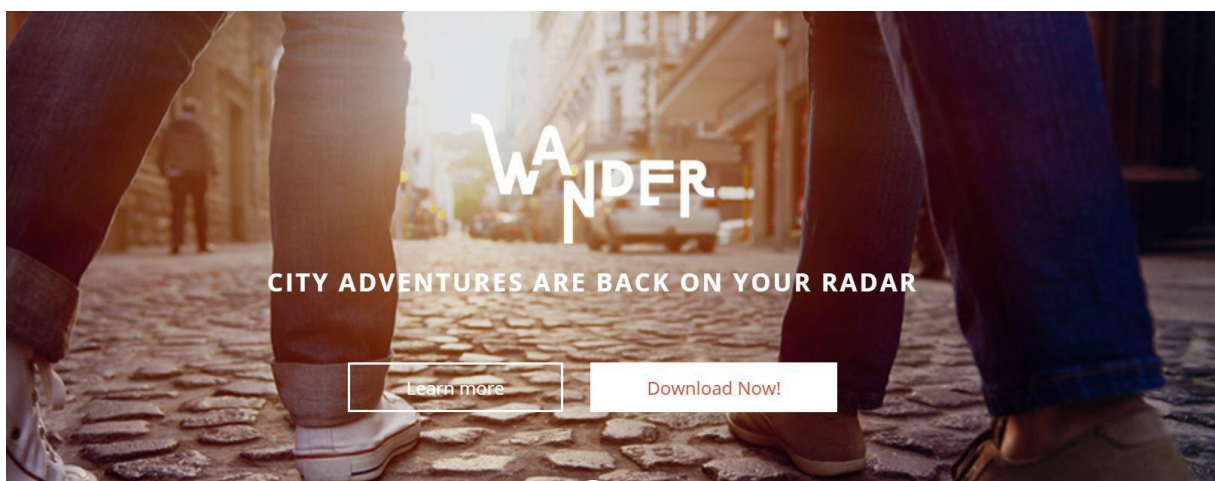


Gamifying Urban Walks: de Wander-app tussen vrij spel en gespeeld worden



Bachelor eindwerkstuk

Sasja Meijer

Studentnummer: 5625599

Nieuwe Media & Digitale Cultuur

Docent: Michiel de Lange

Datum: 24-01-2020

Abstract

Wander is een alternatieve navigatieapplicatie voor de stad Amsterdam. Waar gangbare navigatieapplicaties als Google Maps gebruikmaken van een sturende blauwe lijn maakt Wander gebruik van een kompas. Daarnaast kan de gebruiker tijdens het navigeren “hidden gems” ontgrendelen. Met dit alternatieve design proberen de ontwikkelaars twee problemen van gangbare navigatieapplicaties op te lossen. Allereerst het probleem dat toeristen een authentieke beleving van de stedelijke ruimte wordt onthouden. De sturende blauwe lijn van Google Maps zorgt ervoor dat gebruikers niet meer om zich heen hoeven te kijken. Ten tweede probeert Wander de toeristen van de drukke wegen af te leiden. Dit moet ervoor zorgen de toeristen beter over de stad gespreid worden. Enerzijds belooft de applicatie dus als instrument een autonome beleving van Amsterdam te stimuleren. Anderzijds wil Wander sturend zijn, en dus de autonomie inperken. Dit spanningsveld staat in dit onderzoek centraal. Ik verwoord deze spanning als het “spelen” tegenover het “bespeeld worden.”

In dit onderzoek zullen beide kanten van het spanningsveld in Wander worden belicht. Bestaande academische bronnen rondom location based mobile games (LBMG's) schieten hierin tekort. Daarom zal ik gebruikmaken van de gamificatietheorie. Deze theorie kent twee centrale benaderingen die corresponderen met de twee kanten van de spanning in Wander. Met behulp van de walkthrough-methode en de gamificatietheorie kunnen de twee kanten van dit spanningsveld worden belicht. De mechanismen die sturen en de mechanismen die de autonomie van de gebruikers stimuleren, bestaan naast elkaar in de applicatie. In het gebruik komen deze gamificatiemechanismen tegenover elkaar te staan. Deze spanning kan in hedendaagse termen worden begrepen als een ding om de gunst van agency.

Doordat Wander een applicatie is die zich afspeelt in de stedelijke ruimte wordt de spanning naar de fysieke ruimte getrokken. Hierdoor is de relatie met de fysieke ruimte in Wander anders dan in LBMG's. In de bestaande literatuur worden hybride ruimtes begrepen als de ruimtes die ontstaan wanneer digitale en fysieke ruimtes met elkaar vermengen. Uit dit onderzoek naar Wander blijkt dat er niet alleen een vermenging plaatsvindt van het digitale en het fysieke, maar dat deze ruimtes ook bestaan uit de combinatie van digitaal gemedieerde autonomie en structurerende mechanismen.

Inhoud

Inleiding	1
Relevantie	3
1. Theoretisch kader	4
1.1. Gamificatie	4
1.1.1. Sturende gamificatiemechanismen	4
1.1.2. Gamificatiemechanismen als instrument voor autonomie en empowerment	6
1.2. Gamificatiemechanismen en hedendaagse discussies	7
1.3. De hybride ruimte	8
2. Methode	9
3. Analyse	10
3.1. The environment of expected use	10
3.2. Het design voorafgaand aan de wandeling	12
3.3. Het design tijdens het “Wanderen” in Amsterdam	16
3.4. De spanning in Wander tussen spelen en bespeeld worden.	17
3.5. De spanning in Wander met betrekking tot de hybride ruimte.	18
4. Conclusie	20
Literatuurlijst	21

Inleiding

Volgens de entrepreneurs Kim van de Leeuw, Peter van Meir en Joris de Leeuw schieten gangbare navigatie-applicaties tekort.¹ Zij stellen dat de typerende blauwe lijn van Google Maps twee nadelige gevolgen met zich meebrengt. Ten eerste zorgt de sturende blauwe lijn voor overvolle gebieden in Amsterdam. Dit komt doordat toeristen grotendeels over dezelfde routes worden gestuurd. Ten tweede zorgt de blauwe lijn voor een homogenisering van de toeristische ervaring. De ontwikkelaars stellen dat toeristen aan hun telefoon zijn gekluisterd en onttrokken worden aan een authentieke beleving van een “mysterieuze” stad als Amsterdam. Dit was voor deze entrepreneurs de aanleiding om *Wander* te ontwikkelen, een nieuw soort navigatie-applicatie waarbij de gebruikers zelf een route moeten bepalen.² In plaats van een uitgestippelde route krijgen de gebruikers van *Wander* een kompas, waarbij zij tijdens het navigeren authentieke locaties kunnen ontgrendelen.³ De ontwikkelaars pretenderen op de website van *Wander* dat toeristen aan de hand van de app een diepgaande beleving van Amsterdam krijgen. Dat is een beleving waarbij de gebruiker niet continu zit vastgeplakt aan zijn beeldscherm, maar waar deze weer oog heeft voor de stedelijke ruimte. Verder pretenderen de ontwikkelaars dat *Wander* de toeristen beter over de stad verspreidt.⁴ Samenvattend belooft *Wander* enerzijds dat het als instrument kan worden gebruikt om zelf keuzes te maken en dat daardoor een autonome en speelse ervaring van Amsterdam mogelijk wordt gemaakt. Anderzijds wil *Wander* sturend zijn en de toeristen van de drukke paden af dirigeren, om zo de druk van de routes tussen de trekpleisters af te halen. Deze beloftes van *Wander* zijn ogenschijnlijk met elkaar in tegenspraak. De spanning tussen het versterken van het gevoel van autonomie en het controlerende staat centraal in dit onderzoek. Ik verwoord deze spanning als het “spelen” tegenover het “bespeeld worden.”

Om deze spanning te onderzoeken zal ik gebruik maken van het in game-studies populaire concept *gamificatie*. In *Rethinking Gamification* omschrijven Mathias Fuchs et al. twee dominante benaderingen voor gamificatie.⁵ Ik maak gebruik van beide benaderingen, die corresponderen met de twee kanten van de hierboven geschetste spanning in *Wander*. Aan de ene kant wordt gamificatie gebruikt door ondernemers en marketinggoeroes.⁶ Zij benaderen gamificatie als middel om consumenten te overtuigen. Zo stelt Gabe Zichermann: “Gamification allows marketers to focus on what they know best -- convincing consumers to

¹ Kim van der Leeuw, Peter van Meir, and Joris de Leeuw, “Wander,” 2019, <http://www.go-wander.com/about-wander.html>.

² Idem.

³ Idem.

⁴ Idem.

⁵ Mathias Fuchs et al., *Rethinking Gamification*, ed. Niklas Fuchs, Mathias Fizek, Sonia Ruffino, Paolo Schrape (Lüneburg, Germany: Hybrid Publishing Lab, 2014), 7-8.

⁶ Fuchs et al, *Rethinking Gamification*, 7.

take loyalty and purchasing actions -- using a powerful toolkit of engagement gleaned from games.”⁷ Deze capaciteit van gamificatie om de gebruiker bepaalde keuzes te laten maken zal worden gebruikt om de sturende of “bespelende” kant van de spanning te belichten. Aan de andere kant wordt gamificatie begrepen vanuit een traditie van *play*.⁸ Dit is een breed concept dat op vele manieren wordt gedefinieerd en geïnterpreteerd.⁹ In dit onderzoek zal gebruik worden gemaakt van de beleving van *deep play*.¹⁰ Dit is een beleving waarbij het individu lichamelijk en geestelijk totaal betrokken is bij een activiteit.¹¹ In deze beleving is het van belang dat de persoon zelf controle houdt over de situatie. Hierdoor wordt een beleving van autonomie en vrijheid gestimuleerd. Deze tweede benadering van gamificatie zal worden gebruikt om de autonome of spelende kant van Wander te belichten.

