

Assia Kraan

## Publiek handelen middels geo-annotatie

## Sociale ontmoetingen door middel van locatieve mediakunst

Locatieve mediakunst maakt artistiek gebruik van locatie- en tijdbewuste media om sociale ontmoetingen te bevorderen tussen gebruikers van plekken. Het sociale contact wordt doorgaans via een

pc beleefd. Is de gedeelde plek slechts aanleiding of ook locatie voor sociale activiteit, vraagt Assia Kraan zich af.

Het gebruik van digitale media heeft in de afgelopen decennia de traditionele publieke ruimte veranderd in een hybride ruimte, stelt Eric Kluitenberg in de inleiding van deze *Open*.<sup>1</sup> Elektronische netwerken verweven zich met de sociale, politieke en fysieke ruimte, waardoor het gebruik en de beleving van het publieke een nieuwe dimensie krijgt. De nieuwe hybride ruimte vraagt tevens om nieuwe vormen van publiek handelen.<sup>2</sup> Het creëren en mogelijk maken daarvan kan alleen als de gebruikers van de hybride ruimte de invloed van de relatief onzichtbare digitale structuren leren zien en zich de technologie ervan waar mogelijk toeëigenen voor alternatief gebruik. De praktijk bijvoorbeeld waarbij *Google Maps*,<sup>3</sup> hoewel vanuit een commercieel oogpunt, gebruikers een blik op de wereld biedt die voorheen voorbehouden was aan het Amerikaanse leger, is een succesvol voorbeeld van het eigen maken van – in dit geval GPS – technologie.

Locatieve mediakunst kan, vanwege haar meer experimentele en kritische exploraties, op dit gebied nieuwe mogelijkheden aan het licht brengen.<sup>4</sup> Door digitale technologieën te hanteren voor publiek handelen, kan ze gebruikers de hybride ruimte doen begrijpen en sociale activiteit tot

1. Kluitenberg introduceert de term hybride ruimte en problematiseert het publieke handelen daarin, vanwege de steeds onzichtbaarder wordende digitale technologie.

2. In dit essay hanteer ik 'publiek handelen' om 'openbare menselijke activiteit in de publieke ruimte om een sociaal effect mee na te streven' mee aan te duiden.

3. <http://maps.google.com/> geraadpleegd op 25-08-2006

4. De term *locative media* werd in 2001 door de Canadese mediaonderzoeker Karlis Kalnins geïntroduceerd en in 2003 gepubliceerd in de *Acoustic Space Reader* (Rixc Center for New Media Culture) als een 'testcategorie' voor mediakunst die de interactie

stand brengen. Een bepaald type locatieve mediakunst die werkt met geo-annotatie, vormt gemeenschappen van gebruikers die iets bijzonders met elkaar delen: hun ervaringen van een specifieke ruimte. Zij geven betekenis aan de hybride ruimte en vormen op basis daarvan sociale relaties. In de betekenisgevende activiteiten van deze sociale gemeenschappen door middel van geo-annotatie manifesteert zich een nieuwe vorm van publiek handelen in de hybride ruimte.

Locatieve mediakunst hanteert locatieve media om ruimte te annoteren en om mensen bij elkaar te brengen. Maar wat zijn de specifieke kenmerken van locatieve media en waarom zijn die dan geschikt voor publiek handelen in de hybride ruimte? Een nadere bestudering van de begrippen ruimte en plek en van voorbeelden van locatieve mediakunst met geo-annotatie lijkt noodzakelijk.

### Hybride ruimte

De nieuwe hybride ruimte vereist een ander begrip van het concept 'ruimte'. Met behulp van Henri Lefèbvre's opvatting van ruimte kunnen we de hybride ruimte mogelijk beter begrijpen.<sup>5</sup> Het actuele discours over 'ruimte' staat onder invloed van diens in de jaren zeventig geïntroduceerde theorie, dat ruimte bestaat uit een wis-

tussen de virtuele ruimte van internet en de fysieke ruimte verkennt. Met de term *locative media* wordt tegenwoordig zowel verwezen naar locatie- en tijdbewuste media, alsook naar deze vorm van mediakunst. Dit is verwarrend en daarom wordt in dit essay 'locatieve mediakunst' gehanteerd om te verwijzen naar artistieke praktijken die het gebruik van locatieve media in de hybride ruimte verkennen.

