

WIKITUDE

Tekst: *Robin van den Akker*

OF DE WIJZE WAAROP
DE CREATIEVE MEUTE
HET DESIGNLANDSCHAP
VERANDERT ●

Wikitude, of de wijze waarop de creatieve meute het designlandschap verandert

Auteur: Robin van den Akker, promovendus wijsbegeerte Erasmus Universiteit

Het debat over de relatie tussen web 2.0 en design moet – voor zover ik het kan overzien - nog gevoerd worden. In het onderstaande essay zal ik dan ook vragen naar de wijze waarop het sociale web de designpraktijk en het ontwerpproces kan beïnvloeden, en gaat beïnvloeden. Maar laat ik met de conclusie beginnen, en waarom ook niet in het non-lineaire tijdperk van de hyperlink: design 2.0 maakt de designer overbodig.

Bij wijze van inleiding: open (source) design?

Uiteraard wil ik niet beweren dat grafische vormgevers, industrieel ontwerpers en architecten niet na denken over, of experimenteren met, zulke alledaagse fenomenen als virtuele gemeenschappen en sociale netwerken, postproductie en peer-productie, en de open source benadering. Zulks is onontkoombaar in een netwerksamenleving waarin nu eenmaal geen buitenruimte is; geen ruimte buiten de globaliserende Informatie- & Communicatie Technologieën. Een ieder *moet* zich nu eenmaal, op de een of andere manier, ophouden in, en verhouden tot, het hedendaagse medialandschap – en dus ook de designer.

Maar dat gaat niet van harte. Afgelopen najaar, bijvoorbeeld, werd de ontwerpwedstrijd *(un)limited design contest* gehouden, waarin - ‘geïnspireerd door open source software’ - werd geëxperimenteerd met open design. De resultaten? Om een indruk te geven is het misschien goed om hier de drie prijswinnaars te noemen: het patroon van de *hexagonale papieren jurk* (Goof van Beek) kan worden gebruikt bij het maken van een gordijn of een tafellaken; de kleur van de *amuse 5* (Ellen Bokkinga) kan naar believen worden aangepast; en in de blauwdruk van de *magic box* (Alexander Rulkens) kunnen de lengte, breedte en hoogte worden aangepast. Of de prijswinnende ontwerpen zullen resulteren in goede, mooie of slimme producten wil ik in het midden laten, maar het zijn in ieder geval geen experimenten in open (source) design. Laat me dit toelichten. De ingezonden, of liever: ge-uploade, blueprints van de meedingende ontwerpen zijn online beschikbaar gesteld onder een Creative Commons licentie. Weliswaar kunnen de ontwerpen nu vrijelijk worden gekopieerd, verspreid en aangepast, maar de commons (vgl. commoner, community) hebben

geen invloed gehad op de ontwerpen. In feite zijn de meeste, zo niet alle, inzendingen voor de *(un)limited design contest* net zo open (en open source) als de breipatronen van de Libelle.

‘Design is...al heel open.’, meent Jurylid Zelda Beauchampet echter. ‘We gebruiken al internet en in het verleden gebruikten we boeken. Het is altijd zo geweest dat je overal om je heen inspiratie opdoet waarmee je je *eigen ideeën* creëert.’ Aldus negeert zelfs de jury de wezenskenmerken van het sociale web, om vast te kunnen houden aan de mythe van de autonome designer, verbonden aan een traditioneel designbureau. We komen hier later nog op terug. Maar het citaat van Beauchampet onderstreept nog maar eens dat het debat over design 2.0 – d.w.z. de discussie over de relatie tussen web 2.0 en de designpraktijk - nog niet of nauwelijks wordt gevoerd.

