het overal en op ieder moment op de hoogte zijn van de *live* gebeurtenissen die de WSL weergeeft. Het taalgebruik en de referenties die gegeven worden zijn erg algemeen. Hieruit maak ik op dat de WSL niet alleen de grootste surffans aan wil spreken, maar ook de – relatieve – leek.

Dat de WSL zich erop richt iedereen die interesse in surfen heeft altijd en overal betrokken te houden, blijkt uit het bericht van de in juni 2017 aangestelde CEO van de WSL, Sohpie Goldschmidt:

> T*hrough the implementation of innovative technologies to broadcast content, we have been able to bring competitions to life for our fans. I pledge to continue supporting these broadcasting innovations in order to help bolster fan engagement, and make the sport more accessible to everyone around the world, especially in untapped markets.* (Goldschmidt, 2017)

Ook heeft Goldschmidt in een interview aangegeven dat de WSL een overeenkomst met Facebook is aangegaan. Hiermee wil de WSL het jongere surfpubliek bereiken (Maddaus, 2018). Deze manier van mensenwerven laat in mijn ogen zien dat de huidige gebruiker van de WSL-app voornamelijk jongvolwassen of ouder is. Doordat de WSL haar gebruikersbasis wil uitbreiden naar alle leeftijdscategorieën, laat ze zien dat de focus niet ligt op een ideale gebruiker, maar op veel gebruikers. De focus van de WSL lijkt voornamelijk te liggen op kwantiteit om vervolgens de kwaliteit te verhogen: eerst het verdienmodel nastreven, dan zorgen voor inhoudelijke kwaliteit.

### 4.1.2 Het operationele model

Om het operationele model in kaart te brengen wordt eerst gekeken naar het verdienmodel van de WSL-app. Sommige applicaties maken gebruik van in-app aankopen of een freemium model – waarbij de gebruiker de app gratis kan gebruiken, maar pas van alle gemakken van de applicatie kan genieten wanneer hij betaalt voor "premium" toegang. Daarnaast kan de producent ervoor kiezen de app "gratis" te laten gebruiken, in ruil voor de persoonlijke gegevens van de gebruiker die doorverkocht kunnen worden (Van Dijck, 2013, p. 38).

De WSL-app maakt geen gebruik van in-app aankopen of premium abonnementen. Wel is in de gebruiksvoorwaarden te vinden dat de WSL een waslijst aan informatie verzamelt over haar gebruikers. Onder de verzamelde informatie vallen onder andere de leeftijd, naam, sekse, nationaliteit, bankgegevens en wachtwoorden. Dit is slechts een deel van de gegevens, maar schetst al een beeld van de gigantische hoeveelheid informatie die de WSL over haar gebruikers verzamelt. Uit het privacybeleid (World Surf League - Terms of Use, n.d.) blijkt dat de WSL zich het recht voorbehoudt deze verzamelde persoonlijke informatie te delen met partners en adverteerders. In mijn ogen suggereert dit dat de data verkocht wordt aan andere partijen. Of dit zo is heb ik niet uit kunnen vaststellen.

Uit een interview met Chris Culbertson, het hoofd van marketing bij de WSL, blijkt dat de vergaarde data voornamelijk gebruikt wordt om de in-app reclames zo gericht mogelijk de kunnen verspreiden (Livakasa, 2018). De reclames die in de app zelf voorkomen zijn te zien tussen de artikelen op de "news" pagina en gedurende de live-uitzendingen. De reclame tijdens de live-uitzendingen heeft de vorm van daadwerkelijke reclame tussen de wedstijd door. Daarnaast zijn er constant merken in beeld die gedrukt zijn op de shirts, boards, banners en vlaggen die in beeld komen.

### 4.1.3 Governance

De governance van de een app gaat over hoe de producen (hier de WSL) de gebruikersactiviteit stuurt, zodat het in lijn valt met het operationele model en de visie van het bedrijf (Light et al., 2018, p. 890). De regulering die een bedrijf oplegt aan de gebruiker bestaat uit expliciete regels, zoals de beleidsvoering en gebruikersovereenkomsten. Doormiddel van governance zorgt de WSL er dus voor dat er voldaan wordt aan hun normen en waarden. In de terms of use van de WSL wordt tot in detail besproken wat wel en wat niet is toegestaan voor de gebruiker.

In eerste instantie wordt gesteld dat de gebruiker achttien jaar of ouder moet zijn en verantwoordelijk is voor het eigen gebruik, het gebruik van het account, en de veiligheid van de wachtwoorden. Vervolgens geeft de WSL een opsomming van alle data die niet verspreidt mogen worden via het platform. Hierbij gaat het onder andere dreigende, obscene en privacy schendende content. Ook mogen er geen advertenties geplaatst worden. Verder verbiedt de WSL al het gebruik van geautomatiseerde processen, zoals bots en scrapers. Wat betreft copyright is de WSL streng. Alle visuele informatie op de digitale platforms van de WSL is beschermd door copyright en mag alleen

voor eigen gebruik worden gedownload. Wanneer een gebruiker zelf beeldmateriaal uploadt (waarvan hij over de rechten beschikt) stelt de WSL zichzelf en alle gebruikers in staat het beeldmateriaal te gebruiken voor alle doeleinden (World Surf League - Terms of Use, 2018).

## 4.2 Fase twee: De Walkthrough

De analyse van de app door eigen gebruik geeft meer inzicht in op welke manier de app elementen van liveness inzet. Dit wordt in het analyseoverzicht besproken onder "Liveness". Door te kijken naar de functionele en visuele eigenschappen van de app, kan een uitspraak gedaan worden over de affordances in de app en hoe die bijdragen aan een ervaring van liveness. In dit hoofdstuk wordt vanuit de drie perspectieven van liveness een analyse gedaan van de belangrijkste bevindingen. Iedere pagina is aan de hand van de vier mediatoreigenschappen geanalyseerd. De omschrijving hiervan is te vinden in het analyseoverzicht in bijlage 1.

