

## 'Playful Identities' 2005 - Internet Identity

Faculteit der Wijsbegeerte (Erasmus Universiteit Rotterdam) en de Faculteit der Letteren (Universiteit van Utrecht)

### Onderzoeksvoorstel "particulier producentschap online en identiteit" - Michiel de Lange

**NYTimes:** *"People outraged when they found out after three years that weblog by lesbian Plain Layne was fake"*<sup>1</sup>

**Blog Loïc Le Meur:** *"French blogger arrested by the Police because of his blogging"*<sup>2</sup>.

**Bill Gates:** *"Restricting IP rights is tantamount to communism"*<sup>3</sup>.

**Open Source Forge:** *"Join our freedom!"*<sup>4</sup>.

**Slashdot:** *"News for nerds. Stuff that matters"*<sup>5</sup>.

// Inleiding

Internet is een plek waar mensen individuele en culturele identiteiten construeren. Hoe gebeurt dat? Verschilt dit van de wijze waarop identiteit geconstrueerd wordt in real life? Dit onderzoeksvoorstel begint met een beschrijving van het begrip identiteit en een uitleg waarom de metafoor van 'ludische' identiteit geschikt zou kunnen zijn om de constructie van online identiteiten te begrijpen. Het voorstel gaat kort in op wijze waarop online constructies van individuele- en groepsidentiteiten 'van buitenaf' gestructureerd worden door processen van globalisering. Vervolgens zal ik aangeven waarom onderzoek naar veranderingen in particulier producentschap belangrijk is voor de studie naar identiteitsconstructie. Ten slotte ga ik dieper in op twee cases die ik wil onderzoeken: weblogs en de open source gemeenschap.

// Identiteit

Identiteit kan worden opgevat als de constructie rond het 'zelf' waarmee mensen richting, betekenis, waarde en zin geven aan hun leven (Castells 1997: 6-12). Mensen verhouden zich door middel van hun identiteit tot de wereld, tot andere mensen en tot henzelf. Identiteit is geen onveranderlijke grootheid maar verandert per context en in de tijd. Lange tijd gold dat groepsidentiteit in hoofdzaak bepaald werd door instituties als gezin, religie, etniciteit en natiestaat. Overeenkomstigheid met anderen (het *idem* uit identiteit) was het belangrijkste kenmerk van identiteit.

Auteurs als Castells wijzen op de teloorgang van 'traditionele' instituties in de constructie van culturele identiteit onder invloed van globalisering (ibid: 254). Nieuwe betekenisgevers nemen hun plaats in, zoals de materiële artefacten waarmee mensen zich omringen, de plaatsen waarin zij zich begeven, de vrienden en kennissen die zij uitzoeken en de voortdurende expressie van hun persoonlijke interesses, meningen en smaken. Goffman maakt in zijn invloedrijke onderzoek naar moderne identiteiten in een stedelijke setting een onderscheid tussen frontstage en backstage, waarbij publieke ruimtes de podia zijn waar mensen zelf decors, requisieten en medespelers uitzoeken om hun identiteit mee te 'performen' in een voortdurende poging om aan 'impression management' te doen (1959: 17). Het lijkt alsof juist onderscheiding ten opzichte van anderen tegenwoordig een steeds belangrijker onderdeel is van individuele identiteit. "We willen massaal anders zijn", of toch niet?

Naast deze plaatsafhankelijke context is ook de factor tijd van belang in de constructie van identiteit als dynamisch proces. In de narratieve identiteitstheorie van Ricoeur heerst de opvatting dat mensen hun leven construeren als een tekst, opgebouwd door 'lezing' van omgevingsfactoren en reflectie op het zelf. Deze metafoor past in een lange westerse literaire traditie gestoeld op de lineaire chronologie van een consistente tekst.

De deconstructie van chronologische tijd is met de opkomst van digitale media definitief doorgedrongen tot het dagelijks leven. Het internet met zijn gehyperlinkte webstructuur noopt tot verandering van deze voorstelling. Mensen interacteren online op een meer diffusere en 'zap'-achtige wijze en komen makkelijker in contact met gelijkgestemden. Is dit louter van invloed op de manier waarop identiteiten online worden

---

1 Zie [plainlayne.dreamhost.com](http://plainlayne.dreamhost.com). NYTimes artikel "Wry Hoaxes Enliven the World of Web Diarists" 29 juli 2004.