BLURRR, of de Homo Universalis 2.0

Althans, niet op de plaatsen waar je het zou verwachten. Recent vierde de Rotterdamse tentoonstellingsruimte TENT haar tienjarige bestaan echter met BLURRR, een expositie over de relatie tussen kunstenaarschap en het internet. Met BLURRR wilde curator Mariëtte Dölle een ‘culturele praktijk [laten] zien waarin de jonge kunstenaar...zich presenteert als Homo Universalis 2.0.’ Volgens de catalogus wordt het voor jonge kunstenaars – digital natives die zijn opgegroeid in de informatiesamenleving – steeds vanzelfsprekender om al multitaskend verschillende disciplines te beoefenen; steeds weer andersoortige netwerken te vormen; interactieve kunst te maken, en werk te delen op het internet.

Nu staat de door TENT gesignaleerde ontwikkeling in een lange, en rijke traditie van *NetArt*. Zo vestigde curator Nicolas Bourriaud al in de jaren '90 van de vorige eeuw de aandacht op de relatie tussen een verandering in de werkwijze van de toenmalige generatie kunstenaars en de opkomst van het internet. In *Esthétique Relationelle* constateert hij dat ‘de mentale ruimte’ van cyberspace wordt gereflecteerd door, en onderzocht in, de zogeheten ‘relationele kunst’; kunst, kortom, die interactiviteit stimuleert tussen het werk, de kunstenaar en het museumpubliek. In *Postproduction* analyseert hij vervolgens de wijze waarop deze kunstwerken geproduceerd worden. Hij concludeert dat relationele kunstenaars vaak bestaande kunstwerken en alledaagse artefacten (*ready-mades, found footage*) gebruiken om hun interactieve installaties te maken. Culturele vormen worden, als het ware, vrijelijk

toegeëigend, bewerkt en geredigeerd, waardoor traditionele noties als originaliteit, authenticiteit en creatie langzaamaan worden vervangen door copy/paste, sampling en montage.

‘You take Duchamp’s urinal and put it back on the wall’, zo vatte één van de bekendere relationele kunstenaars, Tiravaija, zijn werkwijze eens samen. ‘And then you piss into it – along with other people.’

Hoewel de jaren '90 een overvloed aan relationele kunst en kunstkritiek heeft gebracht, wil ik mij op deze plaats beperken tot enkele opmerkingen. Allereerst zou je kunnen stellen dat deze relationele werken een kritiek vormen op de idee van cyberspace als Virtual Community; als wereldomspannend netwerk dat voorbij gaat aan de alledaagse, lokale gemeenschap. Zo bezien moet de sociale interactie in de fysieke museale ruimte tegenwicht bieden aan de proliferatie van chatsessies in de *global village*. Dat mag zo zijn. De relationele sensibiliteit is echter ook te beschouwen – en ik vind dit een interessantere invalshoek - als een echo of reflectie van de eerste aarzelende pogingen om de nieuwe wereld van websites, online bulletin boards en Multi User Domains te verkennen. Zo bezien personifieert de opkomende scene van relationele kunstenaars de subcultuur van softwareprogrammeurs, hackers en whizzkids die - in tegenstelling tot de ‘gewone gebruiker’ – al wel het digitale instrumentarium bezaten om het nog onontgonnen, onoverzichtelijke terrein van cyberspace in cultuur en in kaart te brengen.

Nu was *BLURRR* zo aardig omdat de geëxposeerde werken eveneens een bestandsopname lijken te zijn van de hedendaagse informatiesamenleving. Na vergelijking met de relationele kunst van de jaren '90 vallen een aantal overeenkomsten en verschillen op. Overeenkomstig de eerste generatie relationele kunstenaars gebruiken veel, zo niet de meeste, van de in TENT bijeengebrachte Rotterdamse kunstenaars postproductieve methoden om interactieve werken te maken. (Zo monteert Nina Boas (1980) straatruoer, installaties van ander kunstenaars, alledaagse gebruiksvoorwerpen en performances in een eigen (video)installatie - ‘spelen met toeval, spelen met wat er is’, noemt ze dat.). Schijnbaar is de relationele sensibiliteit zo alomtegenwoordig en alledaags geworden dat een hele tentoonstelling gevuld kan worden met lokale kunstenaars, die, zonder dat ze zich er bewust van lijken te zijn, de mentale ruimte van het hedendaagse internet hebben verinnerlijkt. En dát is interessant. Want waar de eerste generatie relationele kunstenaars een weerspiegeling was

van de eerste generatie *internet explorers*, daar is de alomtegenwoordigheid van de relationele werkwijze gelijk (vgl. gelijktijdig & gelijkend) aan de verre gaande democratisering van ICT. De computer is normaal; het internet is gewoon; wij zijn allen whizzkids.