### 4.2.1 De WSL-app als platform

Door vanuit het ontologisch perspectief naar de WSL-app te kijken, kan alleen geconcludeerd worden dat de livestream *live* is, en de rest van de app niet (Van Es, 2017, p. 1246). Een belangrijk argument vanuit het ontologisch perspectief is dat iets live is wanneer iemand iets mee kan maken terwijl het plaatsvindt, zonder fysiek aanwezig te zijn (Van Es, 2017, p. 1246). Dus als een directe gemedieerde verbinding. Hoewel alleen de livestream live is in de klassieke zin van het woord, speelt de WSL wel met het tijdelijke aspect van liveness.

Alle schermen in de app zijn zo ingericht dat nieuwe items het makkelijkst te bereiken zijn. De *news* pagina is hier een mooi voorbeeld van. Op deze pagina staan alle artikelen, video's die de WSL uitbrengt via de app. Deze pagina bestaat uit een omhoog veegbare rij van foto's die in wezen knoppen zijn en leiden naar een artikel of video. Wat betreft de inrichting van deze pagina, valt op dat de "knoppen" erg groot zijn en dat de items op chronologische volgorde naar beneden lopen. De enige manier om op deze pagina te navigeren is door omhoog te vegen. Als ik een artikel wil lezen van een specifieke datum of van meer dan een maand oud, kan ik rechts boven een menu openen via de drie puntjes (figuur 1.). Door in dit menu op zoeken te drukken word ik naar een nieuwe pagina geleid. Op deze pagina kan aan de hand van zoektermen gezocht worden naar artikelen, atleten en video's.

Wat opvalt is dat omhoog vegen de enige manier is om op de *news* pagina te navigeren. De pagina geeft daarnaast alleen het nieuws van de afgelopen maand weer. Sterker nog, een seconde nadat een evenement op de livestream is afgelopen, staat een nieuw artikel online. Verder is de zoekfunctie relatief goed verstopt. Waar de app voor andere functies gebruik maakt van symbolen om functies aan te duiden, gebeurt dit niet voor de zoekfunctie. Daar bovenop komt nog dat binnen de zoekfunctie niet op datum gezocht kan worden. Dit alles legt naar mijn idee de focus op de huidige gebeurtenissen, op wat nu relevant is. Hetzelfde gebeurt op *event*- en de *watch* pagina. Nieuwe items zijn makkelijk te

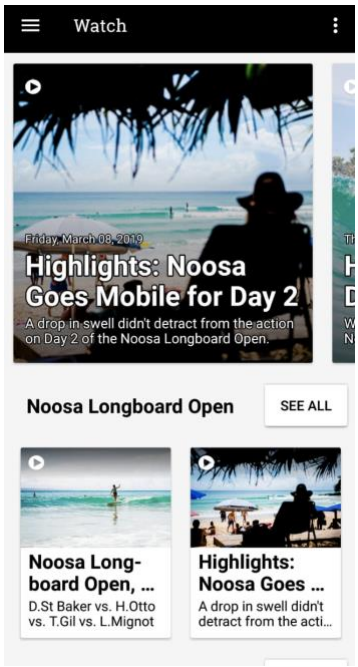
bereiken en oude items vergen meer moeite om terug te vinden. In figuur twee is te zien hoe de nieuwste video's een prominente plek op de *watch* pagina krijgen (figuur 2.).

Naast de bereikbaarheid en de snelheid waarmee items worden geüpload, valt op dat de datum van plaatsing van items altijd groot boven aan het artikel staat. Anders dan op andere platforms, is de datum een prominent en ogenschijnlijk belangrijk element. Ook wordt bij het terugkijken van een evenement duidelijk aangegeven hoe lang geleden het evenement is afgelopen.

Op de *Events* pagina worden alle wedstrijdschema's weergegeven. Bovenaan de pagina is het mogelijk via een drop-down menu het geslacht van de atleten aan te geven en kan een jaartal tussen 2008 en 2019 worden gekozen. Dit staat op het schema voor de wedstrijden standaard ingesteld op de mannen in 2019. Wanneer een evenement binnen 24 uur plaatsvindt, wordt de knop die naar het evenement leidt groter (figuur 3). Hierbij wordt de datum en de tijd van aanvang dusdanig vergroot, dat het groter is dan de titel van het daaropvolgende evenement.

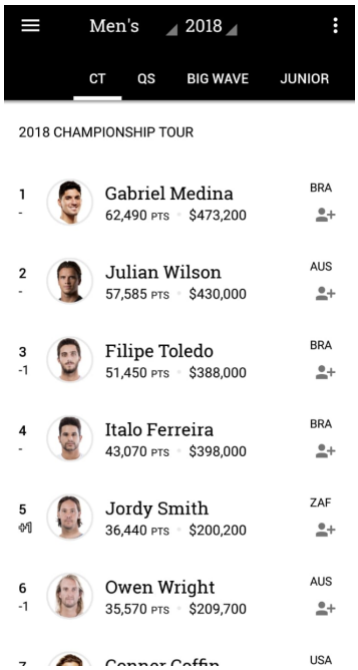
De WSL-app is dus een platform dat naast de livestream zich ook op andere manieren focust op de recentste events en de nieuwste ontwikkelingen. Dit zorgt ervoor dat ik een drang tot betrokkenheid ervaar. Hoe de WSL-app elementen van liveness bevat en waarom de WSL gebruik maakt van livificatie, wordt in de rest van dit hoofdstuk besproken.