2 Zie [www.loiclemeur.com](http://www.loiclemeur.com) 15 mei 2004. De gearresteerde blogger schrijft op [www.monputeaux.com](http://www.monputeaux.com).

3 Bron: <http://insight.zdnet.co.uk/software/windows/0,39020478,39183197,00.htm>. 6 januari 2005.

4 Zie [www.osforge.com](http://www.osforge.com).

5 Zie [Slashdot.org](http://Slashdot.org).

geconstrueerd? Of werkt dit ook door in real life identiteitsconstructie? Turkle (1995) meent van wel. Volgens haar spelen mensen gelijktijdig meerdere rollen in parallele 'windows', waarbij real life slechts één van die 'windows' is. Is dit beeld correct of zijn mensen toch consistent en eenduidiger in de manier waarop zij hun identiteit construeren?

#### // Spel

De oude metafoer voor identiteitsconstructie schiet tekort. Een 'ludische identiteitstheorie' lijkt een bruikbare nieuwe metafoer te zijn. Het internet kan worden voorgesteld als een podium voor ludisch gedrag waarbij het publiek de voorstelling zelf manipuleert. De snelheid van het web heeft als gevolg dat er veel spontaner, informeler en 'speelser' gereageerd wordt. Speelsheid kan omschreven worden als: actief: zelf meedoen, geen louter passieve receptie van externe stimuli; onvoorspelbaar: uitkomsten staan niet vast; gemeenschappelijk: dezelfde regels volgen; fantasie: samen een (schijn)wereld creëren; participierend: anderen uitnodigen en de ruimte geven voor eigen inbreng; niet-lineair: geen vastomschreven procedures en tijdsspanne; niet-serieus: ruimte voor ironie en inconsistenties; transgressie: het overkomen van fysieke, sociale, culturele beperkingen. Hoe bruikbaar is deze metafoer?

#### // Globalisering

De rol van ICT in samenlevingen moet begrepen worden in de context van het krachten spel tussen globalisering en lokale toe-eigening (Van Binsbergen in De Mul (red.) 2002: 96-115 <sup>6</sup>). Enerzijds verbindt het internet lokale economieën, gemeenschappen en culturen met een wereldwijde flow van ideeën en goederen. Anderzijds kant biedt het internet plaats aan de uiting en beleving van lokale identiteiten in 'niches' en eigenen nieuwe elites zich het internet toe als lokale objecten van prestige en macht. Aan de ene kant levert ICT utopische beloftes voor vooruitgang en ontwikkeling, aan de andere kant vormt de globalisering van markten die mede mogelijk wordt gemaakt door ICT juist een bedreiging voor lokale economieën.

Er zijn verschillende 'globaliserende' processen gaande in het digitale domein die van invloed zijn op de manier waarop mensen hun identiteit construeren. Zo 'onderwerpt' het internet zijn gebruikers op fysieke wijze door de dominantie van het Engels als voertaal, de vaardigheden waarover internetgebruikers moeten beschikken zoals kunnen lezen en typen en in een diffuus aanbod van informatie de weg te kunnen vinden. Daarnaast stelt het internet financiële voorwaarden: toegang is er alleen voor hen die het kunnen betalen. En het internet schrijft voor hoe mensen zich dienen te gedragen aan de hand van netiquette. Global business eigent zich delen van het internet toe: er bestaan uitgebreide extranetten die beperkt of niet toegankelijk zijn; MSN is een besloten portal met zijn eigen regels; Google dicteert de manier waarop informatie gewogen, ontsloten en gevonden wordt <sup>7</sup>; softwarebedrijven schrijven door middel van restrictieve EULA's voor hoe software gebruikt mag worden. (Trans)nationale overheden proberen eveneens greep te krijgen op het internet: er bestaan Europese plannen om persoonsgegevens van internetgebruikers op te slaan en te bewaren; in de VS worden intellectueel eigendoms wetten steeds verder aangescherpt; software kan in de EU wellicht gepatenteerd worden in de toekomst. De globale economie is steeds op zoek naar nieuwe markten en dwingt werknemers om overal en altijd bereikbaar te zijn. Vooral westerse culturele symbolen en waarden worden steeds vaker wereldwijd geproduceerd en verspreid via nieuwe media.

