

The place of play : on toys, technological innovations and geographies of play

Citation for published version (APA):

Lauwaert, M. G. E. (2007). *The place of play : on toys, technological innovations and geographies of play*. [Doctoral Thesis, Maastricht University]. Universiteit Maastricht. <https://doi.org/10.26481/dis.20080327ml>

Document status and date:

Published: 01/01/2007

DOI:

[10.26481/dis.20080327ml](https://doi.org/10.26481/dis.20080327ml)

Document Version:

Publisher's PDF, also known as Version of record

Please check the document version of this publication:

- A submitted manuscript is the version of the article upon submission and before peer-review. There can be important differences between the submitted version and the official published version of record. People interested in the research are advised to contact the author for the final version of the publication, or visit the DOI to the publisher's website.
- The final author version and the galley proof are versions of the publication after peer review.
- The final published version features the final layout of the paper including the volume, issue and page numbers.

[Link to publication](#)

General rights

Copyright and moral rights for the publications made accessible in the public portal are retained by the authors and/or other copyright owners and it is a condition of accessing publications that users recognise and abide by the legal requirements associated with these rights.

- Users may download and print one copy of any publication from the public portal for the purpose of private study or research.
- You may not further distribute the material or use it for any profit-making activity or commercial gain
- You may freely distribute the URL identifying the publication in the public portal.

If the publication is distributed under the terms of Article 25fa of the Dutch Copyright Act, indicated by the "Taverne" license above, please follow below link for the End User Agreement:

www.umlib.nl/taverne-license

Take down policy

If you believe that this document breaches copyright please contact us at:

repository@maastrichtuniversity.nl

providing details and we will investigate your claim.

NEDERLANDSTALIGE SAMENVATTING

In dit proefschrift wordt de veranderende relatie tussen producenten en consumenten onderzocht aan de hand van speelgoed en spel. Consumenten zijn steeds vaker ook producenten van media producten en worden in toenemende mate actief betrokken bij het ontwikkelen en promoten van producten. Op die manier spelen zij een belangrijke rol in de creatie en het voortbestaan van de merken die fabrikanten op de markt brengen. Deze toename in zogenaamde ‘prosumers’ wordt vaak omschreven met termen als ‘many-to-many cultuur’ en ‘participatieve cultuur.’ Zulke termen geven aan dat meerdere mensen bijdragen aan een product of service die vervolgens voor meerdere mensen toegankelijk wordt gemaakt. Dit ‘door ons en voor ons’ model wordt ondersteund door software applicaties die ook wel ‘sociale media’ worden genoemd. Via blogs, wiki-sites, file transfer protocollen en dergelijke wordt een netwerk gecreëerd waarin informatie, data, kennis en inhoud worden uitgewisseld. Een van de effecten van deze participatieve cultuur is de explosieve groei van actieve gebruikersgroepen die rondom producten ontstaan. De waarde van dit many-to-many model, en dan met name de mogelijkheid die het biedt om traditioneel ver van elkaar verwijderde actoren met elkaar te verbinden, is niet onopgemerkt gebleven. Zowel commerciële als niet-commerciële sectoren trachten many-to-many gemeenschappen rond hun producten op te zetten en te onderhouden om zo van hun activiteiten te kunnen leren. Van politici tot beleidsmakers, van kunstenaars tot architecten, van industriegiganten tot non-profit organisaties; overal zien we het many-to-many paradigma aan het werk. De wereld van speelgoed, computerspellen en spelen is een van de plaatsen waar dit model zich duidelijk manifesteert.

In dit proefschrift onderzoek ik de manier waarop het many-to-many model onder invloed van technologische ontwikkelingen veranderingen teweeg-brengt in speelgoed en spel. Ik kijk daarbij naar de mechanismen die in dit model aan het werk zijn om spelers te betrekken in een ‘door ons voor ons’ -paradigma. Ik situeer deze twee hoofdvragen historisch in de context van de ‘commodificatie’, het tot consumeerbaar product worden van spel en speelgoed, de ‘domesticatie’ of ‘verhuislijking’ van kind en spelen en de ‘urbanisatie’ of verstedelijking van de leefwereld van het kind. In combinatie met de historische context tonen de drie case studies – LEGO speelgoed, de computerspellen van Will Wright en het burger participatieproject *Face Your World* – het many-to-many model aan het werk en in beweging. Ik toon daarbij aan dat de plaats van het spel verandert – zowel in letterlijke zin (spelen is steeds vaker een binnenshuis activiteit) als in figuurlijke zin (spelers worden steeds vaker producenten van hun spel). De effecten hiervan op spel en speelgoed worden onderzocht aan de hand van het centrum/periferie differentiatie model.