5. *La production de l'espace* van Henri Lefèbvre uit 1974 kwam in 1991 uit als *The Production of Space* en kreeg daarmee bekendheid bij Angelsaksische theoretici.

selwerking tussen fysieke, mentale en sociale ruimte, en dat ze in beweging is. De huidige hybride ruimte zou dan begrepen kunnen worden als een ruimte in beweging en een wisselwerking tussen fysieke, sociale, mentale én virtuele ruimte. Deze ruimte wordt niet alleen gevormd door materialiteit en sociale en politieke acties, zoals Lefèbvre stelde, maar ook door digitale technologie.

Vanuit een elementaire overlevingsdrang probeert men de wereld om zich heen te begrijpen; vervolgens handelt men naar het daarbij gevormde ruimtelijke concept, aldus de stedelijk planoloog Kevin Lynch en de sociaal-geograaf Yi-Fu Tuan.<sup>6</sup> Dit gaat waarschijnlijk ook op voor mensen in de hybride ruimte. Het onderscheid dat Michel de Certeau maakt tussen de feitelijke stad (de fysiek beleefde en ervaren stad) en het concept van de stad (het rationele, geordende model van de stad) is hier van toepassing.<sup>7</sup> Met de overgang van traditionele ruimte in hybride ruimte verandert het concept dat mensen van de stad hebben, en dat bepaald wordt door ervaringen uit het alledaagse leven. Precies dit wordt thans geproblematiseerd door de ontwikkeling waarbij digitale technologie onzichtbaar de ervaringen van mensen in de publieke ruimte beïnvloedt en daardoor hun beeldvorming en handelen, zonder dat ze zich hiervan bewust zijn. Wanneer mensen de kenmerken en werking van digitale media leren kennen en gebruiken, zullen ze het

6. K. Lynch, *The Image of the City* (Cambridge: MIT press & Harvard University press, 1962); Y.-F. Tuan, *Space and Place* (Minneapolis: University of Minnesota Press, {1977} 2003).

7. M.D. de Certeau, *The Practice of Everyday Life* (Los Angeles: University of California Press, {1984} 1988).

karakter van de hybride ruimte beter begrijpen en die ruimte beter kunnen hanteren. Hun ruimtelijk concept moet als het ware worden bijgesteld, opdat ze beter kunnen functioneren in de huidige publieke ruimte. Mogelijkheden hiervoor liggen in alternatief gebruik van digitale technologieën en in het uitwisselen van ruimtelijke concepten met anderen, zoals in locatieve mediakunst gebeurt.

### Mentale kaarten

Mensen vormen hun ruimtelijk concept door de publieke ruimte te ordenen en er betekenis aan te geven. In de ruimte vormen ze plekken. Plek en ruimte zijn verschillende noties en moeten duidelijk worden onderscheiden. Angelsaksische theoretici hebben het over *space* (ruimte) en *place* (plaats of plek). Hier wordt 'plek' gehanteerd, omdat het alternatief 'plaats' de lading niet goed dekt. 'Plaats' wordt bijvoorbeeld gebruikt om de fysieke ruimte van een nederzetting mee aan te duiden, terwijl 'plek' verwijst naar de betekenis die een fysieke ruimte heeft voor iemand. Een plek kan worden omschreven als een complex geheel van fysieke kenmerken, culturele ervaringen, geschiedenis en persoonlijke logica. Geografen richten zich op de navigatiekenmerken van plekken, maar de computerwetenschappers Paul Dourish en Steve Harrison benadrukken een esthetische kwaliteit. Zij erkennen de functie van plekken om de wereld creatief toe te kunnen eigenen en beschrijven plekken als "geëvolueerde sets van gedrag, geworteld in ons vermogen om aspecten van de wereld creatief toe te eigenen, te organiseren en te gebruiken voor onze behoeften."<sup>8</sup>