Aan de hand van de zogenaamde *Walkthrough* methode van Ben Light et al. zal ik analyseren hoe Wander, als voorbeeld van een gegamificeerde navigatie-applicatie, aan deze spanning vormgeeft. Vervolgens zal ik onderzoeken hoe deze spanning aanzet tot een herconceptualisering van de notie *hybride ruimte*. Hieruit formuleer ik de hoofdvraag: *Op welke manier komt de spanning tussen spelen en bespeeld worden tot uiting in de navigatie-app Wander en hoe zet dit aan tot een herconceptualisering van hybride stedelijke ruimte?*

Om deze centrale vraag te beantwoorden maak ik gebruik van twee deelvragen. Met de eerste deelvraag onderzoek ik de centrale spanning tussen het spelen en het bespeeld worden. Ik doe dit met name op het niveau van design. Hieruit volgt: *Hoe maakt Wander gebruik van gamificatiemechanismen die enerzijds sturen, en anderzijds play stimuleren?*

Door deze spanning te onderzoeken poog ik bij te dragen aan het onderzoeksveld rond *location based mobile games* (LBMG's). Deze applicaties worden vaak in verband gebracht met *hybride ruimtes*.¹² Wander onderscheidt zich van andere LBMG's door middel van de spanning. Hierdoor is de relatie met de fysieke ruimte anders dan in het geval van LBMG's. Hierdoor kan de notie van hybride ruimte op een nieuwe manier worden benaderd. Hieruit volgt de tweede deelvraag: *In hoeverre draagt de spanning van het spelen tegenover het gespeeld worden bij aan een nieuw opvatting van 'hybride ruimte'?*

⁷ Gabe Zichermann, “The Purpose of Gamification,” *Radar*, April 2011, <http://radar.oreilly.com/2011/04/gamification-purpose-marketing.html>.

⁸ Fuchs et al., *Rethinking Gamification*, 8.

⁹ Adriana de Souza e Silva and Larissa Hjorth, “Playful Urban Spaces,” 2009, 605.

¹⁰ Mihaly Csikszentmihalyi and John Macaloon, “Deep Play and The Flow Experience in Rock Climbing,” 1973, 361–84.

¹¹ Csik' and Macaloon, “Deep Play,” 382.

¹² Adriana de Souza e Silva, “From Cyber to Hybrid Mobile Technologies as Interfaces of Hybrid Spaces,” *Space and Culture*, 2006, <https://doi.org/10.1177/1206331206289022>.

Relevantie

In 2016 bracht Niantic de LBMG *Pokémon Go* uit.¹³ Deze applicatie kende vlak na de lancering een immense populariteit. Hoewel de rage geleidelijk afnam, heeft *Pokémon Go* het afgelopen jaar de grens van één miljard downloads overschreden.¹⁴ Om de game te kunnen spelen moeten spelers de deur uit. Hierdoor verandert ons gebruik en onze perceptie van de stedelijke ruimte.¹⁵

In 2006 en 2009 schreef mediawetenschapper Adriana de Souza e Silva al verschillende artikelen met betrekking tot LBMG's.¹⁶ Zij onderzoekt hoe deze onze perceptie en het gebruik van de stedelijke ruimte transformeren. Hiervoor maakt zij gebruik van traditionele concepten over de stedelijke ruimte. Zo gebruikt zij de *dérive* van Situationist Guy Debord.¹⁷ De *dérive* dateert uit 1956, en deze houdt in dat iemand een speelse houding aanneemt tegenover de ruimte van de stad. Aan de hand van deze klassieke theorieën bekijkt de Souza e Silva LBMG's.

Met dit onderzoek naar *Wander* wordt er aansluiting gezocht bij het onderzoeksveld geïntroduceerd door de Souza e Silva. Bovendien tracht ik dit veld aan te vullen. Allereerst doe ik dit door *Wander* als casus te nemen. Deze applicatie wijkt af van andere LBMG's. *Wander* is immers geen game, maar een gegamificeerde navigatie-applicatie. De spanning die in *Wander* komt bovendrijven vraagt om een theoretische reflectie. Ik lever deze aan de hand van gamificatie. Deze theorie laat zien hoe het design enerzijds autonomie stimuleert, maar anderzijds de gebruiker probeert te controleren. Door de bemiddelende rol van design te belichten wordt *Wander* vanuit een hedendaags perspectief geanalyseerd.¹⁸ Door de komst van onlineplatformen is de bemiddelende rol van het design van platformen vol in de aandacht gekomen. Zo schrijven José van Dijck, Thomas Poell en Martijn de Waal in *De platformsamenleving* over de onderliggende politieke economische structuren die bepalend zijn voor het construeren van design.¹⁹

¹³ Francesca Perry, "Urban Gamification: Can Pokémon Go Transform Our Public Spaces," 2016, <https://www.theguardian.com/cities/2016/jul/22/urban-gamification-pokemon-go-transform-public-spaces>.

¹⁴ Jon Fingas, "'Pokémon Go' Has Racked up 1 Billion Downloads," *Engadget*, 2019, https://www.engadget.com/2019/07/31/pokemon-go-1-billion-downloads/?guccounter=1&guce_referrer=aHR0cHM6Ly93d3cuZ29vZ2xlLmNvbS8&guce_referrer_sig=AQAAABs0B7QJOWYyLQvQcJlIvpcokogg1qtVWB5H22auzMsioYLhrdnevoXacEi7E4nMPzOSoitgy3aJuNojnFil2Mya8GHZ6Hd2_i8HYXuXkM8jhJx0NJ-qPHerbr8zWDX91Gao5OD4moqIhoagtgRajOnpgMHCXsVFHQOoiGn.

¹⁵ de Souza e Silva and Hjorth, "Playful Urban Spaces, 602-25."

¹⁶ Adriana de Souza e Silva, "Hybrid Reality and Location-Based Gaming : Redefining Mobility and Game Spaces in Urban Environments," *Simulation & Gaming* 40, no. 3 (2009): 404–24.

¹⁷ de Souza e Silva and Hjorth, "Playful Urban Spaces," 602-15.

¹⁸ José Van Dijck, Thoma Poel, and Martijn De Waal, *De Platformsamenleving*, First edit (Amsterdam: Amsterdam University Press, 2016).

¹⁹ Idem.

De hybride ruimtes die LBMG's creëren verschillen van de hybride ruimte die door Wander wordt gecreëerd. De reden hiervoor is de geanalyseerde spanning die kenmerkend is voor Wander. Door het design als bemiddelende factor te bestempelen wordt een herconceptualisering van de hybride ruimte mogelijk.

1. Theoretisch kader

In dit hoofdstuk wordt het theoretisch kader uiteengezet. In de eerste paragraaf wordt gamificatie toegelicht. Hiervoor maak ik gebruik van twee subparagrafen. In de eerste subparagraaf wordt de sturende kant van gamificatie besproken. Vervolgens wordt in de tweede subparagraaf de autonome kant van gamificatie behandeld. In de tweede paragraaf worden gamificatiemechanismen verbonden aan actuele discussies rondom design en handelingsvermogen. Ten slotte zal in de derde en laatste paragraaf de notie van hybride ruimtes worden besproken.

1.1. Gamificatie

In *Gamification: Toward a Definition of Gamification* definiëren Deterding et al. gamificatie als het gebruik van gamedesign-elementen in een non-game context.²⁰ We zien dit terug bij de navigatie-applicatie Wander, waarin spelelementen aan de navigeerfunctie zijn toegevoegd. Hoe gamificatie precies begrepen moet worden is nog onderwerp van discussie. In het boek *Rethinking Gamification*, geschreven door Fuchs et al. formuleren de auteurs de twee voornaamste benaderingen van gamificatie.²¹ In de komende twee sub-paragrafen zullen beide benaderingen worden uiteengezet.

1.1.1. Sturende gamificatiemechanismen

Zoals eerder gezegd wordt aan de ene kant gamificatie gebruikt door ondernemers en marketinggoeroes.²² Ondernemer en auteur Gabe Zichermann is een prominent figuur in deze benadering. In 2011 schreef hij het boek *Gamification by Design: Implementing Game Mechanics in Web and Mobile Apps*.²³ Hierin definieert Zichermann gamificatie als: "The process of game-thinking and game mechanics to engage users and solve problems."²⁴ Zichermann meent dat

²⁰ Lennart. Deterding, Sebastian. Dixon, Dan. Khaled, Rilla. Nacke, "From Game Design Elements to Gamefulness: Defining 'Gamification,'" *N Engl J Med* 20363, no. 11 (2011): 9, <https://doi.org/10.1145/2181037.2181040>.

²¹ Fuchs et al, *Rethinking Gamification*, 7-8.

²² Fuchs et al, *Rethinking Gamification*, 7.

²³ Christopher. Zichermann, Gabe. Cunningham, *Gamification by Design*, ed. Mary Treseler, First (Sebastopol: O'Reilly Media, Inc., 2011).