Centrum en periferie vormen samen de ‘geografie van spel’, een constellatie van tastbare en niet-tastbare elementen, van sociale contacten en de omgang met het speelgoed zelf. Het centrum van de geografie bestaat uit gefaciliteerde of mogelijk gemaakte spelpraktijken. Deze gefaciliteerde spel-praktijken worden gevormd door het samengaan van het design (de materiële en technologische eigenschappen) en het discours (wat tot uitdrukking komt in bijvoorbeeld de handleiding en reclames) van speelgoed. Het centrum van de geografie bestaat met andere woorden uit spelpraktijken die gefaciliteerd worden door ‘scripts’, voorziene gebruikers en gebruiken van het speelgoed. Ik ga in dit proefschrift niet uit van één correct gebruik van een artefact, maar van meerdere gefaciliteerde gebruiken die in design en discours tot uitdrukking komen. Omdat spelen in essentie het testen van grenzen is, wijken spelers in hun daadwerkelijke spel zeer vaak af van dat wat voor hen gefaciliteerd wordt. Ze gebruiken het design van speelgoed op een onvoorziene wijze of wijken af van het discours omtrent een bepaald spel. Via een centrifugale beweging, een middelpuntsvliegende kracht weg van het centrum, eigenen de gebruikers zich zo het artefact toe en belanden in de periferie van de spelgeografie. De periferie bestaat met andere woorden uit divergente spelactiviteiten die afwijken van het design en

discours, van het script en de voorziene gebruikers en gebruiken van speelgoed. In deze periferie bevinden zich ook de many-to-many activiteiten van fans – hier worden objecten en kennis, ‘user-geproduceerde content’ en ‘end-user kennis’ uitgewisseld. Dankzij het Internet en de daarmee samenhangende technologische innovaties op software gebied, heeft de periferie aan zichtbaarheid en toegankelijkheid gewonnen en is deze belangrijker geworden voor speelgoedbedrijven.

Het belang van deze verschuiving komt op verschillende manieren tot uitdrukking. Ten eerste zien we een toename in ‘trage centripetale toe-eigening’: bedrijven gebruiken steeds vaker input uit de periferie voor het lanceren van nieuwe producten. Bedrijven leren van de voorkeuren van gebruikers van hun producten, hoe hun product daadwerkelijk wordt gebruikt, wat de wensen en kritiekpunten zijn. Hierdoor dragen gebruikers tot op zeker niveau bij aan het herconfigureren van gebruikers en gebruiken van een artefact. Dit impliceert echter ook een gedeeltelijke commodificatie van perifere, many-to-many activiteiten. Ten tweede wordt ook ‘snelle centripetale toe-eigening’ steeds gebruikelijker: spelers brengen activiteiten en producten vanuit de periferie over naar het centrum binnen het bestek van één spel of product. Software updates of modificaties voor een spel kunnen snel en makkelijk van de periferie (waar ze gemaakt worden door fans) ‘migreren’ naar het centrum (waar ze vervolgens gebruikt worden). Via deze beweging kunnen spelers voor een deel de gebruiker en de gebruiken co-configureren, mede vormgeven. De case studie omtrent de computerspellen van Amerikaans game designer Wright – *SimCity* en *The Sims* – toont aan hoe computerspelbedrijven steeds vaker rekenen op deze snelle centripetale toe-eigening om spellen van inhoud te voorzien. Hierdoor ‘commodificeert’, commercialiseert de perifere, many-to-many cultuur.

Het eerste hoofdstuk “New Toys, Different Children” legt de basis voor de notie van speelgoed als intermediair, als spiegel en motor van sociale processen. Dit proefschrift gaat ervan uit dat speelgoed een actieve rol speelt in het doorgeven en aanzwengelen van sociale en culturele processen en verandering-en. Speelgoed bemiddelt als het ware tussen maatschappelijke processen en het individu, de speler. Via speelgoed komen bepaalde veranderingen de wereld van de speler binnen. Tussen het midden van de 19^e en de eerste decennia van de 20^e eeuw zien we drastische veranderingen in de productie, consumptie en variëteit van speelgoed, de functie van speelgoed in het leven van kinderen en de plaats van kinderen in de samenleving. Deze veranderingen vinden plaats binnen het gegeven van de constructie van het ‘onschuldige kind’ en de steeds verder uit elkaar lopende spelwerelden van jongens en meisjes. Bouwdozen en mechanisch speelgoed beantwoordden aan de vraag naar speelgoed voor binnenshuis. Omdat het speelgoed niet geschikt was om buiten mee te spelen versterkte het de domesticatie, het aan huis gebonden zijn van kind en spel. Terwijl dit speelgoed kinderen en hun spel afschermdde van de buitenwereld imiteerde het vaak in het design en discours deze ‘boze buitenwereld’. De focus in dit hoofdstuk ligt specifiek op de opkomst van het warenhuis en de daarmee gepaard gaande ideeën omtrent het kind als consument, de privé kamer en het scheiden van de volwassen wereld en die van het kind en de speelplaats (later de speeltuin) als veilige en stichtelijke stedelijke plaats voor kinderen zonder eigen speelkamer.