Om hybride ruimte te begrijpen en eigen te maken is het vormen van een ruimtelijk concept essentieel, omdat op basis van dit concept de ruimte betekenis krijgt en de gebruiker erin kan overleven. Psycholoog Stephen Kaplan stelt dat gebruikers met de informatieverwerkende mechanismen die mensen van nature hebben, informatie organiseren in een cognitieve (mentale) kaart. In 1913 sprak geograaf Charles Trowbridge al over denkbeeldige kaarten, oftewel mentale kaarten. Hij had opgemerkt dat sommige mensen zich beter konden oriënteren dan andere. De verklaring hiervoor zocht hij in hun informele, denkbeeldige kaarten, die waren opgebouwd rond de locatie van hun thuis. Zolang men op bekend terrein bleef (en dus op de denkbeeldige kaart) kon men de weg vinden. Trowbridge doelde met de mentale kaart op de waargenomen ruimte, maar volgens Kevin Lynch bestaat die ook uit geconceptualiseerde ruimte. Volgens Lynch vormt het tweerichtingsproces tussen de bewoner en zijn omgeving de mentale kaart. De omgeving suggereert onderscheid en relaties, en de bewoner selecteert, organiseert en kent betekenis toe aan wat hij ziet, vanuit zijn eigen belangen. Een mentale kaart is voortdurend in ontwikkeling, vanaf het moment dat de gebruiker in relatie staat tot de ruimte, dus vaak vanaf de kindertijd.<sup>9</sup>

Om als gebruiker de invloed van hybride ruimte op publiek handelen te beseffen, is het noodzakelijk om

8. P. Dourish en S. Harrison. *Re-Place-Ing Space: The Roles of Place and Space in Collaborative Systems*. Computer Supported Cooperative Work (Boston: ACM, 1996).

9. In de masterscriptie *Citysense* behandel ik uitgebreid de vorming van plekken door individuen en de rol die locatieve mediakunst daarin kan spelen. [http://www.assia.nl/docs/scriptie\\_A.Kraan.pdf](http://www.assia.nl/docs/scriptie_A.Kraan.pdf)

het karakter van die ruimte te begrijpen. De traditionele mogelijkheden voor publiek handelen worden aangevuld met de nieuwe mogelijkheden die de huidige verschuiving van het ruimtelijk karakter van het publieke domein biedt. Daar waar de traditionele wijze van publiek handelen niet overweg kan met het netwerk van elektronische elementen, dient het publiek de hybride ruimte, die door de genoemde verschuiving ontstaat, operationeel te maken door dat netwerk te zien als deel van de publieke ruimte. De hybride ruimte kan dan onderdeel worden van ieders mentale cartografie. Wat de gebruikers van de publieke ruimte rest, is toegang krijgen tot het nieuwe publieke domein, middels technologie die het hybride karakter van de ruimte benut. Locatieve mediakunst biedt zo'n toegang.

### Geo-annotatie versterkt sociaal contact

Locatieve mediakunst vindt plaats in de publieke ruimte, en maakt artistiek gebruik van locatieve media. In locatieve mediakunst met geo-annotatie worden mogelijkheden voor publiek handelen geëxploreerd. Kunstenaars hanteren locatieve media op artistieke wijze om mensen aan te zetten tot het gebruik van technologie en om hun betekenisgeving aan plekken te annoteren en uit te wisselen.<sup>10</sup> Dit kan resulteren in een beter begrip van de aard en werking van technologie bij gebruikers en in de vorming van een gemeenschap rond de plek.

10. Locatieve media worden naar de definitie van Karlis Kalnins beschouwd als 'locatie- en tijdbewuste media'. Bijvoorbeeld GPS-technologie, mobiele en vaste netwerken, in combinatie met PDA, smartphone of laptop.