²⁴ Zichermann and Cunningham, *Gamification by Design*, xiv.

gamificatiemechanismen gebruikt kunnen worden om problemen te overwinnen. Met dit idee valt hij in een brede groep van wetenschappers die een positieve opvatting hebben over gamificatie.²⁵ Zichermann geeft in zijn boek zeven concrete gamificatiemechanismen die geïmplementeerd kunnen worden in het design van applicaties. Niet alle mechanismen van Zichermann zijn op *Wander* van toepassing. *Wander* is immers geen game, maar een applicatie die aspecten bevat van een game. In mijn analyse maak ik gebruik van twee mechanismen die Zichermann geeft. Deze mechanismen zijn relevant, omdat *Wander* hier een beroep op doet. De mechanismen waar ik gebruik van maak zijn *badges* en de *social engagement loop*. Badges zijn visuele logo's die een signalerende werking hebben.²⁶ Een belangrijke motivatie om deze te sparen is de eigen prestaties te delen met anderen, maar er zijn meer motivaties om badges te sparen.²⁷ Voorbeelden hiervan zijn de esthetische kwaliteiten, of louter vanwege de mogelijkheid om ze te kunnen sparen. Badges zijn daardoor belangrijke impulsen om een handeling te verrichten. Het tweede mechanisme bestaat uit de *social engagement loops*. Deze bestaan uit vier stadia: (i) de motivatie om een applicatie te gebruiken, (ii) het opnieuw betrokken raken, waarbij men verleid wordt om bij de applicatie terug te komen, (iii) de gebruiker activeren om mee te doen (iv) zichtbare vooruitgang door waardering of beloning voor de participatie van de gebruiker. Bij de social engagement loop staat centraal dat gebruikers worden verleid om terug te komen bij de applicatie. Aanwijzingen van social engagement loops in *Wander* kunnen laten zien dat geprobeerd wordt gebruikers te verleiden de applicatie opnieuw te gebruiken.

Mediawetenschapper Ian Bogost uit kritiek op deze "positieve" benadering van Zichermann.²⁸ Bogost noemt Zichermann zelfs "the gamification movements Dark Lord".²⁹ Bogost stelt dat de gamificatie waar Zichermann vanuit gaat, niets te maken heeft met gamificatie, maar alles met het misleiden van consumenten. Zo spreekt Ian Bogost van "exploitationware."³⁰ De gamificatiemechanismen die Zichermann omschrijft worden uitsluitend toegevoegd om de gebruikersparticipatie te stimuleren. Ik deel de argumentatie van Bogost. Dit betekent dat badges en engagement loops die Zichermann omschrijft, begrepen kunnen worden als sturende gamificatiemechanismen. Deze benadering van gamificatie kan de sturende kant van de spanning in *Wander* laten zien.

²⁵ Heather Chaplin, "I Don't Want to Be a Superhero," *Slate*, 2011, <https://slate.com/technology/2011/03/gamification-ditching-reality-for-a-game-isn-t-as-fun-as-it-sounds.html>.

²⁶ Zichermann and Cunningham, *Gamification by Design*, 55-63.

²⁷ Idem.

²⁸ Ian Bogost, "WHY GAMIFICATION IS BULLSHIT," in *Gameful World: Approaches, Issues, Applications*, ed. Sebastian. P. Walz, Steffen. Deterding (MIT Press, 2015), 65-77.

²⁹ Ian Bogost, "Persuasive Games: Exploitationware," *Gamasutra*, 2011, 4, https://www.gamasutra.com/view/feature/134735/persuasive_games_exploitationware.php?page=2.

³⁰ Idem.

1.1.2. Gamificatiemechanismen als instrument voor autonomie en empowerment

De ontwikkelaars van Wander vinden de blauwe lijn van gebruikelijke navigatie-applicaties problematisch. Zoals eerder in de inleiding benoemd, heeft de blauwe lijn die de gebruiker van A naar B stuurt een nadelig gevolg voor de ervaring. Toeristen worden onttrokken aan een individuele en diepgaande ervaring met de stad. Dit komt omdat toeristen te veel bij de hand worden genomen, waardoor zij vergeten om zich heen te kijken.³¹ In plaats van een unieke ervaring van de stad Amsterdam, krijgen toeristen steeds meer een eenvormige beleving. Met Wander proberen de ontwikkelaars de focus weer naar de ervaring van de stad te verplaatsen.

Deze vrije kant, waarbij het subject centraal staat, kan eveneens worden belicht aan de hand van gamificatie. In *Rethinking Gamification* omschrijven Schrape et al. deze benadering van gamificatie als: "A general process in which games and playful experiences are understood as essential components of society and culture."³² Deze opvatting van gamificatie laat zien dat het kan worden geïnterpreteerd vanuit de traditie van play. In het artikel *Deep Play and the Flow Experience in Rock Climbing* beschrijven John Macaloon en Mihaly Csikszentmihalyi de ervaring van *deep play*. Ik zal in dit onderzoek gebruikmaken van de omschrijving van play die zij geven. In het artikel beschrijven de auteurs de ervaring van deep play aan de hand van bergbeklimmen. De aantrekkingskracht van deze sport komt niet voort uit een tastbare beloning, maar uit de interne gevoelens die de klimmers ervaren.³³ Tijdens het bergbeklimmen kan iemand in de staat van deep play raken, hierbij zondert het subject zich af van de dagelijkse werkelijkheid en is hij uitsluitend bezig met de beleving van zichzelf en zijn omgeving. Macaloon en Csik' noemen verschillende prikkels die deep play kunnen aanwakkeren. Een hiervan is het gevoel van competentie en controle. De klimmers komen in een staat van deep play, omdat ze zelf controle hebben over de situatie; dit stimuleert het gevoel van *empowerment* en autonomie.³⁴

Csik' en Macaloon hebben bergbeklimmers gevraagd de activiteit te beschrijven: "We know that climbers, when they describe what they do, note 'exploring a strange place' as the closest experience to climbing, followed by 'designing or discovering something new'."³⁵ Deze omschrijving is relevant, omdat bergbeklimmers de activiteit beschrijven als het ontdekken en exploreren van nieuwe ruimtes. Het is dus tijdens deze activiteit dat iemand controle kan krijgen, waardoor autonomie en

³¹ Leeuw, Meir, and Leeuw, "Wander."

³² Fuchs et al., *Rethinking Gamification*, 7.

³³ Csikszentmihalyi and Macaloon, "Deep Play and The Flow Experience in Rock Climbing," 382.

³⁴ Natalie Canning and Natalie Canning, "Children's Empowerment in Play Children," in *European Early Childhood Education Research Journal*, 15:2, (2007), 227-236, <https://doi.org/10.1080/13502930701320966>, 235.

³⁵ Csikszentmihalyi and Macaloon, "Deep Play and The Flow Experience in Rock Climbing," 364.

empowerment tot stand komen. Bij bergbeklimmers gebeurt dit tijdens de interactie met de ruimte van de berg of natuur. Iets vergelijkbaars gebeurt bij Wander in de interactie met de ruimte van Amsterdam. In het artikel *Study in Play, Pleasure and Interaction Design* geven Costello en Edmonds dertien categorieën van voldoening die interactiedesign teweeg kunnen brengen.³⁶ Twee van de categorieën waarop design kan sturen zijn die van *exploratie* en *ontdekking*. Dit zijn geen concrete mechanismen zoals Zichermann die geeft. Toch doen Costello en Edmonds een poging om te beschrijven hoe interfaces deze interactie kunnen stimuleren. Bij *exploratie* draait het om het onderzoeken van een situatie.³⁷ Aangezien het systeem interactief is zullen er onbekende situaties ontstaan, waardoor de gebruiker wordt gedwongen op onderzoek te gaan. Deze kwaliteit is sterk verbonden met *ontdekking*, oftewel hoe het design het mogelijk maakt om ontdekkingen te doen. Door te onderzoeken hoe het design van Wander ontdekking en exploratie stimuleert, kan er beschreven worden hoe empowerment tot stand komt. Het is namelijk in de vrijheid van exploratie en ontdekking dat iemand de ruimte krijgt om zelf keuzes te maken. Tegenover het exploitatieve element van gamificatie als het ‘bespeeld’ worden, kun je ook aspecten van exploratie, agency en empowerment herkennen. Deze uit zich in de gamificatie van het alledaagse stedelijke leven via apps zoals Wander.

1.2. Gamificatiemechanismen en hedendaagse discussies

In de afgelopen jaren is er steeds meer aandacht gekomen voor de bemiddelende rol van de interface van online platformen. In 2016 schreven José van Dijck, Thomas Poell en Martijn de Waal het boek *De platformsamenleving*. Op het omslag van het boek staat het centrale thema in het boek omschreven: “Wat vaak onderbelicht blijft, is de ‘sturende’ rol die online platformen spelen in de organisatie van het maatschappelijk verkeer. Hun interfaces met like-knoppen, reputatiesystemen en algoritmes, waarmee ze vraag en aanbod aan elkaar koppelen, geven sterk richting aan de samenleving.”³⁸ In het boek geven Van Dijck et al. drie platformmechanismen (*dataficatie*, *commodificatie* en *selectie*).³⁹ Deze mechanismen brengen de belofte met zich mee dat gebruikers steeds meer het heft in eigen hand kunnen nemen.⁴⁰ Van Dijck et al. benadrukken dat de sturende kant van deze mechanismen vaak worden onderbelicht.

³⁶ Brigid Mary Costello and Ernest A Edmonds, “A Study in Play , Pleasure and Interaction Design A Study in Play , Pleasure and Interaction Design,” no. May 2014 (2007), 76-91 <https://doi.org/10.1145/1314161.1314168>.

³⁷ Idem.

³⁸ Dijck, Poel, and De Waal, *De Platformsamenleving*.

³⁹ Dijck, Poel, and De Waal, *De Platformsamenleving*, 38.

⁴⁰ Anne. Bucher, Taina. Helmond, “The Affordances of Social Media Platforms,” in *The SAGE Handbook of Social Media*, ed. T. Burgess, J. Marwick, A. Poell (Amsterdam: Sage Publications, 2016), 6, <https://dare.uva.nl/search?identifier=14a9a9089-49a4-454c-b935-a6ea7f2d8986>.