Het tweede hoofdstuk “Core and Periphery of Play” gaat vervolgens dieper in op de keuze van dit proefschrift voor constructiespeelgoed en het centrum/ periferie differentiatie model. De focus van dit proefschrift is zowel op niet-digitaal constructiespeelgoed, met LEGO als meest prominent voorbeeld, als op digitaal constructiespeelgoed met Wrights spellen en *Face Your World* als voorbeelden. Tevens ver-schuiven we hiermee van entertainment constructie-speelgoed naar constructiespeelgoed met ‘serieuze’ doelstellingen, namelijk burgerparticipatie in stedelijke vernieuwing. Constructiespeelgoed is een uitmuntende focus omdat het speelgoed zelf de processen van commodificatie (industriële massaproductie en ver-koop in de nieuwe warenhuizen), domesticatie (bedoeld voor spel binnenshuis op een glad en schoon oppervlak) en

urbanisatie (imitatie van stedelijke con-figuraties en revoluties van de publieke sfeer) belichaamt. In de 19^e eeuw wint constructiespeelgoed aan populariteit en variëteit.

Sindsdien is zowel het materiaal (van hout en steen naar staal en plastic en uiteindelijk naar digitale ‘materialen’) als de kern (van bouwen naar ontwerpen) van constructiespeelgoed veranderd. Vroege bouwdozen waren doorgaans houten of stenen blokken zonder koppelingmechanisme die het bouwen van abstracte en architecturale objecten faciliteerden, mogelijk maakten. Vanaf het einde van de 19^e eeuw wordt er met staal, plastic en verschillende koppelingmechanismen geëxperimenteerd die het ontwerpen en construeren van meer diverse en complexe objecten faciliteren. Meccano is een bekend en populair voorbeeld van constructiespeelgoed als design en ontwerp speelgoed. Digitaal constructie-speelgoed voegt hier nog een extra laag aan toe omdat het geprogrammeerd en proceduraal speelgoed is dat zich over tijd en ruimte visueel ontwikkelt. De veranderende spelpraktijken met constructiespeelgoed zijn aan de hand van het centrum/periferie model, zoals hierboven uiteengezet, onderzocht.

Hoofdstuk drie, “The Journey not the Destination” behandelt LEGO speelgoed vanaf de jaren ’40 tot nu. De relatie tussen technologische innovaties, bedrijfsideologie, ‘branding’ en marketing vormen de kern van dit hoofdstuk. De LEGO geschiedenis toont de opkomst van het many-to-many model en de consequenties van het al dan niet hanteren van dit model. De veranderende LEGO spelpraktijken verwijzen naar manieren en condities van post-industriële productie. In de jaren ’40 zien we het LEGO bedrijf overstappen van hout op plastic als basismateriaal voor speelgoed. In de jaren ’50 faciliteren innovaties op het gebied van plastic injectie machines de ontwikkeling van het bekende LEGO koppelingmechanisme: noppen op de blokken en buisjes onderaan. Hierdoor worden LEGO constructies stabiel en de mogelijke designs diversifiëren. De 21^e eeuw ziet vervolgens de beweging naar een many-to-many model van product design met het actief betrekken van volwassen LEGO Mindstorms fans in het ontwikkelingsproces van een nieuwe Mindstorms LEGO robotica kit.

Doorheen deze veranderingen zien we de geografie van het LEGO spel mee veranderen. Vanaf de jaren ’50 groeit de LEGO geografie door het nieuwe koppelingmechanisme en het LEGO ‘spelsysteem’ dat toelaat alles van het LEGO merk met elkaar te combineren. Deze expansieve geografie kwam in de jaren ’90 onder druk te staan door een onfortuinlijke poging van het LEGO bedrijf om de LEGO brand op te rekken en hun producten te diversifiëren. LEGO kleding en pretparken, computerspellen en ‘life style’ producten brachten het LEGO merk en de spelgeografie ernstige schade toe. In 2004 is dan ook een reddingsoperatie in gang gezet die via een hernieuwde focus op de LEGO steentjes en de LEGO fans tracht het bedrijf en het LEGO merk weer op de been te helpen.