#### // Probleemstelling

De online wereld is geen volledig 'vrije ruimte'. Er zijn structurende invloeden actief die afbakenen en voorschrijven hoe men zich in deze ruimte kan en mag gedragen. Oude metaforen van het internet als een *new frontier*, een plek waar alles mogelijk is, waarin fysieke beperkingen volledig worden opgeheven, blijken niet houdbaar. Het internet heeft het karakter van een arena waar verschillende partijen strijd voeren over ideeën en belangen.

Een van de meest in het oog springende vormen van strijd op dit moment is de spanning tussen een mondiale entertainmentindustrie die koste wat het kost probeert grip te houden op de productie en distributie van artistieke producties en de media voor het verspreiden hiervan. Hiertegenover staat een groeiende groep mensen die zich hiertegen afkeert en zelf de productie en distributie van creatieve producten in handen neemt

---

<sup>6</sup> Ook in mijn afstudeerscriptie staat deze spanning centraal (De Lange 2001: 65 - 81)

<sup>7</sup> De Franse regering wil een Europese tegenhanger van Google, uit angst voor een Amerikaanse culturele dominantie op internet.  
(<http://www.zibb.nl/nieuws/bedrijfsleven/nieuwsbericht/asp/artnr/954397/versie/1/index.html>)

en wil houden. Verschillende 'oude' massamedia ondergaan een transformatie op internet. Kranten worden weblogs. Radio wordt webcast en – recenter - Podcast. Televisie wordt TV OnDemand. In de muziekbranche worden oude distributiewijzen links en rechts ingehaald door P2P, online muziekwinkels en netlabels. De filmindustrie ziet met lede ogen hoe nieuwe releases al voor de première op internet te downloaden zijn. Ook bestaan er diverse online platforms waarop onafhankelijke filmmakers hun werk publiceren als alternatief voor de real life infrastructuur die moeilijk binnen te komen is.

Een andere strijd is die tussen grote softwarefabrikanten en de open source beweging. Open source is software waarvan de broncode (de taal waarin een programma geschreven is) vrij in te zien, te verspreiden en te modificeren is <sup>8</sup>. Bekende voorbeelden van open source projecten zijn Linux (besturingssysteem), Apache ('s werelds meest gebruikte webserver), Mozilla (internetpakket met browser, mailclient, etc.) en OpenOffice.org (office-suite). De beweging is in de jaren tachtig ontstaan in een academische traditie van cumulatieve kennisontwikkeling. De gedachte is dat innovatie snel kan toenemen wanneer velen een klein deel van het werk doen en hun resultaten delen met anderen. In de open source filosofie zou de technologische 'basis' waarop een samenleving draait een gemeenschappelijk goed moeten zijn. Commerciële softwareproducenten ondermijnen dit met de introductie van propriëtaire protocollen en restrictieve licentievoorwaarden.

De organisatie van open source ontwikkeling kenmerkt zich door los-vaste structuren van 'professionele amateurs' die meestal volledig virtueel samenwerken met andere ontwikkelaars over de hele wereld. Meestal is er per project sprake van een kernteam van programmeurs, een laag eromheen van reguliere contribuanten en mensen die artwork maken en documentatie schrijven en daaromheen een laag van mensen die feedback geven en bugreports indienen. Op basis van hun verdiensten kunnen participanten meer prestige krijgen in de gemeenschap. De laatste paar jaar zijn steeds meer grote fabrikanten zoals IBM, HP, SUN en Novell bezig met hun eigen open source strategieën. Dit wordt in de open source gemeenschap met gemengde gevoelens bekeken. Aan de ene kant lijkt dit de oorspronkelijke niet-commerciële ethiek aan te tasten. Tegelijkertijd beseffen steeds meer ontwikkelaars dat hun product een 'brand' is met een identiteit en bepaalde waarden die gecommuniceerd moeten worden, bijvoorbeeld om anderen aan te trekken.

