

*** Mobiele identiteit - Playful Identities ***

enkele ideeën over onderzoek naar mobiele technologieën & identiteitsconstructie

9/6/2005

Michiel de Lange

// vooraf

Onderzoek naar de invloed van mobiele technologieën op de constructie van individuele en culturele identiteiten staat nog in de kinderschoenen. Mobiele technologieën - en met name telefonie - hebben veel minder aandacht gekregen van (sociale) wetenschappers dan het internet. Waarom? Wellicht door de vermeende oppervlakkigheid van telefoneren als handeling; de gedachte dat 1-op-1 communicatie geen interessante sociale settings oplevert; het beeld van telefoneren als individuele bezigheid en daarom geen onderwerp voor (sociale) wetenschappers?

Ik begin met een korte indeling van mobiele technologieën. Hierna formuleer ik een aantal spanningsvelden rond mobiele technologieën en hun invloed op sociale processen. Dit vind ik een prettige manier om enerzijds de breedte van het onderwerp te overzien en intact te laten en tegelijkertijd de vinger te kunnen leggen op actuele thema's en vraagstukken. Bij een aantal van deze tegenstellingen noem ik cases die hiermee in verband staan en onderzocht zouden kunnen worden.

// Indeling van mobiele apparaten:

- apparaten: telefoon, PDA, iPod, laptop, camera, etc.
- technologie: GSM, GPRS, UMTS, GPS, WLAN, bluetooth, RFID, etc.
- gebruik: informeren, communiceren, games/entertainment, fotografie, muziek, educatie
- sociale relaties: individueel (informatie opvragen, spelletjes spelen, etc.); van persoon tot persoon (communicatie, spraak, messaging); één persoon met selecte groep (delen van informatie); één persoon naar allen (publiceren)

// toegang vs. uitsluiting

Niettegenstaande de geringe aandacht van wetenschappers is mobiele communicatietechnologie wijder verbreid in de wereld dan vaste internettechnologie (Geser 2004: 4). Interessant is de discussie over technologie en 'social inclusion'. In Afrika/Azie ontstaan in rap tempo mobiele netwerken (zij 'slaan een stap over'). In deze landen worden sociale- en handelsnetwerken onderhouden d.m.v. mobiele technologieën. Dit zorgt wellicht voor nieuwe economische en sociale kansen voor voorheen achtergestelden. Tegelijkertijd ontstaat een cultuur rond technologie: mobiel als trendy/hip/modern.

Ook in NL is er eigenlijk geen sprake van een 'digitale kloof' tussen haves en have-nots van mobiele technologie, zoals met internet het geval is. De rol van mobiele technologie is (net als internet) op te delen in toegang - bezit - gebruik - vaardigheden. Armen/allochtonen/vrouwen/gehandicapten lopen hierbij niet achter. Ouderen wel. De cellphone maakt, wellicht nog meer dan internet, onderscheidende kenmerken minder sterk. Tegelijkertijd zou er een nieuwe kloof kunnen ontstaan tussen mensen met veel sociale contacten en mensen met weinig contacten. Dit wordt voortdurend symbolisch vertoond door (ontbreken van) communicatie in publieke ruimtes.

De vaste telefoon werd vooral gebruikt voor versterken lokale verbanden. Ook mobiele telefoon lijkt vooral 'lokale' eigen netwerken en communiaal gevoel te bestendigen. Mobiele nummers zijn niet voor vreemden, ze zijn 'meer privé'. Van 'Gesellschaft' terug naar 'Gemeinschaft'? En versterkt dit de constructie van een uniforme en coherente identiteit?

Uitgaansleven in Berlijn grotendeels gecoördineerd via mobiele telefoons. Clubs en feesten wisselen veelvuldig van lokatie. Veel feesten zijn ook illegaal, of semi-legaal. Wat 'in' is en wat 'uit', waar de nieuwe opening is van club X of Y coördineren jongeren onderling via mobiele telefoons. Mobiele telefoon als mechanisme van in/uitsluiting. Mobiele telefoon als drager van cultureel leven.

Jongeren gebruiken vooral SMS en hebben eigen vorm van taal ontwikkeld. Verspreiding jongerentaal door heel Nederland voor groot deel via nieuwe technologie? Laatste ringtones cruciaal voor status in groep. Onder jongeren is het heel gewoon om pesterijen via mobieltjes te plegen: dreigSMSjes; speciale betaaldiensten die opbellen als de leraar, of met mededeling "je tante is overleden".