Met hoofdstuk vier, “Pimp my Game”, verschuift de focus naar digitale constructie en simulatiespellen. *SimCity* brengt de speler in contact met een specifieke visie op stedelijke planning en stedelijke ontwikkeling. Net als historische speelgoed dorpen brengt *SimCity* stedelijke configuraties tot bij de spelers en familiariseert hen met bepaalde stedelijke veranderingen. *The Sims* neemt de domesticalle sfeer als onderwerp en, net als 19^e-eeuwse speelgoedhuizen, simuleert het de constructie van die huizen en het leven binnenin die huizen. Het beduidend minder populaire spel *The Sims Online* heeft de suggestie van constructiespel, narratief spel en sociale relaties maar niet de actualisatie daarvan. Het design van het spel laat geen centripetale toe-eigening toe en frustrereert daarmee de spelers die een uitlaatklep vinden in sociaal spelgedrag. Een kernaspect van ‘gezonde’ digitale spelgeografieën is namelijk de verregaande vormen van zowel snelle als trage centripetale toe-eigening. Spelers produceerden bijvoorbeeld tot wel 90% van de inhoud van *The Sims 1*. Het is vaak niet meer te achterhalen welke inhoud van computerspellen afkomstig is van computerspelbedrijven en wat van spelers. In de nog grotendeels niet-digitale LEGO geografie kunnen we vaak aangeven wanneer, waar en waarom het LEGO bedrijf gebruik maakt van de many-to-many activiteiten. In de gedigitaliseerde *Sims* geografie is dit bijna niet meer mogelijk. De centrifugale en centripetale bewegingen zijn zo snel, vloeiend en alomtegenwoordig dat het welhaast onmogelijk is om nog te

achterhalen wie wat produceerde en waar. De periferie wint hierdoor aanzienlijk aan macht en controle over het centrum maar moet ook aan autonomie inboeten.

Het vijfde hoofdstuk "Playing the City" heeft als leidende case studie het unieke participatie project *Face Your World* dat plaatsvond in Amsterdam in 2005. Dit project werd geïnitieerd door de Nederlandse kunstenares Jeanne van Heeswijk en faciliteert door een gevarieerd participatie traject de deelname van kinderen en volwassenen aan het ontwerp van een nieuwe park voor de Amsterdamse buitenwijk Slotervaart. Het participatie traject bestond uit 49 bijeenkomsten, meetings en workshops die met name gericht waren op volwassenen uit de buurt en een intensief designproces met buurtkinderen. Dit designproces bestond uit tekenen, boetseren en het werken met een digitaal constructiespel: de Interactor. Deze Interactor faciliteerde overleggen, samenwerken, ontwerpen en experimenteren. Het uiteindelijke ontwerp voor het park is goedgekeurd en het park zal naar schatting in 2010 gerealiseerd worden. Het spelen met de Interactor had een duidelijk doel: het ontwerpen van een buurtpark dat door de verschillende etnische groepen in de buurt gesteund zou worden. Dit verkleint de perifere ruimte voor divergent spel. In een 'serieuze' spelgeografie neemt het centrum relatief veel plaats in omdat de uitkomst van groot belang is voor verschillende partijen. Dit soort intensieve participatie trajecten maximaliseren het many-to-many model en betrekken burgers in beleidsontwikkeling, ontwerp en uitvoering. Hierbij wordt de many-to-many cultuur niet zozeer gecommuniceerd of vercommercialiseerd als wel geïnstrumentaliseerd. Het 'door ons voor ons' aspect wordt daarmee geen aspect van een 'gezonde' spelgeografie zoals bij entertainment spellen, maar een gefaciliteerd aspect van het centrum.

De drie case studies tonen hoe de min of meer solitaire en individuele 19^e-eeuwse spelgeografieën door middel van het Internet en 'sociale software' transformeren in ge-netwerkte en druk bevolkte geografieën. Contact via tijdschriften, radio programma's, festivals en clubs in de laat 19^e en begin 20^e-eeuwse spelgeografieën is versterkt via Internet forums en platforms die spelers in een ongekende interconnectiviteit met elkaar verbinden. In deze many-to-many geografieën zijn spelers steeds vaker producenten en actieve participanten in een 'brand universum'. Daarbij kunnen de posities van speler, consument en producent imploderen. Dit brengt een verschuiving in machtsverhoudingen met zich mee. In de many-to-many cultuur wordt de periferie steeds belangrijker en spelers hebben meer toegang tot en macht over het centrum. Niettegenstaande dat de many-to-many cultuur vaak wordt beschouwd als de ultieme vorm van consumenten emancipatie, feit blijft dat de bedrijven beslissen of de grenzen tussen consumenten en producenten vervagen. Met de toenemende commodificatie en instrumentalisatie van het many-to-many paradigma omvat de 'ons' van het 'door ons voor ons' paradigma niet alleen fans en gebruikers van producten maar ook commerciële bedrijven en niet-commerciële instellingen.