Design voor iedereen, door iedereen!

We zien de relationele sensibiliteit – sociale interactie, postproductie – dan ook terug in de alledaagse praktijken van de gewone internetgebruiker. We recorden het dagelijks leven met camphones; we uploaden foto's naar *Flickr*; we embedden content op *Hyves*; we adden vrienden op *Facebook*; we posten op *Blogspot*; we twitteren onze volgers; we linken naar *Youtube*; mailen onze collega's; we customizen de *Google* startpagina; we downloaden en remixen muziek; we zijn, kortom, prosumenten geworden in een wereld die immer interactief en altijd *under construction* is. De democratisering van ICT is de voornaamste oorzaak van de enorme toename van wat ook wel *user generated content* wordt genoemd. In zekere zin zijn we allemaal regisseur en dj, schrijver en muzikant, kunstenaar en designer geworden – en dat is wat BLURRRR duidelijk probeerde te maken met de notie van de multidisciplinaire Homo Universalis 2.0.

Maar betekent het toegenomen grensverkeer tussen de domeinen van de professional en de amateur en van de producent en de consument ook het einde van deze beroepsgroepen? Of, dichter bij huis: het einde van de professionele designer? Is iemand die een potlood kan slijpen een goede grafisch vormgever? En is iemand die een stoeltje in elkaar kan schroeven een goede industrieel ontwerper? Het antwoord laat zich raden. Toch vormt de creatieve amateur wél een bedreiging voor ontwerpers, en dan met name voor grafische vormgevers. Door middel van het internet zijn bedrijven als *Crowdspring.com* in staat om een wereldwijde 'talent pool' te vragen om mee te dingen in design wedstrijden.

'The beauty of our site is that it doesn't matter if you have a degree from the Rhode Island School of Design or if you're a grandma in Tennessee with a bunch of free time and Adobe Illustrator,' zo stelt één van de initiatiefnemers. 'If the client likes the grandma's work better, then she's going to get the job.'

In zulke online wedstrijden krijgt het beste design – van een bedrijfslogo, bijvoorbeeld – weliswaar een geldprijs, maar de overige designers worden niet betaald. In feite worden de

participanten door middel van *crowdsourcing* tegen elkaar uitgespeeld om de kosten van design laag te houden.

Werken als Netwerken

Het *en masse* produceren en delen van digitale content is echter slechts één aspect van de dynamiek van web 2.0. Hoewel we vooralsnog de overeenkomsten tussen de eerste en huidige generatie van relationele kunstenaars hebben besproken, wijst het belangrijkste *verschil* tussen deze twee cohorten op een ander, belangwekkender aspect van het sociale web. Op een welhaast intuïtieve wijze werkt de huidige generatie Rotterdamse kunstenaars *als* netwerk; een netwerk van wisselende omvang en samenstelling. Niet als gevolg van een of andere bewuste keuze, maar omdat het in de informatiesamenleving normaal is geworden om als netwerk te opereren. Volgens BLURRR curator Mariëtte Dölle heeft dit ondermeer tot gevolg dat de specialistische, autonome kunstenaar aan het verdwijnen is. 'Er ontstaat zo langzamerhand een nieuwe kunstenaarspraktijk waarin het delen van kennis centraal staat.', zo stelt ze. 'De specialist bestaat bijna niet meer. De Homo Universalis 2.0 is in feit niet slechts één persoon, maar meerdere personen tegelijk, verbonden door het netwerk.' Het duidelijkste voorbeeld van deze ontwikkeling is wellicht het werk van *Volksrekorders*, dat ook te zien was bij BLURRR. *Volksrekorders* bestaat niet uit één kunstenaar of uit een klein aantal kunstenaars die eenzelfde discipline beoefent, maar uit een collectief - of liever: een online netwerk of een virtuele gemeenschap - van kunstenaars met verschillende disciplines, achtergronden en expertises, dat als het ware bijeen gehouden wordt door video-installaties in de museale ruimte en videotubes op het internet. Alle leden van het collectief dragen bij aan, en reageren op, één dynamisch videoarchief.