// publiek vs. privaat:

De openbare ruimte verpersoonlijkt, het persoonlijke veranonimiseert door communicatie in publieke ruimte. Spanning tussen fysieke plaats en symbolische plaats (virtueel): tijdens mobiele communicatie bestaan 2 parallele werelden. Een neemt altijd voorrang en wordt frontstage (vs. backstage, cf. Goffman). Absorptie in 'virtuele wereld' => play. Mobiel geldt voor velen als symbolische bodyguard. Symbolische status bellen/gebeld worden in publieke ruimte: verbondenheid, belangrijk zijn, nodig zijn, gewild zijn, 'iemand zijn'. Ontstaat er steeds meer 'entropie' in publieke ruimte: veelvormigheid en onvoorspelbaarheid van sociaal gedrag d.m.v. mobile technologie? Of ontstaan er nieuwe regels voor sociaal wenselijk gedrag in publieke ruimtes?

fenomeen van 'toothing' (vooral in U.K.) waarbij via mobiele telefoons met bluetooth seksuele avances worden gemaakt in publieke plaatsen.

// de 'savvy' & streetwise mobiele nomade vs. de altijd verbonden 'kinderlijk' afhankelijke mens

Enerzijds het beeld van technologie als 'enabler' van individu. Anderzijds lijken mensen zich onafhankelijk te gedragen door voortdurend in contact te staan met hun naasten. Ontwikkelen mensen door tendens tot beschermende contacten van eigen cirkel minder sociale vaardigheden voor omgaan met het vreemde?

// plaats vs. plaatsloosheid

"Anyplace" vs. "waar ben je?". Identiteiten lijken steeds meer los te komen van plaatsen, maar is dit zo? Of krijgt plaats andere dimensie? En leren mensen steeds beter de parallelle werelden te combineren (multitasken)?

Locatiegebonden mobiele diensten zijn in opkomst: ubiquitous/pervasive computing; context/ambient awareness, etc. Dit kan op verschillende manieren in het leven van de gebruiker ingebed zijn al naar gelang de rol die hij op dat moment speelt: in het professionele leven, voor familie- en sociale betrekkingen, in zijn rol als consument en in zijn maatschappelijke rol als burger. In ruimtelijk opzicht is context awareness technologie onder te verdelen in een persoonlijk domein, de directe leefomgeving en wereldwijd. Afhankelijk van die domeinen kan de gebruiker mobiele diensten op uiteenlopende wijzen toepassen:

- individuele locatieafhankelijke keuzes maken: waar ben ik? Wat kan ik hier doen?
- dagelijks persoonlijk hulpje: kalender, hoe kom ik het snelst van A naar B, etc.
- persoonlijk welzijn: hulp bij sporten, trainingsprogramma's, monitoren van lichamelijk toestand
- communicatie: overal toegang tot anderen (*instant access*), voortdurende toegang (*always on*)
- sociaal hulpmiddel: manier om met online gemeenschappen in contact te staan, ervaringen te delen, 'Community', etc.
- publieke diensten: bankzaken, stemmen op afstand, bestellen, reserveren, informatie opvragen, etc.

New Yorkse dodgeball.com; lokale ruilhandelsnetwerken (LETS) met credits op mobiel; project Waag Society freq1550.waag.org. Verkenningen van sociale & plaatsgebonden dimensies van mobiliteit.

// tijd: seriële identiteiten vs. parallelle identiteiten

Vroeger: plaatsgebonden identiteiten - serieel; nu netwerkgebonden identiteiten - parallel

Multitasking, snelle opeenvolging van rollen, korte time-slots per identiteit. Altijd bereikbaar vs. privé-tijd.

Verschijnsel dat mensen in Japanse metro's vaak 'per ongeluk' hun mobieltje achterlaten. Ook: nieuwe machtsrelaties en 'onderwerping'.

informatie en communicatie overal en altijd: 'ad hoc' of 'on demand' leven. plannen & construeren vs. ad hoc leefwijze (publish or perish, demo or die) met behulp van nieuwe technologie stel je dingen in real time bij. Ook: mobiel kwijt = vrienden kwijt, bijna niemand maakt backup.

// eenheid van zelf vs. veelvormigheid identiteiten:

Mobiele communicatie botst soms met de fysieke context: schokkend om te merken dat de persoon met wie je face-to-face zat te praten ineens gebeld wordt en heel anders reageert. Tijdens parallelle gesprekken gewaarwording van onechtheid van publiek gedrag, individu als niet consistent. Oplossing lijkt te zijn om identiteit te zien als contingent en als het spelen van rol (Truch & Hulme 2004: 5). Is het aannemen van identiteit als rol i.p.v. tentoonstellen van persoonlijkheid een manier om gebrek aan consistentie te accepteren? Ontstaat de aantrekkingskracht van virtuele werelden omdat het er makkelijker is om aan impression management te doen dan in real world?

// corporate vs. grassroots

Machtsuitoefening: Er zijn reeds enkele politieke 'mobiele opstanden' geweest (Indonesië, Thailand, Chiapas-Mexico, WTO-summits). Tegelijkertijd krijgen entertainmentbedrijven steeds meer grip op gebruik mobiele technologieën als mediakanaal & marketingtool.