*Figuur 1.* News pagina




*Figuur 2.* Watch pagina

*Figuur 3.* Event pagina



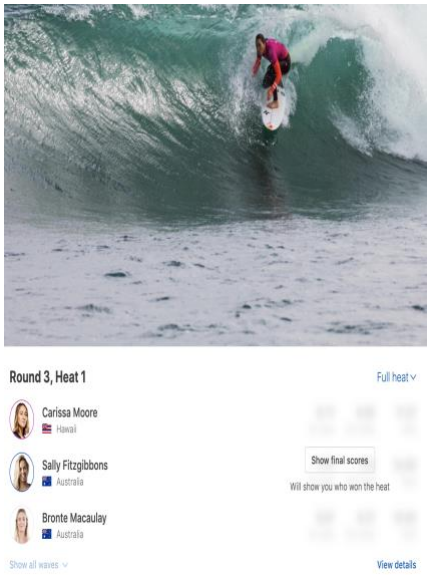

*Figuur 4.* Rankings pagina

### 4.2.2 Livification: het gebruik en de ervaring

Hier wordt gekeken naar hoe verschillende functies in de WSL-app beschikken over elementen van liveness. Hieronder volgt een omschrijving van verschillende gebruiken, functies en kenmerken van de app. Door de app op een fenomenologische manier te benaderen, ontstaat een beeld van hoe ik de WSL-app als (pseudo) live ervaar.

Bij het lezen van een artikel of het terugkijken van een video via de *news* pagina, staat rechts bovenin het scherm een knop die eruitziet als een boekenlegger met een plusje op. Hiermee kunnen items opgeslagen worden in *Bookmarks*, een pagina in het navigatiemenu. Een soortgelijke knop is de knop die je in staat stelt om atleten te volgen. Door deze knoppen te gebruiken en dus evenementen en atleten te volgen, geeft ik als gebruiker aan dat ik direct op de hoogte wil worden gebracht wanneer er iets dat ik volg online verschijnt. Door gebruik te maken van het directe contact dat de WSL-app faciliteert, speelt de WSL in op behoefte van de gebruiker om "aanwezig" te zijn (Van Es, 2017, p. 1250). De directheid van een pushbericht geeft mij een gevoel van urgentie en opwinding, alsof ik informatie persoonlijk ontvang. Dit geeft mij een gevoel van betrokkenheid.

Iets anders dat opvalt is dat bij het terugkijken van een wedstrijd op de *watch* pagina onder de video de uitslagen van de wedstrijd staan weergegeven, maar dat de uitslagen zijn vervaagd (figuur 5.). Hierdoor zijn ze niet leesbaar. Ze kunnen zichtbaar gemaakt worden door op "show final scores" te drukken. Doordat de uitslagen onleesbaar gemaakt zijn voor de kijker, kan de kijker de wedstrijd ervaren alsof hij live uitgezonder wordt. De ervaring van onvoorspelbaarheid is gelijk aan die van de live-uitzending, waardoor zelfs bij het terugkijken een gevoel van "aanwezigheid" ontstaat. Van Es stelt al dat liveness in verschillende contexten voor andere relaties tussen de gebruiker en de zender verzorgt. Hierbij geeft ze als voorbeeld dat 'The live broadcasts of sports draw more on the unpredictability of the competition – the excitement that comes from the awareness that anything can happen – and on notions of presence' (2017, p. 1249). In dit geval *livificeert* de WSL het terugkijken van wedstrijden door de ervaring *authentiek* aan te doen voelen door de onvoorspelbaarheid van de wedstrijd. Zoals Van Es stelt, zorgt dit voor opwinding en een gevoel van *aanwezigheid* (idem.).




*Figuur 5.* Terugkijken van een wedstrijd met verborgen uitslagen en keuze tot weergave.

Een derde punt dat opvalt is dat de WSL-app het maken van screenshots blokkeert wanneer een video wordt afgespeeld (ook niet als hij op pauze staat). Hierdoor kan geen screenshot naar vrienden sturen als snelle update of om iets te laten zien. Dit zorgt ervoor dat ik sneller geneigd ben de hele video

te delen via de *share* knop, rechts bovenin het scherm. Mensen die een link ontvangen, worden naar de gedeelde video geleid op de WSL-site of in de app.

Doordat ik een video met anderen deel, wordt er een sociaal element toegevoegd aan mijn kijkervaring: ik maak ze deelgenoot. Volgens Van Es is dit gevoel van betrokkenheid en co-aanwezigheid een mythe die ontstaat doordat live media en online platforms ervaren als een reflectie van de realiteit van de samenleving (2017, p. 1249). Met andere woorden de mogelijkheid van het tegelijk kijken van een video zorgt ervoor dat de video als relevanter ervaren wordt. Deze eigenschap van liveness is de reden dat de media-industrie liveness inzet (Van Es, 2017, 1252).

Dit drietal observaties geeft weer hoe niet-live functies van een platform *gelivificeerd* kunnen worden door bij de gebruiker een ervaring van sociale co-aanwezigheid, directheid of authenticiteit teweeg te brengen. Het laatste deel van dit hoofdstuk zal ingaan op hoe en waarom de WSL dit doet.

### 4.2.3 De WSL als producent

Uit fase één van de analyse (hoofdstuk 4.1) blijkt dat de WSL – om verschillende redenen – als doel heeft zo veel mogelijk mensen te binden aan de app. Het bovenstaande deel van dit hoofdstuk laat zien dat de WSL zichzelf relevant probeert te maken door functies te implementeren die veel weg hebben van liveness. Dit laatste deel van hoofdstuk vier is volgens de retorische benadering gekeken naar hoe en waarom liveness en livification zijn toegepast.