De centrale spanning waarvan sprake is in Wander kan dus gedeeltelijk worden teruggevonden in het actuele onderzoeksveld rond onlineplatformen.⁴¹ Onlineplatformen (bijvoorbeeld Instagram en Youtube) en hun mechanismen worden regelmatig in verband gebracht met de strijd om macht tussen gebruiker en technologie, ook wel de strijd om handelingsvermogen of *agency*. Onlineplatformen bieden de gebruikers veel nieuwe mogelijkheden, en verrijken de vrijheid van het individu. Tegelijkertijd kan de ontwikkelaar van onlineplatformen het gebruik sturen door middel van de vormgeving van het platform. Dit onderzoek toont aan dat de actuele discussie rondom *agency* en onlineplatformen ook op Wander kan worden betrokken. Wander probeert ook de *agency* van de gebruiker te stimuleren door als instrument van *play* te fungeren. Tegelijkertijd wil Wander de *agency* beperken. Bij onlineplatformen gaat de discussie om *agency* niet alleen over de macht van het design. Maar bijvoorbeeld ook over wie de *agency* heeft over de data. In dit onderzoek ligt de focus op de bemiddelende rol van design en hoe deze *agency* kan stimuleren en beperken.

1.3. De hybride ruimte

LBMG's staan nauw in verband met de *hybride ruimtes*.⁴² Deze ruimtes werden mogelijk toen het internet draagbaar werd. Voorafgaand aan de mobiele telefoons hadden we slechts toegang tot het internet via computers. Deze bevonden zich thuis, in de privésfeer, afgezonderd van de publieke ruimte. Mobiele telefoons met toegang tot het internet hebben dit veranderd.⁴³ Het gevolg hiervan is dat fysieke en digitale ruimtes zich steeds meer met elkaar zijn gaan vermengen.⁴⁴ Dit principe dat fysieke en digitale ruimte steeds meer met elkaar vermengen, staat aan de basis van de hybride ruimtes.⁴⁵

In dit onderzoek wordt gekeken hoe het design van Wander deze hybride ruimte faciliteert. De Souza e Silva beargumenteert dat LBMG's de perceptie en het gebruik van de stedelijke ruimte transformeren naar een van *play*.⁴⁶ Ik zal echter beargumenteren dat de spanning in Wander het mogelijk maakt om een kanttekening te plaatsen bij deze bevinding. Vervolgens zal ik de notie van hybride ruimtes herconceptualiseren. Hiervoor zal ik gebruik maken van de bevindingen in de analyse, en de bevindingen rondom online platformen. Deze maken het mogelijk om een nieuw inzicht te

⁴¹ Bucher and Helmond, "The Affordances of Social Media Platforms," 1-41.

⁴² de Souza e Silva, "From Cyber to Hybrid Mobile Technologies as Interfaces of Hybrid Spaces."

⁴³ Jorinde Seijdel, "Hybride Ruimte," *Open* 11, no. Hybride ruimte (2006): 4-5.

⁴⁴ Eric Kluitenberg, "Netwerk van Golven: Leven En Handelen in Een Hybride Ruimte," *Open* 11 (2006): 10.

⁴⁵ de Souza e Silva, "From Cyber to Hybrid Mobile Technologies as Interfaces of Hybrid Spaces. 261-278"

⁴⁶ de Souza e Silva, "Hybrid Reality and Location-Based Gaming : Redefining Mobility and Game Spaces in Urban Environments," 269.

geven rondom hybride ruimtes. Een waarbij aandacht wordt gegeven aan de bemiddelende factor van design en de mechanismen die bepalend zijn voor het gebruik van de applicatie.

2. Methode

In dit onderzoek zal gebruik worden gemaakt van de walkthrough-methode zoals voorgesteld door Ben Light, Jean Burgess en Stefanie Duguay.⁴⁷ In het artikel *The Walkthrough Method: An Approach to the Study of Apps* geven Light et al. concrete handvatten om het gebruiksproces van applicaties te analyseren. Deze methode bestaat uit twee onderdelen. In de komende twee alinea's worden deze onderdelen uiteengezet.

Het eerste deel noemen Light et al. *the environment of expected use*. Dit deel van de walkthrough heeft aandacht voor de context die met de applicatie meekomt.⁴⁸ Hierdoor kan het gewenste gebruik in kaart worden gebracht.⁴⁹ Allereerst doe ik dit door de *visie* te onderzoeken. Light et al. stellen: "An app's vision tells user what it is supposed to do and by extension, implies how it can be used and by whom."⁵⁰ Dit is dus belangrijk, omdat het al een gebruik suggereert. Als tweede element wordt *operating model* genoemd, dit zijn de businessstrategieën en inkomstenbronnen.⁵¹ Het operatiemodel heeft dus aandacht voor de onderliggende politieke en economische belangen. Om de visie en het operatiemodel te analyseren, kijk ik hoe de applicatie wordt gepresenteerd op de website en in de app-store. De ontwikkelaars creëren met behulp van logo's en tekst een bepaalde sfeer. De tendens die zij hiermee ontwikkelen drukt zich uit in het design.

Het tweede deel van de walkthrough heeft betrekking op het design van de applicatie. Dit onderdeel van de walkthrough is afgeleid uit de Actor-Network-Theory (ANT). Deze theorie beschouwt non-human actors ook als actoren met handelingsvermogen.⁵² Oftewel, design kan als bemiddelende factor worden beschouwt in het gebruik: "An app's technical and cultural influences are conveyed through mediator characteristics."⁵³ Light et al. noemen hier de *mediatoren* als technologische bemiddelaars, In dit onderzoek definieer ik deze als gamificatiemechanismen. Samenvattend kan gezegd worden dat ik zal letten op *social engagement loops* en *badges* en anderzijds op en *exploratie en ontdekking*. Om deze stap van het gebruiksproces te kunnen interpreteren, moet ik gebruikmaken

⁴⁷ Ben Light, Jean Burgess, and Stefanie Duguay, "The Walkthrough Method: An Approach to the Study of Apps," *New Media and Society* 20, no. 3 (2018): 881–900, <https://doi.org/10.1177/1461444816675438>.

⁴⁸ Light, Burgess, and Duguay, 888.

⁴⁹ Light, Burgess, and Duguay, 889.

⁵⁰ Idem.

⁵¹ Idem.

⁵² Bucher, Taina. Helmond, "The Affordances of Social Media Platforms," 16.

⁵³ Bucher, Taina. Helmond, "The Affordances of Social Media Platforms," 16.

van de applicatie. Zodoende zal ik in Amsterdam navigeren van het Frederiksplein naar de Dam. Er is voor deze route gekozen, omdat ik hiermee dwars door het centrum van Amsterdam navigeer. De vraag is dan of Wander mij over de “gebruikelijke” wegen zoals het Rokin stuurt, of dat Wander mij daarvan probeert weg te houden. Om dit proces te documenteren maak ik gebruik van screenshots.⁵⁴

3. Analyse

De structuur in dit hoofdstuk is gebaseerd op de walkthrough-methode en de geformuleerde deelvragen. In de eerste drie paragrafen zal de spanning tussen “spelen” en “bespelen” worden uitgelicht. Deze paragrafen behandelen allemaal een verschillende schakel in het gebruiksproces. Vervolgens wordt in de vierde paragraaf de spanning in Wander expliciet uiteengezet, daaropvolgend wordt geanalyseerd hoe de spanning in Wander zich verhoudt ten opzichte van agency. Ten slotte zal in de vijfde en laatste paragraaf worden onderzocht hoe de centrale spanning in Wander een update van hybride ruimtes mogelijk maakt.

3.1. The environment of expected use

De eerste dimensie in het gebruiksproces is de context waarin Wander in wordt gepositioneerd. Hoe Wander wordt gepresenteerd, laat zien welk gebruik de app-ontwikkelaars verwachten en ambiëren.⁵⁵ Dit deel van de analyse belicht de onderliggende motieven die voorafgaan aan het design, en dus aan de spanning.

Om te achterhalen wat voor gebruik de ontwikkelaars ambiëren, raadpleeg ik de website en publieke statements. De ontwikkelaars van Wander maken gebruik van de domeinnaam <http://www.go-wander.com/> om Wander te presenteren. De ontwikkelaars presenteren Wander op hun website als volgt:

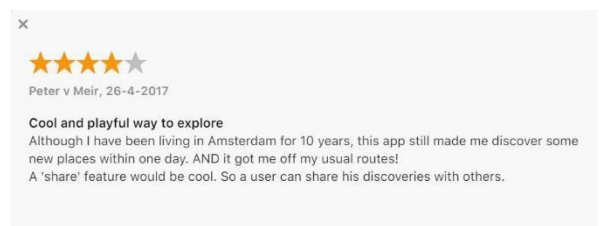
*“Everybody likes a good story. But where to find one?
Evolving from following the stars to the apps on your phone today, navigation is of all ages. But be honest, how often do you catch yourself looking at your screen instead of experiencing what’s around you? Staring at a map while missing the potential love of your life sitting at that corner café you just unknowingly walked by...The best stories are those that happen by chance, turning left where the crowds go right. We let you discover the hidden depths of a strange city or a new route to your favourite café. Never feel lost. Let’s go exploring.”⁵⁶*

⁵⁴ Light, Burgess, and Duguay, 891.

⁵⁶ Leeuw, Meir, and Leeuw, “Wander.”