// Verandering in particulier producentschap

Kenmerkend van beide vormen van 'strijd' is de verschuiving van min of meer passieve consumenten naar een actieve rol als producenten. Bekende theorieën van consumptie (Daniël Miller 1995) stellen consumptie voor als een vorm van empowerment en identiteitsvorming voor mensen die zelf geen toegang hebben tot de productiemiddelen en -processen. Consumptie is steeds vaker dé manier om je in de wereld te kunnen uiten. Dankzij nieuwe technologie verschuiven de machtsverhoudingen en krijgen 'prosumers' toegang tot hun eigen productiemiddelen en distributiekanaal <sup>9</sup>.

In de transformatie van producentschap onder invloed van nieuwe technologie zijn een aantal tendensen waar te nemen. Individueel producentschap online wordt gekenmerkt door geprofessionaliseerd amateurisme <sup>10</sup>, waarbij 'hobbyisten' kwalitatief hoogwaardig werk produceren. De organisatievorm en sociale structuur van productie verschuift van lineaire en hiërarchische structuren naar een *swarm* model van genetwerkte individuen en gemeenschappen met veelvuldige interacties tussen producenten en consumenten. In ruimtelijk opzicht vindt productie steeds meer plaats buiten gevestigde instituties in virtuele omgevingen en op eigen 'podia'. De culturele en morele percepties van productie verschuiven in de richting van een "*gift culture*" (Bergquist 2003: 223 - 241) waarbij het 'belangeloos' weggeven tot norm is verheven. Percepties van intellectueel eigendomsrecht zijn aan verandering onderhevig op het internet. Himanen betoogt in *The Hacker Ethic* dat betekenis en waarde in onze levens verkregen wordt door een versmelting van een werk- en vrije tijds-identiteit en passie en creativiteit in hetgeen je doet (2001).

// Centrale onderzoeksvraag

Deze transformaties in individuele- en groepsexpressie roepen vragen op over de verschuiving in de identiteitsconstructie van mensen. De centrale onderzoeksvraag luidt: In hoeverre en op welke manieren dragen veranderingen in individueel en gemeenschappelijk producentschap in een online omgeving bij aan de vorming

---

8 Sommige licentievormen zoals de GNU/GPL staan modificatie toe wanneer je de wijzigingen ook weer teruggeeft aan de gemeenschap.

9 Bijvoorbeeld op Threadless.com, waar mensen zelf design voor T-shirts kunnen uploaden en door andere bezoekers gekozen wordt welke shirts daadwerkelijk gedrukt worden en te bestellen zijn.

10 Charles Leadbeater noemt dit de 'Pro-Am revolution' (Leadbeater & Miller 2004).

van nieuwe identiteiten?

// Deelvragen

De centrale onderzoeksvraag valt uiteen in een aantal deelvragen:

Hoe is het particulier producentschap veranderd onder invloed van nieuwe technologie en globalisering?

In hoeverre kan particulier producentschap opgevat worden als een vorm van ludische expressie van identiteit?

Welke inzichten kan een theorie van ludische expressie bieden in de recente transformaties in producentschap?

Welke belemmeringen ervaren particulier producenten en hoe is dit van invloed op de constructie van hun identiteit?

Welke strategieën hanteren producenten om onder deze belemmeringen uit te komen en om hun expressiemogelijkheden te waarborgen?

Zijn er verschillen tussen een volledig virtuele identiteit (bestaat die?) en een real life identiteit gecombineerd met een online component?

Deze vragen zullen onderzocht worden aan de hand van twee cases waarin expressie centraal staat.

// Individuele identiteiten: blogs

Blogs (Weblogs), vlogs (videologs) en podcasts (radioprogramma's voor op een draagbare mp3-speler) zijn individuele expressievormen waarmee de maker geeft een inkijkje in zijn leven. Soms gaat het over een specifiek onderwerp, maar vaak staan de dagelijkse besommeringen en persoonlijke interesses van de blogger centraal. Vragen die gesteld worden bij deze case:

Wat is de aantrekkingskracht van blogs voor schrijvers?