Vanuit een retorisch standpunt, zoals dat van Jane Feuer (1983) wordt liveness niet beschouwd als een functionele eigenschap van een technologie, maar een retorisch construct. Liveness is in deze optiek het resultaat van de beeldvorming door de producent. Jane Feuer stelt dat de montage van beelden bijdraagt aan de ervaring van live (p. 14). In de livestream maakt de WSL gebruik van montage om de kijker de ervaring te geven alsof hij er zelf bij is. Dit gebeurt door snelle wisselingen van camerastandpunten, gecombineerd met direct commentaar en shots van publiek op het strand.

Anders dan bij films en series, wordt de *urgentie* van de livestream door het woord *live* in de linkerbovenhoek. Dit wijst de kijker op de tijdelijkheid en authenticiteit van de uitzending. Daarnaast laat de WSL zien hoeveel mensen er live meekijken, wat een mate van relevantie uitdraagt en zorgt voor een ervaring van co-aanwezigheid (Van Es, 2017, p. 1252).

*Figuur 6.* Live uitzending van een surfwedstrijd.

Volgens Elana Levine (2008) is deze discursieve toepassing van liveness een manier van de media-industrie om macht uit te oefenen op de kijker. Hiermee bedoelt Levine dat de media-industrie *het urgente, authentieke en sociale van liveness* gebruikt om kijkers te trekken (2008, p. 397). In de WSL-app is dit niet alleen zichtbaar in de *livification*, zoals gesproken in 4.2.2, maar blijkt dit ook uit de sterke *focus op nu* in de WSL-app. Door constant nieuwe informatie te delen, speelt de WSL in op het geloof dat live media relevanter zijn dan de andere – doordat ze laten zien wat er *nu* gebeurt (Van Es, 2017, p. 1249). In een bredere context verklaart dit mogelijk waarom kranten steeds minder fysieke kranten verkopen en een groeiende focus hebben op online verspreiding van nieuws.

# 6. Conclusie & Discussie

Dit onderzoek heeft als doel een antwoord te geven op de vraag: *Hoe moeten de producent, de consument, en de technologie begrepen worden in termen van liveness om de werking van de WSL-app te begrijpen?* Hiervoor is aan de hand van de walkthrough methode een analyse uitgevoerd van de WSL-app als platform en van de WSL als producent. De eigen ervaring en interpretatie zijn gebruikt om een beeld te geven van het normale gebruik van de app. Het stuk van Karin van Es (2017) vormde het hoofdzakelijke deel van de theoretische lens voor het definiëren van liveness en livification.

Uit de eerste fase van de analyse blijkt dat de WSL hard bezig is om zo veel mogelijk mensen te bereiken. Door te blijven innoveren in de verspreiding van informatie wil de WSL zo veel mogelijk fans aantrekken. Ook blijkt dat de WSL de verzamelde data over de gebruikers van de app gebruikt voor gerichte reclame en verkoop aan derden. Dit verklaart *waarom* de WSL zo veel inzet op het betrekken (en betrokken houden) van gebruikers bij de WSL-app door de implementatie van *liveness* en *livification*.

Inzicht in het doel van de producent is essentieel om de werking van de app te begrijpen. Door inzicht te hebben in waarom de app is vormgegeven, kan beredeneerd worden waarom functies beschikken over bepaalde *affordances.* Hierdoor kan een verwachting worden opgesteld over hoe dit sturing zal geven aan het gebruik van de app. In het geval van de WSL-app zijn *liveness* en *livification* ingezet om gebruikers te betrekken. Voor de WSL betekent een grotere hoeveelheid betrokken gebruikers dat meer data verzameld kan worden en dus meer geld verdiend wordt. Dit kan bevestigd worden door te de werking van de app te analyseren in het kader van de gebruiker. De manier waarop informatie wordt overgedragen tussen de producent en de gebruiker is afhankelijk van het gebruikte platform. De WSL-app biedt, als smartphone app door een constante verbinding tot het internet, mogelijkheden tot *liveness* en daarmee tot een ervaring van verbintenis, authenticiteit en directheid (Van Es, 2017, p. 1250). Al met al moet de technologie gezien worden als een informatiedrager die betekenis krijgt door zijn technische eigenschappen, de vormgeving door de producent en de interpretatie door de consument (Van Es, 2017, p. 1246).

Van Es (2017) stelt dat live media platforms gebruik maken van liveness, omdat de "real time" eigenschap en het maatschappelijk karakter zorgen ervoor dat het medium als relevanter wordt ervaren. (p. 1249). Livification blijkt hierin niet anders te zijn. Door eigenschappen van liveness te implementeren in een object dat in essentie niet live is, veranderen de affordances van het object. Dit gebeurt op een dusdanige manier dat de gebruiker het platform als belangrijker en relevanter kan gaan ervaren. Dit is te zien in de functies die zijn besproken in de tweede fase van de analyse (4.2). Hier was te zien hoe de WSL gebruik maakt van livification als middel om klanten te binden en dat de ervaring van de gebruiker een sleutelrol speelt in de werking ervan.

Dit onderzoek draagt bij aan het academisch debat over digitale platformen door *livification* te introduceren als een hulpmiddel om digitale media, producenten en de gebruikers beter te begrijpen. Deze benadering biedt niet alleen binnen de academische context van digitale communicatie nieuw inzicht over de toepassing van live elementen in digitale platformen. Net als gamification, kan livification houvast bieden voor mediaproducenten en marketeers die doelen een sterkere positieve betrokkenheid te genereren bij gebruikers.