In de tekst uiten de ontwikkelaars allereerst kritiek op de moderne navigatieapplicaties. Hiermee zouden we te veel naar ons scherm kijken, in plaats van om ons heen. Om Wander te beschrijven, refereert de tekst veelvuldig naar de ervaring van het ontdekken. Dit gebeurt met de woorden: “experiencing”, “chance”, “hidden depths”, “new routes” “exploring” en “discover”. Wander wordt voornamelijk gepromoot vanuit de ervaring van play, het spelen. De sturende kant van Wander wordt vrijwel niet benoemd in de promotie van de applicatie. Door gebruik te maken van deze connotaties wordt er gesuggereerd dat Wander als instrument kan dienen voor een ervaring van play in de stedelijke ruimte.

Naast de website gebruiken de ontwikkelaars ook de app-store om Wander te contextualiseren (zie *figuur 1*). De omschrijving van Wander is vrijwel identiek met die op de website van Wander. Wat echter opvalt in de app-store is een opmerking van een van de ontwikkelaars van Wander. Peter v. Meir stelt: “Cool and playful way to explore.” Wederom contextualiseren de ontwikkelaars Wander als instrument om mee



Figuur 1: Wander in app-store

te ontdekken. Zo is het Van Meir die in de app-store de applicatie niet enkel voor toeristen presenteert. Hierbij valt op dat Van Meir de applicatie vooral neerzet als instrument om speels mee te gaan ontdekken en noemt hij hierbij niet expliciet de navigatiefunctie. De visie laat dus zien dat de speelse kant van Wander wordt benadrukt. Dit wordt zelfs expliciet benoemd en het is belangrijker dan het navigeren zelf. De indruk wordt gewekt dat het spel de utilitaire gebruiksvorm is, waarbij navigatie op de tweede plaats komt.

Het *operatiemodel* heeft aandacht voor de onderliggende politieke en economische structuren.⁵⁷ Hiervoor kan er gekeken worden naar de inkomsten van Wander. Op de website van Wander is zichtbaar dat er verschillende sponsors zijn (zie *figuur 2*). De meest relevante is de gemeente Amsterdam.⁵⁸ De



ontwikkelaars van Wander beweren immers de toeristenstroom in Amsterdam beter te kunnen reguleren.⁵⁹ Voor de gemeente Amsterdam is het probleem dat sommige verkeersaders verstopt

⁵⁷ Light, Burgess, and Duguay, “The Walkthrough Method: An Approach to the Study of Apps,” 890.

⁵⁸ Frederieke Hegger, “Wat Nou Supersnel Op Je Bestemming? Met Dit Kompas Ga Je Dwalen,” *RTLZ*, 2016, <https://www.rtlz.nl/business/ondernemen/artikel/464681/wat-nou-supersnel-op-je-bestemming-met-dit-kompas-ga-je-dwalen>.

⁵⁹ “Wander 2017 - Startup in Residence Amsterdam,” Amsterdam, Startup in Residence, 2017, https://www.youtube.com/watch?v=Ne_MyaTncSU&feature=emb_title.

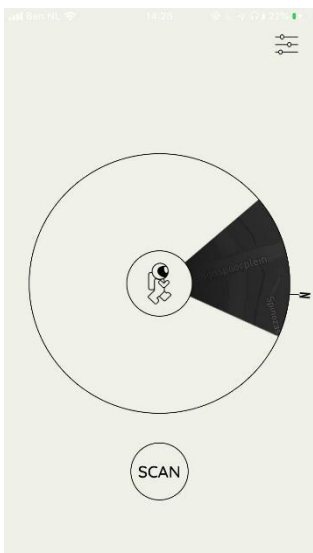
raken, omdat toeristen te veel over dezelfde routes navigeren. Wander geeft met de app aan een oplossing te kunnen bieden waardoor de toeristen beter worden gespreid. Ook is het voor ondernemers mogelijk om de eigen onderneming op te geven, zodat deze wordt geïmplementeerd in de applicatie. Wander krijgt financiële hulp van sponsors en zal proberen toeristen beter te verdelen, door ze onder meer naar de ondernemingen te sturen die zich hebben opgegeven.

De dimensie van *the environment of expected use* Figuur 2: Sponsors Wander

laat direct zien hoe het gebruik wordt gepositioneerd. De visie toont aan dat Wander nadrukkelijk wordt gepresenteerd als instrument om een beleving van play op te doen. Een waarbij gebruikers niet langer meer door de navigatie worden gestuurd, maar uitsluitend geadviseerd. Op deze wijze wordt geprobeerd een gebruik te stimuleren dat speels is. Het operatiemodel laat daarentegen zien dat Wander belangen heeft. Wander wil sturen op de spreiding van toeristen door ze langs ondernemingen en instellingen te sturen die een financiële bijdrage leveren aan de app. Op deze manier wordt Wander interessant voor sponsors. De sturende kant van de spanning in Wander komt dus vooral op de achtergrond tot uiting. Daarentegen wordt een “spelend” gebruik juist nadrukkelijk gepromoot.

3.2. Het design voorafgaand aan de wandeling

De volgende dimensie in het gebruiksproces is het gebruik van de applicatie zelf. Ik zal in deze paragraaf focussen op het design voorafgaand aan het “wanderen.” Hiervoor zal ik letten op de functies en de tekstuele eigenschappen, zoals symbolen en tekens.⁶⁰



Figuur 3: Eerste beeld van Wander

Bij het openen van de applicatie dient zich gelijk een illustratie van een astronaut aan (zie *figuur 3*). Wander zet hiermee direct de toon, het symbool van een astronaut brengt immers associaties met zich mee. Associaties van ontdekken en exploreren, een astronaut die op de maan op onderzoek gaat. Wander maakt gebruik van een astronaut, waardoor gesuggereerd wordt dat gebruikers de houding van een astronaut moeten aannemen. Dit is een houding tegenover de onontdekte en onbekende ruimte. Een astronaut staat symbool voor het verkennen van deze ruimtes. De gebruiker wordt aangezet tot exploreren en ontdekken; de houding van play in de fysieke ruimte wordt gestimuleerd. Aan de hand van de astronaut stuurt Wander op het “spelen”.

⁶⁰ Light, Burgess, and Duguay, “The Walkthrough Method: An Approach to the Study of Apps,” 891-893.

Vervolgens moet er in de applicatie op de astronaut worden geklikt. Hieruit ontvouwt zich het menu of “control panel.” De gebruiker krijgt vier opties in het hoofdmenu (zie *figuur 4*). De functies hebben allemaal dezelfde grootte en zijn op gelijke minimalistische wijze vormgegeven. Dit betekent dat de applicatie niet op een concrete handeling aanstuurt.⁶¹ Om deze reden zullen de vier functies in willekeurige volgorde worden besproken.

Onderaan het menu bevindt zich een huisje. Door hierop te klikken kan een gebruiker een “homebase” instellen (zie *figuur 4*). Hoe dit als gamificatiemechanisme fungeert, zal aan bod komen in de volgende paragraaf.

Aan de linkerzijde bevindt zich een plaatje van de helm van een astronaut. Wanneer hierop wordt geklikt verschijnen de “Unlocked Gems.” Dit is de verzamelplek voor de *hidden gems*. Deze hidden gems representeren reële locaties die de gebruiker tijdens zijn wandeling kan verdienen. Deze hidden gems kunnen worden begrepen als de “badges”, zoals omschreven door Zichermann. Het zijn beloningen voor prestaties. Er zijn verschillende redenen om deze te sparen.⁶² De mogelijkheid om zo veel mogelijk verschillende gems te verzamelen is al een belangrijke motivator: “For many people, collecting is a powerful drive.”⁶³ Het verzamelen is niet alleen vermaak, het is ook bevredigend: “Being recognized for achievement is a core desire that is reflected in almost all humans.”⁶⁴ Gamificatie laat zien dat hidden gems een belangrijke motivator zijn om te gaan verzamelen. Hoe deze in het gebruik tot uiting komen, komt in de volgende paragraaf aan bod.

Aan de rechterkant van het menu bevinden zich de instellingen (zie *figuur 4*). De gebruiker krijgt hier de mogelijkheid om Wander notificaties te laten versturen. De *pocket mode* zal een melding geven wanneer er een hidden gem in de buurt is. Zoals bij de functie staat: “Our just-in-time inspiration will alert you about nearby hidden gems, handpicked by our team of local heroes.”⁶⁵ Deze functie bevat de twee stappen uit de social engagement loop, zoals omschreven door Zichermann.⁶⁶ Allereerst maakt Wander gebruik van *player reengagement*. Door een melding te sturen, zo wordt de gebruiker herinnert aan de applicatie. Vervolgens kunnen de hidden gems als beloning gebruikt (*social call to action*) worden. Deze beloning wordt ingezet om de gebruiker te activeren. Door interactie te zoeken met de applicatie, worden gebruikers tot speelse exploratie van de stad aangezet.

⁶¹ Bucher, Taina. Helmond, “The Affordances of Social Media Platforms,” 1-41.

⁶² Zichermann and Cunningham, *Gamification by Design*, 55.

⁶³ Zichermann and Cunningham, 55.

⁶⁴ Zichermann and Cunningham, 88.