Op welke manieren fungeren weblogs als platform voor persoonlijke expressie?

Wat zijn mechanismes waarmee bloggers hun identiteit uitdragen als 'authentiek'?

Waarom trekken van blogs van 'gewone mensen' zulke grote lezersaantallen?

Welke rol spelen blogs in de identiteitsconstructie van bezoekers?

// Gemeenschappelijke/culturele identiteiten: open source gemeenschap

Open source ontwikkelaars en gebruikers construeren gemeenschappelijke identiteiten rond bepaalde projecten, gedeelde idealen binnen een overeenkomstige losse organisatievorm met een 'speelse' werkwijze. Open source hang-outs zijn Slashdot en Sourceforge en in Nederland mozbrowser.nl. Vragen bij deze case zijn:

Welke gedeelde waarden zijn kenmerkend voor de identiteit van leden van de open source gemeenschap?

Welke mechanismen bestaan er voor toetreding tot- en uitstoting van de gemeenschap?

In hoeverre is er sprake van een *resistance identity* of juist een *project identity* (Castells 1997: 8)?

In hoeverre verschillen Nederlandse open source gemeenschappen van 'globale' gemeenschappen?

// Methoden

De voornaamste manier om antwoorden te verkrijgen op de gestelde vragen is de typisch antropologische methode van participerende observatie. Langdurig verblijf en veelvuldige interactie met bezoekers van specifieke websites zal worden aangevuld met interviews en tekstanalyse.

Naast de tijdsplanning en methoden in het werkprogramma zoals te vinden in het NWO projectvoorstel 'Playful Identities' wil ik ook graag experts van buitenaf betrekken in het onderzoek. Te denken valt aan Pekka Himanen (Helsinki Institute for Information Technology), Charles Leadbeater (consultant knowledge economy), Geoff Mulgan (director Institute of Community Studies London), Richard Rogers (Govcom.org, ook voor *information mapping*), Michiel Schwarz (onderzoeker technology and culture), Geert Lovink (lector HvA), Lenie Brouwer (onderzoeker VU), Rishab Aiyer Ghosh (MERIT) e.a.

// Literatuur

Achterhuis, Hans (ed.)

1992 De Maat van de Techniek: zes filosofen over techniek. Baarn: Ambo.

Anderson, Benedict

1995 Verbeelde Gemeenschappen: bespiegelingen over de oorsprong en de verspreiding van het nationalisme. Amsterdam: Mets (oorspronkelijke Engelse uitgave uit 1983).

Bergquist, Magnus

2003 Open-Source Software Development as Gift Culture: Work and Identity Formation in an Internet Community. In: Christina Garsten & Helena Wulff (eds.) New Technologies at work: people, screens, and social virtuality. Oxford: Berg.

Castells, Manuel

1996 The Information Age: Economy, Society and Culture vol.1: The Rise of the Network Society. Oxford: Blackwell.

Castells, Manuel

1997 The Information Age: Economy, Society and Culture vol.2: The Power of Identity. Oxford: Blackwell.

Goffman, Erving

1959 The Presentation of Self in Everyday Life. New York: Doubleday.

Himanen, Pekka

2001 The Hacker Ethic and the Spirit of the Information Age. New York: Random House.

Lange, Michiel de

2001 Dunia Digit@l: internet en moderniteit in Indonesië 2000. eindschriftie studie Culturele Antropologie, Universiteit van Amsterdam. (<http://www.bijt.org/scriptie/duniadigital.pdf>)

Leadbeater, Charles & Paul Miller

2004 The Pro-Am Revolution: How enthusiasts are changing our economy and society. (<http://www.demos.co.uk/catalogue/proameconomy>)

Miller, Daniel

1995 *Consumption as the vanguard of history: a polemic by way of an introduction*. in: Miller, Daniel (ed.) Acknowledging Consumption: a review of new studies. (p. 1-57) London: Routledge.

Mul, Jos de (red.)

2002 Filosofie in Cyberspace: reflecties op de informatie- en communicatietechnologie. Kampen: Klement.

Turkle, Sherry

1995 Life on the Screen: Identity in the Age of the Internet. New York: Simon & Schuster.