De kunst- en designtheoreticus Malcolm Miles onderscheidt als vormen van publieke kunst 'integratiekunst', 'handwerk in het ontwerp van de gebouwde omgeving', en 'interventie van kunstenaars in de publieke ruimte'.<sup>11</sup> Locatieve mediakunst zou je als een vorm van interventiekunst kunnen

11. M. Miles, *Art, Space and the City* (Londen: Routledge, {1997} 1999).

beschouwen. Ze intervenueert in de publieke ruimte om omgevingsbewustzijn te creëren, oftewel een aandachtig waarnemen van de fysieke omgeving met gevoel voor de betekenis van plekken.

In het project (*Area*)code (2004)<sup>12</sup> van het kunstenaarscollectief Centrifugalforces bijvoorbeeld, onthullen gebruikers met behulp van SMS betekenissen van specifieke plekken in Manchester, die op die manier heel aandachtig beleefd kunnen worden. Locatieve mediakunst toont niet alleen het omgevingsbewustzijn van gebruikers, maar is zelf ook omgevingsbewust. Dit is haar kracht: ze kan de ruimtelijke positie van de gebruiker vaststellen en die relateren aan andere locaties en locatieve informatie.

12. <http://www.areacode.org.uk/> geraadpleegd op 25-08-2006.

Naast het artistieke gebruik van technologie is het interactieve karakter, waarbij gebruikers meewerken om het kunstwerk tot stand te brengen, ook een kenmerk van locatieve mediakunst. De rol van de kunstenaar als initiator en de trend om gebruikers te laten deelnemen aan het kunstwerk, zijn historisch te herleiden tot de 'happenings'. Een happening is een specifieke dramatische activiteit die zijn oorsprong vond in dadaïstisch werk van 1916-21 en in de surrealistische kunst die daarop volgde. Het

werk *18 Happenings in 6 Parts* (1959) van de Amerikaanse kunstenaar Alan Kaprow is toonaangevend geweest voor deze kunststroming en definieerde de elementen van een happening: het publiek is tegelijk toeschouwer en deelnemer; acties en gebeurtenissen gebeuren simultaan zoals in het dagelijks leven; het 'toneel' van de performance is virtueel oneindig en het acteerwerk is grotendeels improvisatie. Bij de vroege happening ging het nog om 'mens-mens interactie', maar met de introductie van technologieën in performances ging het ook om 'mens-machine interactie'.

Het gebruik van (locatieve) mediatechnologie in het kunstwerk vindt haar oorsprong in de verrichtingen van het Amerikaanse collectief Experiments in Art and Technology (E.A.T.) (1966), één van de eerste initiatieven waarbij artistiek met technologie werd geëxperimenteerd en de interactie tussen mens en machine werd verkend. Brachten ingenieurs Billy Klüver en Fred Waldhauer en kunstenaars Robert Rauschenberg en Robert Whitma technici en kunstenaars samen om te werken aan performances die nieuwe technologieën incorporeerden, E.A.T. realiseerde zich dat kunstenaars konden bijdragen aan de ontwikkeling van technologieën en ontwikkelden interdisciplinaire projecten waarin kunstenaars en technici participeerden. In de jaren zeventig leidden de opkomende hardwaretechnologieën in communicatie, data processing en -controle tot een nieuwe generatie softwaresystemen waarin kunstenaars geïnteresseerd waren.

Er bestaat geen gangbare classificatie van typen locatieve mediakunst, maar incidenteel worden termen als geo-an-

notatie, 'geo-tagging' en 'collaborative mapping' gehanteerd om locatieve mediakunstprojecten mee aan te duiden. Bij geo-annotatie worden locatieve media artistiek ingezet om een verbinding tot stand te brengen tussen publieke ruimte en gebruikers, tussen de hybride ruimte en de mentale ruimte. De wereld wordt als het ware leesbaar gemaakt via een transparante interface tussen ruimtelijk object en de ruimtelijke metadata die eraan gekoppeld zijn. Gebruikers worden locatieve media in handen gegeven om hun betekenisgeving aan plekken te annoteren. Aan geografische coördinaten of posities in het digitale netwerk worden beeld, geluid en tekst gekoppeld door alles op te slaan in een database, vaak op een website. Deze locatieve informatie wordt inzichtelijk gemaakt in een kaart die op de website wordt geplaatst, toegankelijk voor iedereen. Aangeleverde annotaties worden in relatie geplaatst met andere informatie en krijgen daardoor context. Gebruikers kunnen annotaties op de website bekijken, met behulp van een PDA, smartphone, laptop of pc.