Het zijn dit soort collectieven die op een andersoortige collaboratieve houding wijzen; een houding waar de gewone internetgebruiker al veel langer mee begiftigd is - de wiktitude.

Wiktitude, of: 'commons-based peer-production'

De notie "wiktitude" is samengesteld uit de woorden wiki en attitude. Het verwoordt, zoals gezegd, een bepaalde houding ten aanzien van collaboratie die voortvloeit uit social

media als *Wikipedia*. We zagen eerder dat de introductie van - allereerst - het wereldwijde web en – vervolgens – het web 2.0 een ‘mentale ruimte’ heeft gecreëerd, waarbinnen sociale interactie en postproductie dominante culturele praktijken konden worden. Daar moeten we nu *nog* een relationeel niveau aan toevoegen: ‘gedistribueerde collaboratie’.ⁱ En deze keer zijn de gevolgen voor de designer ingrijpender.

In *The Wealth of Networks* omschrijft Yochai Benkler deze vormen van samenwerking als ‘(commons-based) peer-production’. Van oudsher verwijst de notie “commons” (vgl. meent) naar het recht van leden van een gemeenschap op een gelijke toegang tot, en een vrijelijk gebruik van, bepaalde hulpbronnen en grondstoffen – weidegrond, bijvoorbeeld. In het digitale domein wordt dit recht meestal gewaarborgd door creative commons licenties, die specificeren welke digitale bronnen, op welke wijze mogen worden gebruikt door de internetgemeenschap. In zekere zin – en daarom spreekt Benkler van ‘commons-based’ – zou peer-productie niet mogelijk zijn zonder dit soort – formele en informele – waarborgen.

De notie “peer” (vgl. gelijke) verwijst naar de manier waarop het eigenlijke productieproces wordt vormgegeven om tot een collectief product te komen – te weten: decentraal, spontaan en op vrijwillige basis. *Waar, wanneer* en *wat* iemand bijdraagt aan het productieproces doet niet ter zake. Nu wil ik uiteraard niet stellen dat dit soort samenwerkingsverbanden geheel nieuw is, maar web 2.0 omzeilt een aantal barrières die normaliter alleen geslecht zouden kunnen worden door een organisator, manager of wat dies meer zij. De coördinatie ligt, op de een of andere manier, besloten in de technologie zelf, waardoor een groep in staat wordt gesteld om een productieproces te organiseren zonder een dwingende organisatiestructuur te hanteren.ⁱⁱ

Waarschijnlijk is *Wikipedia* het bekendste en grootschaligste voorbeeld van gedistribueerde collaboratie. Nadat de *stub* – of, om in designtermen te blijven: het prototype - van een encyclopedisch artikel is aangemaakt stelt de wiki-technologie een ieder, maar niemand in het bijzonder, in staat om miljoenen spontane bijdragen van miljoenen vrijwilligers te verzamelen en te structureren. Uiteraard zijn niet alle *edits* een verbetering, maar alle bijdragen zijn voorlopige bijdragen, waardoor fouten te allen tijde kunnen worden verbeterd, en vaak ook worden verbeterd – *ad infinitum*. Een artikel in *Wikipedia* is dan ook geen product, maar een proces. Met andere woorden: het ontwerp van zo een encyclopedisch artikel is, door *commons-based peer-production*, per definitie open.ⁱⁱⁱ

Amateurs Aller Landen, Verenigt U!