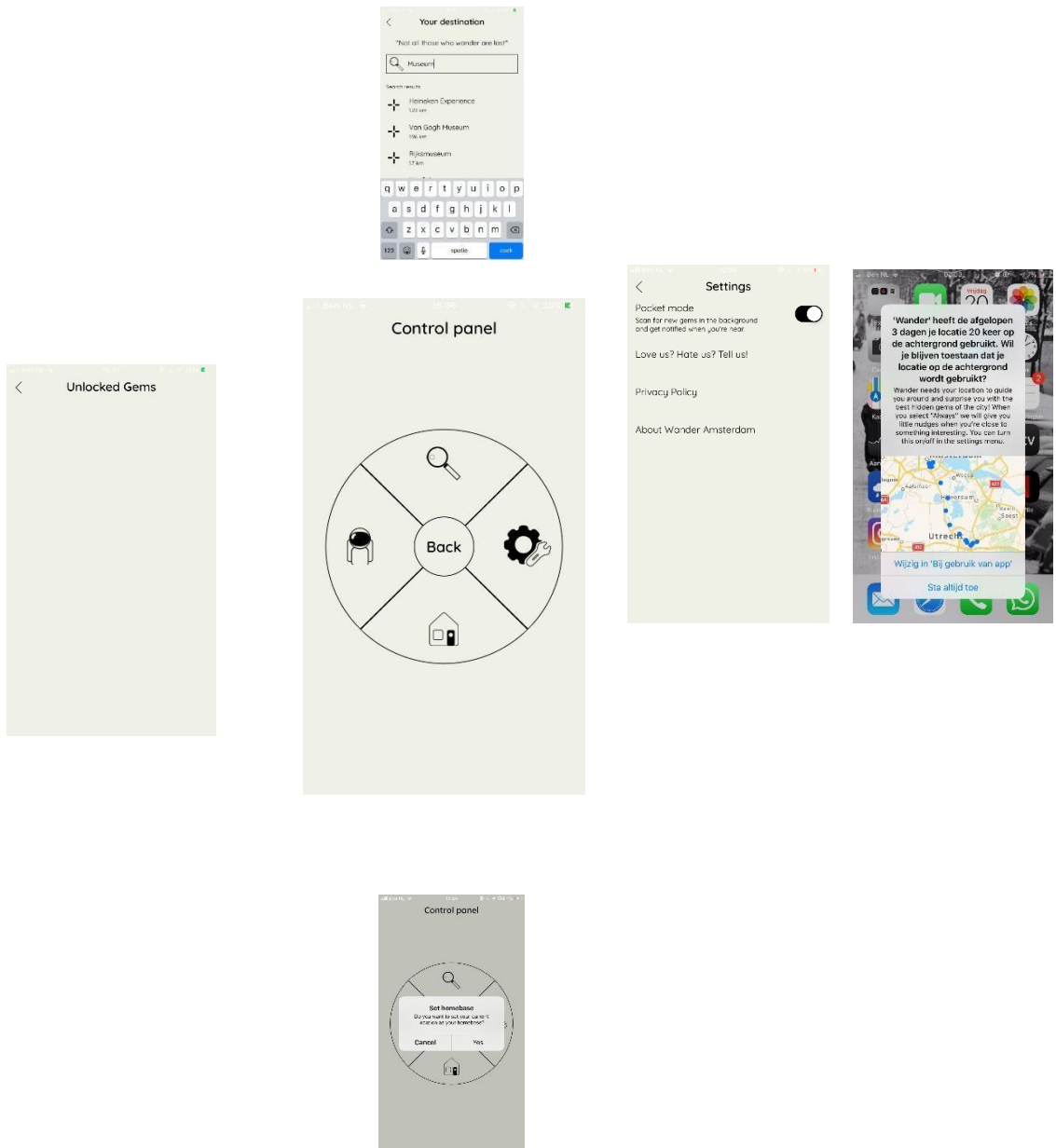
⁶⁵ Leeuw, Meir, and Leeuw, “Wander.”

⁶⁶ Zichermann, Gabe. Cunningham, *Gamification by Design* 66-69.

De laatste functie bevindt zich bovenaan in het menu: dit is het vergrootglas. Hier kan een bestemming worden ingevoerd. Wat opvalt, is de tekst die er staat: “Not all who wander are lost.” Ook hier benadrukt Wander het belang van een speelse ervaring van het ontdekken en exploreren, waarbij Wander een ervaring van play stimuleert, omdat je met de app niet kan verdwalen en dus vrijuit kan spelen.

In deze paragraaf is de dimensie geanalyseerd die voorafgaat aan “wandering”. Dit laat zien dat het design niet neutraal is, maar dat het design constant suggesties doet door middel van symbolen en functies. In het geval van Wander blijkt dat de tekstuele kwaliteiten constant suggesties doen voor een gebruik van play. Met een astronaut en de tekst “Not all who wander are lost” worden connotaties gelegd met ontdekking en exploratie. Daartegenover zijn de functies in het menu vooral in verband te brengen met de sturende gamificatiemechanismen, zoals badges en de social engagement loops. In deze dimensie komt de spanning tussen spelen en bespeeld worden nadrukkelijk naar voren. Enerzijds wordt een vrij en autonoom gebruik gestimuleerd en gepromoot. Wander doet dit met behulp van tekstuele elementen die aan de oppervlakte liggen. Anderzijds komt de sturende werking meer tot uiting in de functies van de applicatie.

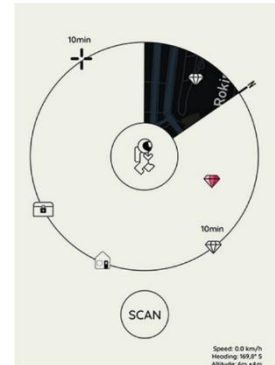
Figuur 4: Het menu van Wander



3.3. Het design tijdens het “Wanderen” in Amsterdam

De volgende dimensie in het gebruiksproces is de wandeling zelf. In dit deel van de analyse zal ik een wandeling maken tussen het Frederiksplein en de Dam. Tijdens het gebruik van de applicatie zullen zich de gamificatiemechanismen ontploffen. Ik voer de Dam in als bestemming.

Wander geeft aan dat het 25 minuten zal duren om op de eindbestemming te arriveren. Wanneer ik de wandeling start, valt direct op dat Wander een andere kaart heeft dan gebruikelijke navigatie-applicaties. In plaats van een duidelijke kaart met een opvallende blauwe lijn, is de kaart van Wander donker en voor beperkte tijd zichtbaar (zie *figuur 5*). Het enige constante hulpmiddel dat de gebruiker krijgt, is het kompas. Deze geeft alleen de richting aan die iemand op moet lopen. Het kompas wijst zelden recht een straat in.



Figuur 5: Design tijdens de Wandeling

Hierdoor wordt je gedwongen je tot de fysieke wereld te verhouden: “Moet ik rechts, links of toch rechtdoor?” Aangezien ik de snelste route niet weet, ga ik liever over de mooie gracht, in plaats van die drukke straat. Op deze wijze dwingt het design van Wander tot exploratie en het ontdekken van de fysieke ruimte. Een waarbij controle over de onbekende ruimte mogelijk wordt. Op deze wijze wordt autonomie en vrijheid gestimuleerd.

Vrijwel direct aan het begin van de wandeling openbaart zich de eerste “hidden gem”, die in het design als diamanten herkenbaar zijn. De koffiezaak Frederix Micro Roasters. Om deze hidden gem, te verwerven moet ik direct afwijken van mijn koers naar de eindbestemming. De koffietent ligt vlak buiten de drukke verkeersaders. Zoals in de vorige paragraaf is besproken, fungeren deze hidden gems als badges. Deze beloning maakt het voor de gebruiker aantrekkelijk om van het gebaande pad af te wijken.⁶⁷ Een tweede belangrijke eigenschap van deze gems is dat ze zich ieder moment plotseling kunnen aandienen. Dit verrassingsmoment versterkt de aantrekkingskracht: “Players enjoy the sudden rush of surprise or pleasure when an unexpected badge shows up in a gamified system.”⁶⁸ Deze badges zijn dus niet alleen sturend omdat ze gespaard kunnen worden, zoals in de vorige paragraaf aangegeven. De badges zijn daarnaast aantrekkelijk omdat ze zich plots kunnen aandienen. Toch kunnen deze badges ook worden geïnterpreteerd vanuit de kant van play. Met deze badges implementeren de ontwikkelaars serendipiteit, oftewel toeval: “The faculty of making happy and unexpected discoveries by accident.”⁶⁹ Deze serendipiteit is gerelateerd aan de interface van Wander. De hidden gems komen immers plotseling in de interface tevoorschijn. Op deze wijze wordt er geen

⁶⁷ Zichermann and Cunningham, *Gamification by Design*, 55.

⁶⁸ Idem.

⁶⁹ Mel Woods, “Serendipity in Practice Working with Others SERENDIPITY IN PRACTICE,” no. February (2014), 176.

play gestimuleerd, maar wordt er wel gebruik gemaakt van de kernprincipes om de gebruiker te bespelen. Aan de hand van Bogost wordt gesuggereerd dat de hidden gems de gebruikers proberen te verleiden om het vooraf geplande pad te verlaten. Zij worden verleid om van de voor de hand liggende paden af te gaan, om zo de door toeristen veroorzaakte drukte in de overvolle straten te verminderen.

Tijdens het wanderen wordt duidelijk dat de eigenschappen van play, *creatie*, *exploratie*, *ontdekking* en *sensatie* niet alleen worden gebruikt om de applicatie te promoten. Ook in het design van de applicatie worden functies zo vormgegeven dat gebruikers ertoe aangezet worden om keuzes te maken. Door de kaart beperkt zichtbaar te laten zijn worden gebruikers gedwongen om niet alleen op de digitale wereld te leunen, maar om juist van het mobiele scherm af te gaan. Doordat deze keuzes gemaakt moeten worden, kan de gebruiker controle krijgen over de eigen stedelijke beleving. Op deze manier geeft Wander de mogelijkheid tot autonomie empowerment.⁷⁰ Dit proces wordt echter verstoord door de andere kant van gamificatie, waarbij juist deze ruimte voor vrije keuze in het geding komt. De hidden gems of badges proberen de keuzes van de gebruiker te beperken door ze te verleiden met beloningen.