#### 'Auteurschap gebaseerd op plek'

Kortom, betekenissen van plekken kunnen met geo-annotatie worden geregistreerd en vervolgens worden gedeeld met vreemden en bekenden. Het kunstproject *City Songlines* (2003)<sup>13</sup> van ondermeer Karlis Kalnins is een voorbeeld van geo-annotatie. Bij dit project werd een kaart van Utrecht gevormd op basis van gemeenschappelijke annotatie. Gebruikers konden op de website van *City Songlines* een inter-

13. <http://www.gpster.net/songlinesredux.html> geraadpleegd op 25-08-2006.

actieve kaart maken en beeld, geluid en tekst koppelen aan specifieke locaties rond het Centraal Museum in Utrecht. Gebruikers in de fysieke ruimte hadden met hun PDA's en smartphones toegang tot de berichten.

De onderzoeksstudio Proboscis onderzocht met het project *Social Tapestries* de voordelen en kosten van het locatief in kaart brengen en delen van informatie. Op basis van haar bevindingen ontwierp zij het software platform *Urban Tapestries* (2004-nu)<sup>14</sup> dat sindsdien basis is geweest voor vele proefopstellingen van 'auteurschap gebaseerd op plek'. Bij dit annotatiesysteem ligt de nadruk op de 'draad' die een serie annotaties vormt, waardoor de context ervan inzichtelijk wordt gemaakt. Het project *GeoSkating* (2005-nu)<sup>15</sup> van Just van den Broecke is gebouwd op het software platform

14. <http://urbantapestries.net/> geraadpleegd op 25-08-2006.

15. <http://www.geoskating.com/> geraadpleegd op 25-08-2006.

*GeoTracing* en werkt vergelijkbaar als *City Songlines* en *Urban Tapestries*. Op de website zijn skateroutes in kaart gebracht, waarbinnen locaties met beeld en tekst zijn geannoteerd. Het bijzondere van dit project is dat specifieke gebruikers van de openbare ruimte, namelijk skaters, middelen in handen worden gegeven om hun specifieke beleving van de ruimte (zoals de kwaliteit van het asfalt) te annoteren. *Socialight* (2004-nu)<sup>16</sup> laat gebruikers niet alleen annotaties van de website halen, maar bombardeert gebruikers ook zelf met berichten wanneer ze zich op een specifieke locatie bevinden. Wanneer iemand zich in een 'stickshadow' (een bepaalde geogra-

16. <http://socialight.com/> geraadpleegd op 25-08-2006.

fische locatie) bevindt, ontvangt hij een berichtje met informatie over die locatie. Deze stickershadows (annotaties) worden door gebruikers zelf toegevoegd aan de website.

De positie van de gebruiker in de publieke ruimte is belangrijk bij geo-annotatie. Deze kan met behulp van verschillende technieken worden getraceerd. In het geval van *Cellspotting* (2005-nu)<sup>17</sup> gebeurt dat op basis van de positie in het mobiele netwerk, de 'cel' waar de gebruiker zich in bevindt. Dit project van Carl Johan Fomer helpt vrienden om elkaar te 'spotten' en voorziet gebruikers van locatiegebonden informatie. *Plazes* (2004-nu)<sup>18</sup> traceert gebruikers op basis van hun internet-connectie en maakt daarin geen onderscheid tussen pc- of mobiele mediagebruikers. Op basis van de locatie van de gebruiker kan informatie over die betreffende locatie worden verstrekt, zoals wie er in de buurt is en hoe vaak de plek al is bezocht.