Met de groei van de commerciële sector en de razendsnelle toename en ontwikkeling van technologie blijft het analyseren en evalueren van technologie van belang. Grote commerciële tech-bedrijven krijgen steeds meer macht en overheden lijken dit in veel opzichten niet bij te kunnen benen. Het feit dat de commerciële sector zo een grote invloed op ons leven heeft die alleen maar groter zal worden is zorgbarend. Dit is waarom een begrip van hoe deze bedrijven de gebruikers beïnvloeden essentieel. Naast een academisch begrip van de, inherent met technologie verweven, mens is het van belang dat iedereen dit steeds groter wordende deel van ons leven – van onze maatschappij – gaat begrijpen. Dit onderzoek dient als eerste stap om een beter beeld te krijgen van hoe wij als mens door toepassing van live-elementen gestuurd worden.

Vervolgonderzoek moet uitwijzen of het idee van livification in contexten zoals de sociale wetenschappen toepasbaar is. Ook de verdere toepassing van live elementen in andere contexten kan nog uitvoerig worden onderzocht. De analyse van de WSL-app geeft een beperkt inzicht, wat alleen verbreed kan worden door aan de hand van verschillende methoden naar nieuwe casussen te kijken. Net als bij gamification zie ik voor me dat het idee van *livification* uiteen te zetten is in een model dat de ervaring van de gebruiker, het doel van de producent, het design van het platform en achterliggende mechanieken overzichtelijk met elkaar in verband brengt.

De walkthrough methode van Light et al. bleek naadloos aan te sluiten op de onderhavige casus, waardoor de WSL-app op een overzichtelijke manier en vanuit verschillende standpunten benaderd kon worden. De eerste fase van de methode zorgt voor een helder inzicht in de beweegredenen van de producent. Waardoor in de verdere analyse het perspectief van de producent kan worden meegenomen. De walkthrough is wel een beperkte methode, doordat de observaties en interpretaties kwalitatief zijn en van één persoon zijn. Dit zorgt ongetwijfeld voor subjectieve resultaten – waardoor niks

generaliseerbaar is. Om de daadwerkelijke werking van livification te kunnen duiden zou een kwantitatief onderzoek uitgevoerd moeten worden naar het effect van live-elementen op gebruikers.

# 7. Bibliografie (cf APA 6.0)

## 7.1 Primair


Auslander, P. (2008). *Liveness : Performance in a Mediatized Culture*. Abingdon, UK: Routledge.

Auslander, P. (2012). Digital Liveness: A Historico-Philosophical Perspective. *PAJ: A Journal of Performance and Art*, *34*(3), 3–11. doi: https://doi.org/10.1162/PAJJ_a_00106

Bourdon, J. (2000). Live Television is Still Alive: On Television as an Unfulfilled Promise. *Media, Culture and Society*, 22(5), 531-556. doi: 10.1177/016344300022005001

Couldry, N. (2003). *Media Rituals: A Critical Approach.* Routledge, Abingdon, UK, 2003: Routledge Opgehaald van http://ebookcentral.proquest.com

Couldry, N. (2004). Liveness, "Reality," and the Mediated Habitus from Television to the Mobile Phone. *The Communication Review*, *7*(4), 353–361. doi: https://doi.org/10.1080/10714420490886952

Couldry, N. (2008). Actor network theory and media: do they connect and on what terms? In A.Hepp, F. Krotz, S. Moores, & C. Winter (Eds.), *Connectivity, Networks and Flows: Conceptualizing Contemporary Communications* (pp. 93–110). Cresskill, NJ, USA: Hampton Press, Inc. Retrieved from http://www.hamptonpress.com/

Deterding, S., Sicart, M., Nacke, L., O'Hara, K., & Dixon, D. (2011). Gamification. Using Game-design Elements in Non-gaming Contexts. *CHI '11 Extended Abstracts on Human Factors in Computing Systems*, 2425–2428. doi: https://doi.org/10.1145/1979742.1979575

Dijck, J. van. (2013). *The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media*. Oxford University Press.

Feuer, J. (1983). The Concept of Live Television: Ontology as Ideology. In A. Kaplan (Ed.), Regarding Television: Critical Approaches – An Anthology. (pp. 12-21). Los Angeles: American Film Institute

Gibson, J.J. (1966). The senses considered as perceptual systems. Oxford, England: Houghton Mifflin.

Kline, S., Dyer-Witheford, N., & De Peuter, G. (2003). *Digital play: The interaction of technology, culture, and marketing*. McGill-Queen's Press-MQUP.

Latour, B. (1993). *We have never been modern*. London: Prentice Hall.

Latour, B. (2005). *Reassembling the social: An introduction to actor-network-theory*. Oxford university press.

Levine, E. (2008). Distinguishing television: the changing meanings of television liveness. *Media, Culture & Society* 30(3): 393–409. doi: 10.1177/0163443708088794

Light, B. (2016). The rise of speculative devices: Hooking up with the bots of Ashley Madison. *FirstMonday*, *21*(6). doi: https://doi.org/10.5210/fm.v21i6.6426 Opgehaald van http://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/6426

Light, B., Burgess, J., & Duguay, S. (2018). The walkthrough method: An approach to the study of apps. *New Media & Society*, *20*(3), 881–900. doi: https://doi.org/10.1177/1461444816675438

Norman, D. A. (1999). Affordance, conventions, and design. *Interactions*, *6*(3), 38–43. doi: https://doi.org/10.1145/301153.301168

Norman, D.A. (2002). *Affordances and Design*. Opgehaald op 27 februari 2019 als PDF, van https://www.researchgate.net/publication/265618710_Affordances_and_Design

Norman, D. A., & Ortony, A. (2003). Designers and users: Two perspectives on emotion and design. In *Symposium on foundations of interaction design* (pp. 1-13).