3.4. De spanning in Wander tussen spelen en bespeeld worden.

De analyse van *the environment of expected use* en het design heeft laten zien dat de applicatie een vrije ervaring wil stimuleren, maar er tegelijkertijd belang bij heeft om sturend te zijn. Deze onderliggende intenties staan aan de basis van Wander.

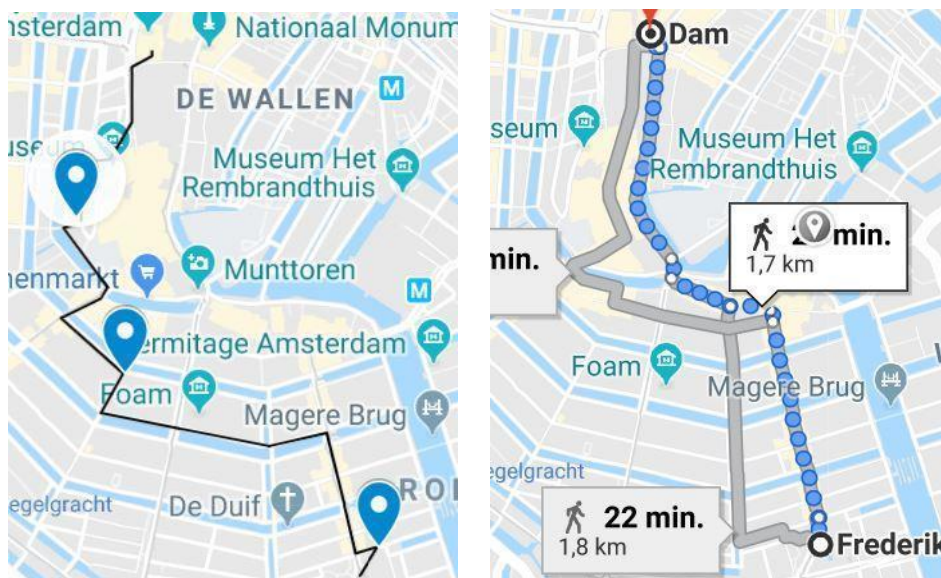
De analyse heeft uitgewezen dat gamificatiemechanismen aan de ene kant worden gebruikt om autonomie en vrijheid te stimuleren. In plaats van een determinerende blauwe lijn geeft Wander een kompas met een tijdelijk leesbare kaart. Hierdoor wordt het subject gedwongen om zelf keuzes te maken. Zo is in *figuur 6* op de linker kaart de route zichtbaar die ik heb genavigeerd aan de hand van Wander. En op de rechter kaart staat de route die Google maps voorstelt. Uit het figuur blijkt dat het kompas de mogelijkheid geeft om zelf een route te vormen, waarbij de bestemming (de Dam) hetzelfde is. Met behulp van Wander kan de gebruiker dus zelf controle nemen over het navigatieproces in de onbekende ruimte. Tegelijkertijd wordt er in het design gebruik gemaakt van sturende gamificatiemechanismen, zoals badges en de *social engagement loops*. De spelende kant komt hierdoor onder druk te staan. De gebruiker wordt immers verleid om af te zien van de eigen keuzes en naar de hidden gems te navigeren. De spanning tussen spelen en bespeeld worden komt tot uiting doordat tegenstellende gamificatiemechanismen naast elkaar worden gebruikt. Samenvattend;

⁷⁰ Csikszentmihalyi and Macaloon, "Deep Play and The Flow Experience in Rock Climbing."

gamificatie laat zien dat agency stimulerende en agency beperkende mechanismen in Wander tegenover elkaar komen te staan.

Agency speelt bij online platformen niet alleen een rol bij design, maar bijvoorbeeld ook bij de selectie van informatie.⁷¹ Agency is dus een begrip waarmee verder kan worden gedacht, en zich niet beperkt tot alleen design. De hidden gems die gevonden kunnen worden zijn bijvoorbeeld door de ontwikkelaars geselecteerd. De hidden gems die ik heb bezocht, waren voor mij niet relevant. Dit waren ondernemingen waar ik geen behoefte aan had. Ik voelde mij beknot in mijn agency, mijn handelingsvermogen. Doordat Wander deze selectie maakt, wordt agency van elke gebruiker verkleind. Bij online platformen is de strijd om agency dus voornamelijk over de macht van bijvoorbeeld informatie selectie en het gebruik van het platform. Mijn voorbeeld van hidden gems laat zien dat Wander zich onderscheidt. Bij Wander verplaatst de strijd om agency nadrukkelijk naar de stedelijke ruimte.

Figuur 6: Wander tegenover Google Maps.



Links: De route die ik heb afgelegd aan de hand van Wander.

Rechts: De route die Google Maps voorstelt.

3.5. De spanning in Wander met betrekking tot de hybride ruimte.

In de vorige paragraaf is gebleken dat de interface van Wander agency van de gebruiker inperkt. Het grote verschil met Wander en andere online platformen is echter dat de strijd om agency bij Wander

⁷¹ Dijck, Poel, and De Waal, *De Platformsamenleving*, 38.

niet alleen plaatsvindt op het platform. Deze wordt ook gevoerd in de stedelijke ruimte. Hierdoor wordt het mogelijk om de theorie van hybride ruimtes te aan te passen.

Volgens de Souza e Silva zijn er drie elementaire eigenschappen die door LBMG's in de hybride ruimte veranderen.⁷² Dit zijn *mobility*, *sociability* en *spatiality*.⁷³ In het geval van Wander speelt sociability nauwelijks een rol. Wander is immers geen sociaal platform, maar een app voor individueel gebruik. De Souza e Silva stelt dat bij LBMG's de digitale en fysieke ruimtes veranderen in een ruimte waarin beide zich vermengen. Zo stelt zij in *Hybrid Reality and Location-Based Gaming: Redefining Mobility and Game Spaces in Urban Environments*: "Hybrid reality games take place simultaneously in two or more spaces [...] an action in one space may influence actions in another space."⁷⁴ Volgens de Souza e Silva is het gevolg hiervan dat de stedelijke ruimte verandert in een spelbord. Dit heeft ook zijn weerslag op de mobiliteit. Zij stelt dat wij voorheen de stedelijke ruimte als betekenisloos zagen. Stedelijke ruimtes werden uitsluitend gebruikt om van A naar B te navigeren. Volgens de Souza e Silva hebben LBMG's ervoor gezorgd dat deze ruimtes speels worden, en hierdoor betekenisvol.⁷⁵ Wander laat echter zien dat er een genuanceerdere benadering mogelijk is, een benadering die oog heeft voor agency. Preciezer gezegd: die agency stimuleert én beperkt.

Met betrekking tot agency heeft de theorie van de Souza e Silva daarom een update nodig als we deze theorie willen inzetten om een location based app als Wander te beschrijven. Net als bij LBMG's transformeert ook bij Wander de ruimtelijkheid in een nieuwe ruimte. Maar in deze nieuwe ruimte wordt mobiliteit niet uitsluitend speels. Ik zal dit illustreren aan de hand van de hidden gems. De Souza e Silva zou de hidden gems bestempelen als eigenschappen die de ruimte speels maken. De hidden gems zijn in Wander immers fysieke locaties, maar worden ook weergegeven als diamanten in de digitale wereld van de app. Bovendien kan de gebruiker de hidden gems/locaties sparen in zijn Wander-app. Deze eigenschappen zijn voor de Souza e Silva voldoende om te stellen dat de fysieke ruimte betekenisvol en speels wordt. Dit onderzoek heeft echter laten zien dat deze mechanismen ook een andere kant op werken. Een kant waarbij de agency wordt beperkt in de stedelijke ruimte. Ik ben straten ingelopen om naar de hidden gem te komen, om vervolgens te worden teleurgesteld. De beleving van zelf in controle te zijn, verplaatst naar een gevoel van in controle te worden gehouden. In het geval van gegamificeerde locatie gebaseerde applicaties als Wander zijn hybride ruimtes niet uitsluitend speels. De ruimte die ontstaat komt voort uit de combinatie van digitaal gemedieerde

⁷² De Souza e Silva, "Hybrid Reality and Location-Based Gaming : Redefining Mobility and Game Spaces in Urban Environments," 410.

⁷³ Idem.

⁷⁴ Idem.

⁷⁵ Adriana de Souza e Silva and Larissa Hjorth, "Playful Urban Spaces: A Historical Approach to Mobile Games," *Simulation & Gaming* 40, no. 5 (2009): 602–25.

autonomie en structurerende mechanismen. In deze ruimte transformeert het gebruik niet naar een die uitsluitend door spel gekenmerkt wordt, maar naar een waarbij het subject te maken krijgt met een constante wisselwerking. Een wisselwerking van agency, gaat de gebruiker zijn eigen keuzes en initiatief volgen? Of levert hij zich over aan de sturende mechanismen en loopt hij naar de hidden gem toe?