### Gezamenlijke cartografie

Cartografie is een vertrouwd hulpmiddel om locatiegebonden informatie tastbaar te maken in een visuele representatie. De Situationisten hebben al in de jaren zestig en zeventig geëxperimenteerd met het registreren van persoonlijke beleving van ruimte in alternatieve cartografie. Hun praktijk werd 'psychogeografie' genoemd en hun producten 'psychogeografische kaarten'. Tegenwoordig houdt bijvoorbeeld Lori Napoleon zich bezig met de verkenning van persoonlijke

cartografie. In haar project *Mapsproject* (2004)<sup>19</sup> documenteert ze persoonlijke handgetekende papieren 'kaarten' die een route beschrijven of iets zeggen over hoe de maker de ruimte beleeft. Julian Bleecker doet sinds 2002 met het kunstproject *PDPal* een artistieke verkenning naar alternatieve cartografie in dienst van geo-annotatie. Met behulp van locatie media maken gebruikers van *PDPal*<sup>20</sup> een multimediale representatie van de stad. In het eerste project resulteerde dat in een visuele haiku voorzien van tekst, maar in de volgende projecten werd steeds meer teruggesproken op kenmerken van Cartesiaanse cartografie, om de persoonlijke kaarten een gemene deler te geven op basis waarvan ze konden worden versmolten. In het tweede project was het product een digitale schematische kaart voorzien van een raster en in het derde project konden gebruikers enkel audioberichten koppelen aan geografische locaties, maar niet meer representeren in een kaart.

*PDPal* illustreert de afwegingen die kunstenaars moeten maken tussen het persoonlijke karakter van de annotatie van de gebruiker en het gemeenschappelijke karakter van de gezamenlijke kaart. Zodra het de bedoeling is om annotaties uit te wisselen tussen gebruikers, zullen die volgens een afgesproken systeem moeten worden gemaakt. *Platial*<sup>21</sup> van Jason Wilson en *Foundcity*<sup>22</sup> van John Geraci werken met een annotatiesysteem. Gebruikers

19. <http://www.subk.net/maps.html> geraadpleegd op 25-08-2006.

20. <http://www.pdpal.com/> geraadpleegd op 25-08-2006.

23. L. Shirvane, 'Locative Viscosity: Traces Of Social Histories In Public Space', in: *Leonardo Electronic Almanac*, MIT Press, vol. 14, nr. 03 (2006); [http://leonardo.manac.org/journal/Vol\\_14/lea\\_v14\\_n03-04/lshirvane.asp](http://leonardo.manac.org/journal/Vol_14/lea_v14_n03-04/lshirvane.asp) geraadpleegd op 25-08-2006.

24. Voor een uitgebreide beschrijving van het project *Droombeek* zie de beschouwing van Arie Altena in deze *Open*.

21. <http://www.platial.com/splash> geraadpleegd op 25-08-2006.

22. <http://www.foundcity.net/> geraadpleegd op 25-08-2006.

kunnen met beperkte mogelijkheden een eigen kaart maken op de website. Locaties worden in hetzelfde type kaart getekend en met specifieke symbolen geannoteerd. In gedefinieerde velden kunnen vervolgens een titel, een beschrijving, een foto en/of video toevoegen.

Annotaties van publieke ruimte genereren reacties, gesprekken en discussies, kortom, sociaal contact tussen gebruikers. Zoals mediatheoreticus Lily Shirvane stelt, is er "een potentieel voor de ruimte tussen individuen en hun omgeving om locatie te worden voor spontane formaties van collectieve activiteit".<sup>23</sup> Ervaringen die mensen hebben in hun vertrouwde omgeving kunnen niet alleen aanleiding zijn voor ontmoetingen met bekenden 'op straat', maar ook met vreemden. Collectieve activiteiten kunnen leiden tot gemeenschappen rond een specifieke plek. Projecten zoals *GeoSkating* creëren bijvoorbeeld een gemeenschap van skaters die informatie uitwisselt over skateroutes. Ook *Droombeek*<sup>24</sup> en *The Former-Resident-Project* (2006) brengen mensen bij elkaar, maar dan rond een gedeelde (voormalige) woonplek. In het ene project delen bewoners en ex-bewoners hun herinneringen aan en ervaringen in de wijk Roombeek in Enschede, waar in 2000 een vernietigende explosie plaatsvond, met elkaar. In het andere project gaat het om New York City.