// commercie vs. individuele eigenheid

Mobiele cultuur is duidelijk sterk verbonden met consumerism. Spanning tussen eigenheid en massacommercie. Enorm commercieel aanbod van 'customisation' van mobiel toestel als manier om individualiteit te benadrukken: ringtones, screensavers, games, frontjes voor telefoon, iPod-mini in diverse kleuren en inscriptie mogelijk. Ook de entertainment-industrie gaat op zoek naar 'pervasive entertainment'. Nederlandse scholieren geven maandelijks 6 miljoen euro uit aan mobiele telefonie, gemiddeld 17 euro per persoon per maand. Maar sommigen zeggen meer dan 200 euro te spenderen.

Marketing steeds vaker mobiel:

- Heineken-speurtocht met cameratelefoon (<http://www.emerce.nl/nieuws.jsp?id=570297>)
- KidsWeek – online magazine voor 6-12 jaar: mobieltje winnen door prijsvraag over mobiele telefoons. Doen ook SMS interviews. persoonlijke ringtones.
- mobiele soaps: Jong Zuid door Media Republic
- op sommige feesten: SMS berichten/foto's sturen naar publiek plasma-scherm.
- In 2004 in UK meer aan ringtones besteed dan aan top-40 singles.
- in Japan kun je je mobiel voor steeds meer dingen gebruiken: zo kun je inmiddels ook betalen door je creditcard te koppelen aan je mobieltje. Uitbreiding functies: M-Commerce.
- 'Gewone' business ziet dit ook en probeert in te spelen op mobiele consument: McDonalds laat ringtones downloaden via apparaat in vestigingen.

Opvallend is dat er minder idolen bestaan rond mobiele technologie dan rond eerdere technologieën (zoals James Dean & de auto; Neil Armstrong & ruimtevaart; allerlei radio/TV/filmsterren; internet-helden, etc.).

Play:

// serieus vs. play

Mobiele communicatie opvallend vaak niet-instrumenteel: "ik bel zomaar", uit betrokkenheid bij ander. 'Gossip': roddel en smalltalk als niet-serieuze manier om betrokken te zijn bij de wereld. Is theorie over speels gedrag (o.a. 'play' als niet

doelrationeel maar als directe betrokkenheid op anderen/Umwelt, cf. Huizinga 1950) bruikbaar om mobiele identiteitsvorming te begrijpen?

Functioneert 'play' als bevrijder van het 'ik' van de stereotyperingen rond 'me' als object? Wordt individualiteit en uniciteit uitgedrukt d.m.v. play? "Ik ben een individu, geen (serieuze) machine" met een functie/doelrationaliteit. Speelsheid is aldus de essentie van menselijkheid (Schlick in Hanfling 1987: 64). Play is tevens een vorm van machtsuitoefening - symbolische superioriteit en dominantie - over de machine, doordat het iets is wat de machine niet kan, alle AI ten spijt. Is dit een manier waarop de mens de machine als extensie van het lichaam aan zich onderwerpt?

// echt- onecht

Onderscheid wordt vaak gemaakt tussen private self (I) en public self (me) (Truch & Hulme 2004: 1). Private self is subject of agent die handelt in de wereld; public self is object waarop door zelf en anderen gereflecteerd wordt. Zou je 'play' als de subjectieve immersie in de virtuele wereld van de mobiele communicatie kunnen zien als een poging om authenticiteit te restaureren in de 'artificiële' wereld? Of is 'play' een voortdurend bewustzijn van het 'onechte' van deze wereld?

Dit kun je koppelen aan de waar te nemen neiging van mensen om met behulp van mobiele devices hun leven te 'loggen', een draagbare identiteit te scheppen (real time delen van ervaringen, telefoneren als 'bewijs': "ik was er"; camera's & snapshots; eigen muziek mee op iPod; alle SMS berichten bewaren). Op welke manieren wordt hiermee een authentiek public self geconstrueerd en aan anderen getoond?

"draagbare identiteit": je muziek, je foto's, je adressen/netwerk, alles op zak en binnen handbereik. iPod en PDA als draagbare persoonlijkheid. Maakbaar, ook overdraagbaar, geen 'groot verhaal': volgend jaar een nieuw model.

// literatuur

Geser, Hans

2004 *Towards a Sociological Theory of the Mobile Phone*. University of Zurich http://socio.ch/mobile/t_geser1.pdf

Huizinga, Johan

1950 *Homo Ludens. A Study of the Play-Element in Culture*. Boston: The Beacon Press.

Schlick, Moritz

1987 *On the Meaning of Life*. In: Oswald Hanfling (ed.) *Life and Meaning, a reader*. Oxford: Blackwell.

Truch, Anna & Michael Hulme

2004 *Exploring the implications for social identity of the new sociology of the mobile phone*. Centre for the Study of Mobile, Technology, and Culture (UK). <http://www.csmtc.co.uk/pieces/Mobile.pdf>