4. Conclusie

In dit onderzoek heb ik de volgende centrale vraag onderzocht: *Op welke manier komt de spanning tussen spelen en bespeeld worden tot uiting in de navigatieapp Wander en hoe zet dit aan tot een herconceptualisering van de hybride stedelijke ruimte?*

Om de spanning in Wander te onderzoeken, heb ik gebruik gemaakt van de twee centrale benaderingen van gamificatie. De walkthrough-methode heeft aangetoond dat Wander een navigatieapplicatie is die niet alleen speels is. Het is daarentegen een navigatieapplicatie waarin bespelende en spelende gamificatiemechanismen naast elkaar worden gebruikt. Agency stimulerende mechanismen en agency beperkende mechanismen staan nadrukkelijk tegenover elkaar in de applicatie. Gamificatie laat zien dat Wander de hedendaagse discussie omtrent agency naar de fysieke ruimte brengt. Hierdoor wordt een herconceptualisering van de hybride ruimte mogelijk. Waar Adriana de Souza e Silva stelt dat de hybride ruimte waar LBMG's gebruik van maken een ruimte uitsluitend voor spel is, kan de ruimte die Wander construeert worden begrepen als een waar sprake is van een combinatie van dwang en controle tegenover digitaal gemedieerde autonomie.

Digitale platformen geven mede vorm aan onze samenleving. Waar veel onlineplatformen dit indirect doen, doet Wander dit heel direct. Het gebruik van de applicatie heeft immers direct gevolgen voor het gebruik van de stedelijke ruimte. Wander laat zien dat er bij locatie gebaseerde applicaties rekening moet worden gehouden met agency. Vandaag de dag zijn er al verscheidene gegamificeerde locatie applicaties, zoals de *Nike+ running app*, waar gebruikers badges kunnen verdienen tijdens het hardlopen. Dit onderzoek heeft laten zien dat het design van locatie gebaseerde apps niet als neutraal kan worden beschouwd. De ruimte die ontstaat kenmerkt zich door gemedieerde autonomie en controle.

Met dit onderzoek is een eerste stap gezet naar het analyseren van agency en locatie-gebaseerde applicaties. De focus lag daarbij op design. De gehanteerde methode heeft mij in staat gesteld de spanning in Wander te belichten. Door aandacht te geven aan design en de stedelijke context kon er een genuanceerde beschrijving worden gegeven van gamificatiemechanismen in Wander. De methode kent echter ook een beperking. De methode legt zich namelijk toe op de

interface van applicaties en Wander richt zich op twee ruimtes, de digitale en de fysieke. Daarbij gaat het om de interactie tussen die twee ruimtes. Er kan dus niet apart aandacht worden besteed aan de fysieke ruimte. Daardoor is onduidelijk in hoeverre bijvoorbeeld gebouwen in de stedelijke omgeving impact hebben op de agency van de individuele gebruiker. De ontwikkelaars van Wander zetten de beleving van de stad centraal, maar die beleving hangt in eerste instantie niet af van een applicatie op een mobiele telefoon. Die is gerelateerd aan de uiteenlopende voorkeuren van subjecten. Voorkeuren verschillen immers en zij zijn lang niet altijd voorspelbaar.

Een volgend onderzoek naar gegamificeerde navigatie applicaties is denkbaar. Hiervoor zou wederom Wander als casus kunnen worden genomen. Vanuit het hedendaagse debat rondom onlineplatformen zijn er meerdere invalshoeken mogelijk. In dit onderzoek heb ik mij toegelegd op de bemiddelende rol van design. Een volgend onderzoek zou zich kunnen toeleggen op de agency met betrekking tot de data die Wander verzamelt. Waar gebruikt Wander deze data voor? Zijn deze data relevant voor derde partijen? En kunnen de data worden gebruikt om de ervaring van de toerist, en de stad, verder te helpen? Bovendien zou vervolgonderzoek kunnen bestaan uit een empirisch onderzoek, waarbij gekeken wordt hoe meerdere gebruikers de applicatie en de stedelijke ruimte gebruiken en ervaren. Tot slot heeft dit onderzoek ook een theoretische bodem gelegd. Vanuit de gebruikte theorieën zou er naar nieuwe locatie gebaseerde applicaties gekeken kunnen worden.

Literatuurlijst

Bogost, Ian. "Persuasive Games: Exploitationware." *Gamasutra*, 2011, 4.

https://www.gamasutra.com/view/feature/134735/persuasive_games_exploitationware.php?page=2.

Bogost, Ian. "WHY GAMIFICATION IS BULLSHIT." In *Gameful World: Approaches, Issues, Applications*, edited by Sebastian. P. Walz, Steffen. Deterding, 65–79. Cambridge, Massachusetts: The MIT Press, 2015.

Bucher, Taina. Helmond, Anne. "The Affordances of Social Media Platforms." In *The SAGE Handbook of Social Media*, edited by T. Burgess, J. Marwick, A. Poell, 1–41. Amsterdam: Sage Publications, 2016. <https://dare.uva.nl/search?identifier=149a9089-49a4-454c-b935-a6ea7f2d8986>.

Canning, Natalie, and Natalie Canning. "Children's Empowerment in Play Children's Empowerment in Play," in *European Early Childhood Education Research Journal*, 15:2, (2007), 227-236. <https://doi.org/10.1080/13502930701320966>.

- Chaplin, Heather. "I Don't Want to Be a Superhero." *Slate*, 2011.
<https://slate.com/technology/2011/03/gamification-ditching-reality-for-a-game-isn-t-as-fun-as-it-sounds.html>.
- Costello, Brigid Mary, and Ernest A Edmonds. "A Study in Play , Pleasure and Interaction Design A Study in Play , Pleasure and Interaction Design," no. May 2014 (2007): 76–91.
<https://doi.org/10.1145/1314161.1314168>.
- Csikszentmihalyi, Mihaly, and John Macaloon. "Deep Play and The Flow Experience in Rock Climbing," 361–84, 1973.
- Deterding, Sebastian. Dixon, Dan. Khaled, Rilla. Nacke, Lennart. "From Game Design Elements to Gamefulness: Defining 'Gamification.'" *N Engl J Med* 20363, no. 11 (2011): 9–15.
<https://doi.org/10.1145/2181037.2181040>.
- Dijck, José Van, Thoma Poel, and Martijn De Waal. *De Platformsamenleving*. First edit. Amsterdam: Amsterdam University Press, 2016.
- Fingas, Jon. "'Pokémon Go' Has Racked up 1 Billion Downloads." *Engadget*, 2019.
https://www.engadget.com/2019/07/31/pokemon-go-1-billion-downloads/?guccounter=1&guce_referrer=aHR0cHM6Ly93d3cuZ29vZ2xlLmNvbS8&guce_referrer_sig=AQAAABs0B7QJOWYyLQvQcJlIVpncokogg1qtVWB5H22auzMsi0soYLhrdnevoXacEi7E4nMPzOSoittgy3aJuNojnFil2Mya8GHZ6Hd2_i8HYXuXkM8jhJx0NJ-qPHerbr8zWDx91Gao5OD4moqlhoaogtqRaj0npgMHCXsVFHQOoiGn.
- Fuchs, Mathias, Sonia Fizek, Paolo Ruffino, and Niklas Schrape. *Rethinking Gamification*. Edited by Niklas. Fuchs, Mathias. Fizek, Sonia. Ruffino, Paolo. Schrape. Lüneburg, Germany: Hybrid Publishing Lab, 2014.
- Hegger, Frederieke. "Wat Nou Supersnel Op Je Bestemming? Met Dit Kompas Ga Je Dwalen." *RTLZ*, 2016. <https://www.rtlz.nl/business/ondernemen/artikel/464681/wat-nou-supersnel-op-je-bestemming-met-dit-kompas-ga-je-dwalen>.
- Kluitenberg, Eric. "Netwerk van Golven: Leven En Handelen in Een Hybride Ruimte." *Open* 11 (2006): 6–16.
- Leeuw, Kim van der, Peter van Meir, and Joris de Leeuw. "Wander," 2019. <http://www.gowander.com/about-wander.html>.
- Light, Ben, Jean Burgess, and Stefanie Duguay. "The Walkthrough Method: An Approach to the Study of Apps." *New Media and Society* 20, no. 3 (2018): 881–900.

<https://doi.org/10.1177/1461444816675438>.

Perry, Francesca. "Urban Gamification: Can Pokémon Go Transform Our Public Spaces," 2016.
<https://www.theguardian.com/cities/2016/jul/22/urban-gamification-pokemon-go-transform-public-spaces>.

Seijdel, Jorinde. "Hybride Ruimte." *Open* 11, no. Hybride ruimte (2006): 4–5.

Souza e Silva, Adriana de. "From Cyber to Hybrid Mobile Technologies as Interfaces of Hybrid Spaces." *Space and Culture*, 2006, 261-79. <https://doi.org/10.1177/1206331206289022>.

Souza e Silva, Adriana de, and Larissa Hjorth. "Playful Urban Spaces," 2009, 602–25.

Souze e Silva, Adriana de. "Hybrid Reality and Location-Based Gaming : Redefining Mobility and Game Spaces in Urban Environments." *Simulation & Gaming* 40, no. 3 (2009): 404–24.

Souze e Silva, Adriana de, and Larissa Hjorth. "Playful Urban Spaces: A Historical Approach to Mobile Games." *Simulation & Gaming* 40, no. 5 (2009): 602–25.

"Wander 2017 - Startup in Residence Amsterdam." Amsterdam, Startup in Residence, 2017.
https://www.youtube.com/watch?v=Ne_MyaTncSU&feature=emb_title.

Woods, Mel. "Serendipity in Practice Working with Others Serendipity in Pratctice," no. February (2014).

Zichermann, Gabe. Cunningham, Christopher. *Gamification by Design*. Edited by Mary Treseler. First. Sebastopol: O'Reilly Media, Inc., 2011.

Zichermann, Gabe. "The Purpose of Gamification." *Radar*, April 2011.
<http://radar.oreilly.com/2011/04/gamification-purpose-marketing.html>.

Zichermann, Gabe, and Christopher Cunningham. *Gamification by Design*. First edit. Sebastopol: O'Reilly Media, Inc., 2011.