De betekenisgevende praktijken van deze gemeenschappen zijn vormen van

publiek handelen. Er wordt betekenis geannoteerd en gedistribueerd binnen de gemeenschap. De uitwisseling van ruimtelijke concepten heeft tot gevolg dat individuen een gemeenschap vormen die de hybride ruimte anders ervaart en mogelijk beter begrijpt. Het *Familiar Stranger Project* (2003)<sup>25</sup> is gebaseerd op het feit dat we met meerdere mensen de publieke ruimte gebruiken. Elizabeth Goodman en Eric Paulos richten zich echter niet op de vorming van een gemeenschap van bekenden, maar van 'bekende vreemden'. Het gaat om die vreemden die we regelmatig ontmoeten in de publieke ruimte, maar die we verkiezen te negeren en door wie we worden genegeerd. De mobiele toepassing, 'Jabberwocky' geheten, is gebaseerd op Bluetoothtechnologie.<sup>26</sup> Wanneer twee mensen elkaar naderen die beiden een mobiele telefoon met Bluetooth dragen, detecteert de software van Jabberwocky de aanwezigheid van de ander en geeft die aanwezigheid weer als een rood blokje. De unieke kenmerken van de ander worden opgeslagen en bij een volgende ontmoeting herkend en gevisualiseerd als een groen blokje. Met behulp van kleur wordt inzichtelijk gemaakt of men eerder 'bekende vreemden' is gepasseerd. Dit project illustreert zowel het belang van de ander in de beleving van de publieke ruimte als een bijzondere vorm van sociaal contact tussen vreemden op basis van ruimtegebruik.

25. <http://berkeley.intel-research.net/paulos/research/familiarstranger/> geraadpleegd op 25-08-2006.

26. <http://www.urban-atmospheres.net/Jabberwocky/> geraadpleegd op 25-08-2006.

## Publiek handelen: online media of locatie media?

Geo-annotatieprojecten bevorderen wel sociaal contact tussen gebruikers van een plek, maar brengen ze niet bij elkaar in de fysieke ruimte. Met behulp van online digitale media (vast netwerk en pc) vormen zich gemeenschappen rond een website over een bepaalde plek, waar leden via hun pc met elkaar in contact treden. We moeten echter niet vergeten dat media slechts middelen zijn om mentale kaarten te representeren, zodat locatie ervaringen uitgewisseld en samen beleefd kunnen worden. Een plek is echter nog steeds het beste te beleven op de fysieke locatie, in plaats van achter een pc. De gerepresenteerde mentale kaart op de website kan de zoveel rijkere, echte mentale kaart niet vervangen, maar slechts een gemeenschappelijke taal bieden om te communiceren over locatie ervaringen. Om plekken werkelijk gemeenschappelijk te beleven, heeft het dus geen zin om uitsluitend in de virtuele ruimte via websites te chatten over annotaties, maar moet ook de fysieke locatie als uitgangspunt worden genomen. Het is belangrijk om na het vormen van een representatie van mentale kaarten deze stap te zetten.

Maar online digitale media zijn uiteindelijk misschien niet het meest geschikt om sociaal contact op basis van beleving van ruimte te bevorderen. Het locatie karakter van locatie media biedt wellicht veel meer mogelijkheden voor contact in de hybride ruimte. In tegenstelling tot online digitale media genereren locatie media communicatie over ruimte óp locatie. Met behulp van

locatieve media zijn leden van gemeenschappen herkenbaar voor elkaar in de fysieke ruimte. Bovendien kan de gebruiker op de plek zelf de omgeving scannen op aanwezigheid van leden en locatie informatie uitwisselen. De uitwisseling van locatie gebonden informatie heeft meer betekenis op de plek zelf dan op een website. Informatie over een locatie is optimaal te beleven en te bespreken op de locatie zelf, in de fysieke nabijheid van andere gebruikers.