Nu wordt ook meteen duidelijk waarom de *(un)limited design contest* geen experiment was in open (source) design. De ontwerpers en de juryleden hadden immers niet de juiste wikitude. De verschillende ontwerpen werden gepresenteerd als afgeronde producten van autonome designers, en pas vrijgeven onder een Creative Commons licentie aan het einde van het productieproces. Tijdens het eigenlijke ontwerpproces is daardoor niet (of nauwelijks) sprake geweest van *crowdsourcing* en/of *commons-based peer-production*. Wordt de massa niet vertrouwd? Wordt de massa gezien als een bedreiging? In ieder geval is het nog geen vanzelfsprekendheid dat de wereldwijde gemeenschap van creatieve amateurs wordt toegelaten tot ontwerpprocessen. Als dit een bewuste poging is om de disruptieve kwaliteiten van de prosumerende meute te negeren dan is deze bij voorbaat gedoemd tot mislukken. De huidige netwerkgeneratie krijgt een rol toebedeeld, of het eigent zich een rol toe. (Vraag dat maar na bij de krantenconcerns, platenlabels en televisieproducenten van deze wereld.)

Dat hebben we ook kunnen zien bij de online gemeenschap – één van de eerste - die rond Lego's high-tech divisie *Mindstorms* is ontstaan. Sinds eind jaren '90 produceert Lego niet alleen de traditionele hardware van plastic bouwsteentjes, maar ook software waarmee allerlei robotachtige speeltjes gemaakt kunnen worden. Binnen enkele weken na de introductie van *Mindstorms* ontstonden al online gemeenschappen waar prosumers informatie uitwisselden over de vele manieren waarop de programmatuur kon worden gehacked, gecustomized en, uiteindelijk ook, verbeterd. Zoals zo vaak het geval is bij grote corporaties als Lego was de eerste reflex om naar de rechter te stappen. Maar na hevig protest van de online gemeenschap moest Lego wel inbinden; het bedrijf nam zelfs 'the right to hack' op in de software licenties waaronder *Mindstorms* wordt uitgebracht. *Mindstorms.com* is uitgegroeid tot een levendige online gemeenschap. Lego deelt de software en de prosumenten delen kennis over nieuwe toepassingen (van software tot bouwplaten), waardoor het ontwerpproces van de Legobots nooit stilstaat en het product steeds waardevoller wordt – kosteloos. Deze open (source) design methode is zo succesvol dat Lego het nu ook toepast tijdens het ontwerpproces van de meer conventionele legoproducten. Door de Lego Factory's *digital designer software kit* te

downloaden kan ik een eigen ontwerp creëren, en kan ik deze uploaden naar de website; alwaar ik – en ieder ander – de bijbehorende Legosteentjes kan bestellen.

‘With Lego Factory [and Mindstorms] we can expand beyond our one hundred in-house designers to marvel at the creativity of more than three hundred thousand designers worldwide’, zo concludeert één van Lego’s directeuren dan ook.^{iv}

Een korte inventarisatie laat zien dat steeds meer consumenten, overheden en bedrijven zich een wiktitude aanmeten. Het designlandschap verandert mee – hoe dan ook. Architecten, industrieel ontwerpers en grafische vormgevers zullen naarstig op zoek moeten naar een passende rol binnen een netwerk van relaties dat zich steeds breder maakt, en zich steeds meer laat gelden op het terrein van de ontwerper. Wordt de traditionele designer overbodig? Verwordt de autonome ontwerper tot relatiebeheerder? We zullen zien.

i C. Shirky (2008). *Here Comes Everybody. The power of organizing without organizations*. Penguin: London.

ii Y. Benckler (2006). *The Wealth of Networks. How social production transforms markets and freedom*. Yale University Press: New Haven/London.

iii C. Shirky (2008). *Here Comes Everybody. The power of organizing without organizations*. Penguin: London.

iv D. Tapscot & A.D. Williams (2007). *Wikinomics. How mass collaboration changes everything*. Atlantic Books.