Norman, D. A. (2013). *The design of everyday things* (Revised and expanded edition). New York, NY: Basic Books.

Scannell, P. (2014). *Television and the Meaning of "Live": An Enquiry into the Human Situation*. John Wiley & Sons.

Silverstone, R. (2007). *Media and morality: On the rise of the Mediapolis*. Cambridge: Polity Press.

Van Es, K. (2017). Liveness redux: on media and their claim to be live. *Media, Culture, and Society*, *39*(8), 1245–1256. doi: https://doi.org/10.1177/0163443717717633

Van Es, Karin, & Keilbach, Judith. (2018). Keeping Up the Live: Recorded Television as Live Experience. *VIEW Journal*, *7*(13), 60–68. Doi: http://dx.doi.org/10.18146/22130969.2018.JETHC142

## 7.2 Secundair

Badenhausen, K. (2018). Facebook And World Surf League Announce Exclusive Partnership. Bezocht op 28 februari, 2019 https://www.forbes.com/sites/kurtbadenhausen/2018/01/24/facebook-and-world-surf-league-announce-exclusive-partnership/

Goldschmidt, S. (2017). Message from New WSL CEO. Bezocht op 28 februari, 2019,van http://www.worldsurfleague.com/posts/262984/message-from-new-wsl-ceo

Liyakasa, K. (24 april 2018). The World Surf League Catches A Data-Driven Wave. Opgehaald op 28 februari 2019, van https://adexchanger.com/advertiser/the-world-surf-league-catches-a-data-driven-wave/

Maddaus, G., (2018). Facebook Streaming Deal Comes as Pro Surfing Rides New Wave Technology. Opgehaald op 11 maart, 2019, van https://variety.com/2018/digital/news/facebook-world-surf-league-kelly-slater-wave-pool 1202681975/

World Surf League - About. (n.d.). Bezocht op 28 februari, 2019

http://www.worldsurfleague.com/pages/about

World Surf League - Apps op Google Play. (n.d.). Bezocht op 28 februari, 2019,

https://play.google.com/store/apps/details?id=com.wsl.android&hl=nl

World Surf Leauge - App. (n.d.). Bezocht op 28 februari 2019, http://www.worldsurfleague.com/app

World Surf League - FAQ. (n.d.). Bezocht op 28 februari, 2019,
http://www.worldsurfleague.com/pages/faq

World Surf League - Home. (n.d.). Bezocht op 28 februari, 2019, https://www.facebook.com/WSL/

World Surf League - Terms of Use. (28 mei 2018). Bezocht op 28 februari, 2019,

http://www.worldsurfleague.com/pages/terms-of-use

# Bijlage 1 – Analyse overzicht

| Pagina | Inrichting gebruikersinterface | Functies en kenmerken | Tekstuele inhoud en toon | Symbolische representatie | Liveness / Livification |
|---|---|---|---|---|---|
| **News** | De pagina bestaat uit een omhoog veegbare pagina van foto's die leiden naar artikelen en video's.<br>Rechts bovenin kan op de drie verticale punten gedrukt worden om te zoeken naar een specifiek artikel, een atleet of een video. | | De titels en korte beschrijvingen van de items zijn beschrijvend en functioneel.<br>Bij ieder item heeft de datum een erg prominente rol, doordat hij boven de titel vernoemd staat. | De gebruikte symbolen om aan te duiden of een item bestaat uit een video of een geschreven tekst, is neutraal maar functioneel.<br>Omdat de WSL-app altijd op deze pagina opent, krijg ik het idee dat dit de belangrijkste van alle pagina's is. | Er wordt op de *news* pagina nadruk gelegd op de datumvan publicatie. Dit geeft zorgt voor een gevoel van relevantie. |
| **Watch** | Bovenaan kunnen de meest recente video's opzij geveegd worden om steeds oudere items te zien. Deze items hebben dezelfde vorm als die op de News pagina.<br><br>Daaronder is de pagina ingedeeld per categorie, zoals evenementen, "editor's picks" en andere categorieën. | Naast de titel van iedere categorie staat een vierkante knop "SEE ALL". De knop leidt tot een overzicht van alle video items in die categorie.<br><br>Drie dingen vallen op bij het terugkijken van een wedstrijd:<br>1. Er kunnen geen screenshots gemaakt worden.<br>2. De resultaten in de tabel onder de video zijn vervaagd, met mogelijkheid tot zichtbaar maken.<br>3. Tussen de tabel en de video staat dik gedrukt hoe lang geleden het evenement is afgelopen. | De titels van video's en categorieën zijn descriptief.<br>De veegbare blokken die staan voor een item zijn dusdanig klein geworden, dat de titels er vaak niet meer op passen. Er staan ook geen data meer vermeld. | De recente video's lijken belangrijker doordat ze groter zijn en bovenaan de pagina staan. | Doordat op deze pagina de meest recente video's bovenaan geplaatst en extra groot zijn, wordt het idee gewekt dat het meest recente het meest belangrijk is.<br><br>Het terugkijken van events gaat gepaard met een vervaagd scorebord, waardoor de wedstrijd spannend is. Dit geeft een gevoel van erbij zijn. |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | | Wanneer ik halverwege het kijken van een video terugga naar een andere pagina in de app, blijft de video in een klein kader onderaan het scherm spelen. | | | |
| **Events** | Op deze pagina zijn alle wedstrijdschema's te vinden. Bovenin kan via een drop-down menu gekozen worden om de schema's voor mannen of vrouwen te zien. Een tweede drop-down menu geeft de keuze tussen de jaren 2008-2019.<br><br>Door opzij te vegen kunnen de planningen bekeken worden voor het kampioenschapsevent, de kwalificatie evenementen, de bigwave-, junior-, longboard-, specialteits-evenementen. | Wanneer op een evenement geklikt wordt, staat rechts bovenaan de pagina een bel. Dit is een knop die een menu opent, waarin gekozen kan worden voor welke evenementen notificaties moeten worden afgegeven door de app. In dit menu staat rechts bovenin weer de optie om de notificaties in te stellen. | De teksten zijn descriptief en functioneel. Er is geen sprake van een overdracht ideologie of een waardeoordeel door tekst. | Naast ieder evenement staat een symbool van een klok, een vinkje of een zandloper.<br>Het vinkje betekent dat het evenement voorbij is, de zandloper dat het evenement nu bezig is, en de klok betekent dat het evenement nog niet begonnen is. | De mogelijkheid om notificaties in te stellen voor alle verschillende evenementen van de WSL komt hier sterk naar voren. |
| **Rankings** | Op deze pagina zijn alle wedstrijduitslagen te vinden. Bovenin kan via een drop-down menu gekozen worden om de resultaten van de mannen of de vrouwen te zien. Een tweede drop-down menu geeft de keuze tussen de jaren 2009-2018.<br><br>Door opzij te vegen kunnen de puitslagen bekeken worden voor het kampioenschapsevent, de kwalificatie evenementen, de bigwave-, junior-, longboard-, specialteits-evenementen.<br><br>Te zien is hoeveel punten iedere deelnemer behaald heeft, hoeveel geld ze gewonnen hebben en waar ze vandaan komen. | Iedere foto in de ranglijst leidt de gebruiker naar de persoonlijke pagina van de surfer. | | Rechts naast de gegevens op de ranglijst staat een poppetje met een + ernaast. Hiermee kan de gebruiker de surfer volgen. En eventueel notificaties instellen. Dit gebeurt overigens automatisch. | Wanneer ik als gebruiker een surfer volg, worden automatische notificaties aangezet. Hierdoor krijg ik een bericht van de WSL-app dat mij erop attendeert dat een van de atleten die ik volg meedoet aan een wedstrijd die ik live via de app kan kijken. |