Vreemd genoeg zijn er nog nauwelijks kunstprojecten die in plaats van online digitale media, locatie media inzetten om mensen in de fysieke ruimte met elkaar in contact te laten treden. Wel zijn er enkele voorbeelden van commerciële projecten, waaronder *Sensor*<sup>27</sup> van het telefoonbedrijf Nokia, 27. <http://europe.nokia.com/A4144923> geraadpleegd op 25-08-2006. waarin dit gebeurt.

Wanneer gebruikers binnen een bepaalde straal van elkaar verwijderd zijn, kunnen berichten via Bluetooth worden uitgewisseld en is contact mogelijk. De inhoud van die berichten kan uit het vooraf opgestelde portfolio komen, of ter plekke worden gemaakt. Omdat het portfolio enkel op de mobiele telefoon wordt bewaard en niet op een website, is het alleen in de fysieke ruimte uitwisselbaar met anderen. Het gaat dus om persoonsinformatie, niet om locatie gebonden informatie.

Andere commerciële toepassingen zijn *Streethive*<sup>28</sup> en *Dodgeball*,<sup>29</sup> waarin wel locatie gebonden informatie wordt uitgewisseld. Bij

*Streethive* geven gebruikers (vanaf hun PDA of smartphone) op een digitale kaart

aan waar ze zijn en kunnen daar ook zien welke medegebruikers dichtbij zijn, met het oog op een fysieke ontmoeting. Bovendien kunnen plekken worden geannoteerd, en zichtbaarheid verkrijgen op de kaart. *Dodgeball* brengt mensen bij elkaar door ze op basis van hun positie in het mobiele netwerk per tekstbericht te informeren over andere gebruikers die geografisch gezien dichtbij zijn.

Projecten als *Droombeek* en *Geo-Skating* demonstreren dat geo-annotatie met locatie media experimentele en artistieke mogelijkheden biedt om sociale contacten tot stand te brengen op basis van beleving van plekken. Samenvattend gebeurt dit op drie manieren: ten eerste hanteren gebruikers locatie media om informatie multimediaal te koppelen aan een geografische locatie. Op die manier wordt de betekenis van een plek vastgelegd en gerepresenteerd in een digitale kaart. Ten tweede worden locatie media gebruikt om annotaties op te vragen wanneer men op locatie is. Door zichzelf toegang te verschaffen tot de website of te 'abonneren' op een berichtendienst, beschikt de gebruiker over locatie informatie. Ten derde zouden locatie media kunnen worden ingezet om gebruikers op de hoogte te brengen van elkaars nabijheid, zodat ze elkaar fysiek kunnen ontmoeten en hun beleving van een plek kunnen uitwisselen.

Kunstenaars lijken, met betrekking tot deze laatste mogelijkheid, nog steeds voornamelijk online media te hanteren, en geen locatie media. Sociaal contact wordt tot stand gebracht terwijl de betrokkenen niet in elkaars fysieke nabijheid verkeren, maar achter hun eigen pc. Het is opvallend dat geen van de

besproken kunstprojecten gebruik maakt van locatie media om sociaal contact tot stand te brengen op locatie, terwijl sommige commerciële projecten dit wel doen. Locatieve media lijken bij uitstek geschikt voor dit doel van geo-annotatie. Bij sociaal contact aan de hand van online digitale media, is de aanleiding van het contact, de plek, geen ontmoetingsplek, maar slechts onderwerp.

Locatieve media zouden moeten worden ingezet in locatie mediakunst om sociaal contact in de fysieke ruimte tot stand te brengen. De locatie van een plek is van belang voor sociaal contact, omdat op basis daarvan betekenis wordt geannoteerd aan die plek. Aanwezigheid op locatie biedt een rijkere beleving van het contact over die plek. Daarnaast doet het karakter van locatie media recht aan het hybride karakter van publieke ruimte. Door locatie media te hanteren kunnen fysieke, digitale, sociale en mentale ruimte met elkaar worden verbonden. Het kan een uitdaging zijn om optimaal, artistiek gebruik te maken van het karakter van locatie media om aan de hybride ruimte toegekende betekenissen met elkaar uit te wisselen. In een werkelijk sociaal publiek handelen in de publieke ruimte moet locatie ook figuurlijk een plek hebben.

