

# id

IDENTART EXHIBITION ENTITY  
CURATED BY TOM VEEGER

## Expositie

### Identity

"the condition of being oneself or itself, and not another"  
[ahy-den-ti-tee] /aɪˈdɛn tɪ ti, ɪˈdɛn-/ noun

Identity = Identiteit

*Identiteit is de eenheid van wezen, volkomen overeenstemming en persoonsgelijkheid. Er zijn verschillende soorten van het begrip identiteit te onderscheiden, zoals persoonlijke, genetische, sociale, culturele en nationale identiteit. (Wikipedia)*

Deze expositie draait rondom het intrigerende woord "Identity" waarvan het begrip multi interpreteerbaar blijkt te zijn en het antwoord niet eenvoudig te definiëren valt. Actuele discussies gaan over het verloren gaan van "onze" Nederlandse cultuur en identiteit, De corporate Identity van een multinational die geschaad wordt door sjoemelsoftware. De 'online identiteit' die gehackt wordt waardoor de privacy ter discussie staat.

Aan de deelnemers uit de wereld van de kunst, design, video, architectuur, fotografie, food design/ chef, bio art, co creatie is gevraagd om te reageren om een persoonlijk statement en een van de ruimtes van het Albert van Abbehuis in te richten.

*'Online identiteit' is de identiteit die gebruikers van een sociaal netwerk definieert in online gemeenschappen. Hoewel sommige mensen het gebruik van hun eigenaam online prefereren, identificeren de meeste internetgebruikers zich liever met een pseudoniem, die een variabele hoeveelheid identiteitsinformatie kan onthullen. Op sommige internetforums, MUD's, instant messaging, en MMOG's kunnen gebruikers zich visueel identificeren door een avatar te kiezen, een grafisch beeld ter grootte van een pictogram, ook wel 'icon' genaamd. Wanneer gebruikers op elkaar reageren met een gevestigde online identiteit, verwerft die een zekere reputatie, die hen in staat stelt te beslissen of deze identiteit te vertrouwen is. (Wikipedia)*

*Corporate identity - letterlijk: bedrijfsidentiteit - bestaat uit drie elementen:*

**design:** beelden, symbolen, vormen, ... Dit is wat de verschillende doelgroepen zien.

**communicatie:** investor relations, public relations, employer branding, corporate communication, ... Dit is wat de doelgroepen horen en lezen, de boodschap.

**gedrag:** dresscode, taalgebruik, begroeting aan de telefoon, ... Hier gaat het over hoe je je als organisatie tegenover de stakeholders gedraagt (Lemento is een communicatiebureau)

*In Nederland hebben we grote moeite te erkennen dat we een eigen culturele identiteit hebben. Als we wel een poging doen onze identiteit te omschrijven, dan zoeken we die eerder in morele kwaliteiten als tolerantie en een traditie van consensus dan in feitelijke gegevens als een eigen taal, omgangscultuur en geschiedenis. De Nederlandse culturele identiteit is van begin af aan gespleten in twee verschillende oriëntaties: een pragmatische, relativiserende oriëntatie die we als koopmanstraditie plegen te benoemen en een confessionele, principiële, getuigende en moraliserende levenshouding (confessionalisme), die vanouds als calvinistische domineestradietie bekend staat. S.W. Couwenberg Trouw 2000*