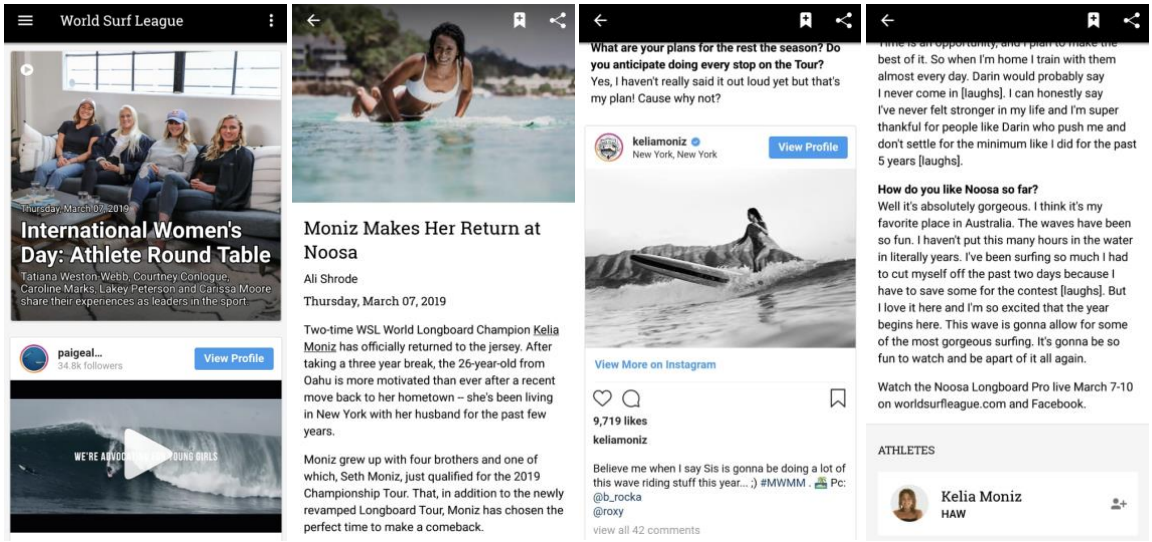
| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| **Fantasy** | | Om op deze pagina te komen moet de gebruiker ingelogd zijn. | | | Door een spelelement toe te voegen aan de WSL-app, worden de gebruikers gestimuleerd om op de hoogte te blijven van de gebeurtenissen in de WSL. Ik heb nooit met mijn vrienden meegedaan aan een Fantasy League, omdat ik vond dat ik niet genoeg op de hoogte was. Nu ik voor deze analyse de app voor het eerst goed gebruikt heb, ben ik meer op de hoogte van alles. Daarom wil ik nu wel meedoen. |
| **Notificaties** | Op deze pagina kunnen de notificaties worden ingesteld. Hierbij kan de gebruiker kiezen om een notificatie te krijgen voor evenementen, maar ook voor wanneer een atleet die hij volgt meedoet aan een wedstrijd. Om dit in te kunnen stellen moet de gebruiker wel ingelogd zijn (en dus een WSL-account hebben). | Wat opvalt is dat de mogelijkheid tot het instellen van notificaties redelijk beperkt is. De gebruiker kan niet kiezen om één of een paar evenementen te volgen. Het is alles of niets. Ook de keuzemogelijkheid tussen mannelijke en vrouwelijke wedstrijden is opvallend. | | | |

**Login procedure**

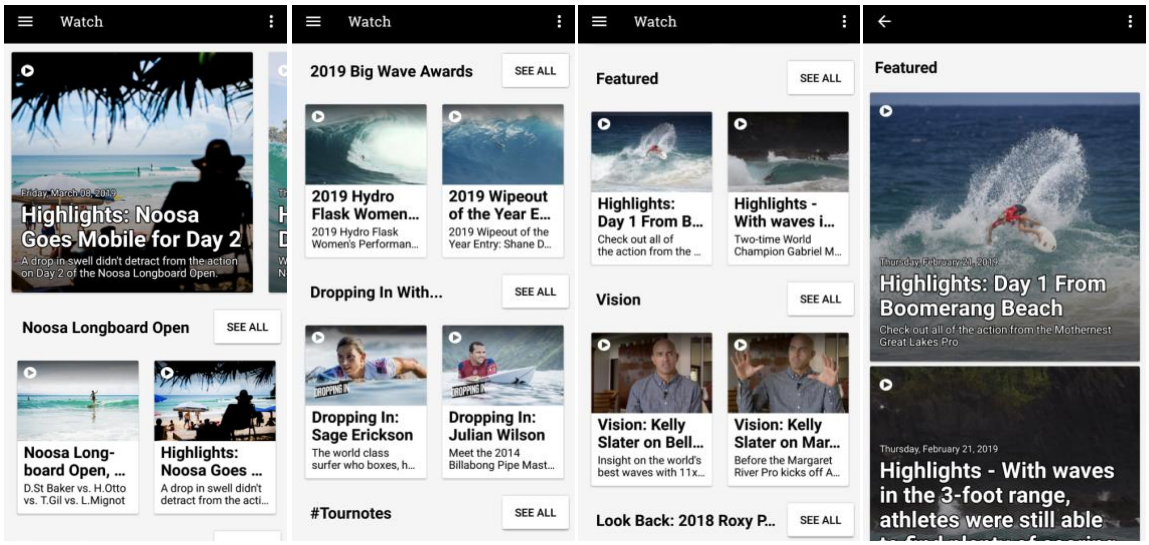
Om notificaties in te stellen, atleten te volgen en automatisch op de hoogte gehouden te worden van alle evenementen van de WSL vraagt de app je in te loggen. Inloggen kan op verschillende manieren: Via facebook, Google+, en door “ouderwets” je e-mailadres in te vullen. Omdat ik in dit soort situaties altijd kies voor inloggen via Facebook, doe ik dat nu ook. Wanneer ik op de Facebookknop druk, opent een menu van Facebook waarlangs ik automatisch mijn gegevens in laat vullen door mijn smartphone. Vervolgens kom ik weer terug op de “news” pagina, wat de algemene pagina is waar de WSL-app opent. Het enige dat veranderd is, is dat ik nu mijn emailadres boven aan het pop-up menu zie staan.

# Bijlage 2 – Overzicht pagina's WSL-app

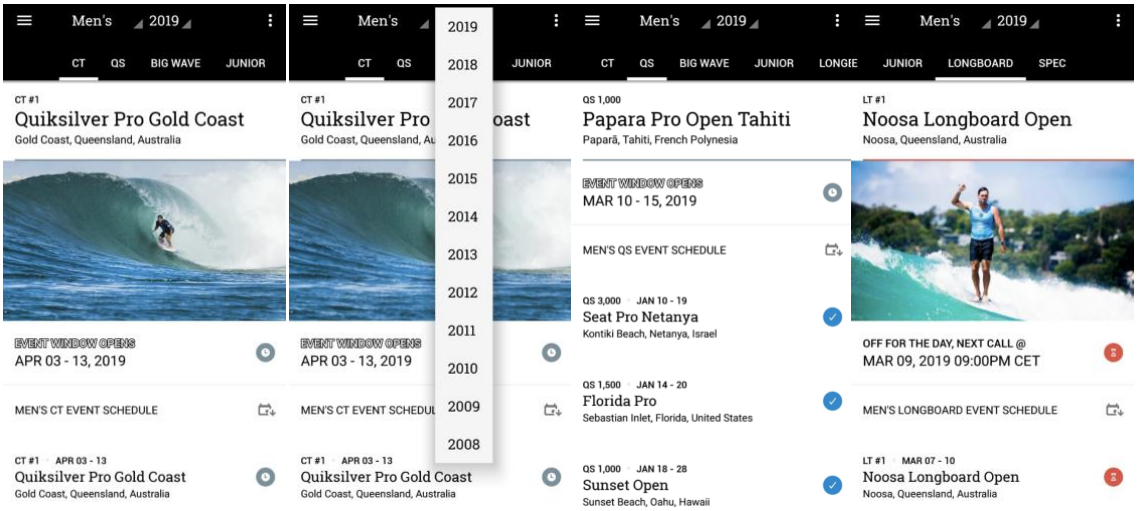
## News

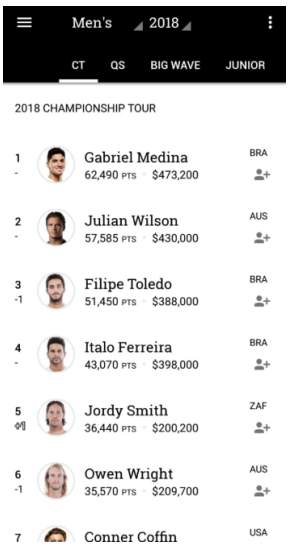



## Watch



# Events




# Rankings