

Waiting for Charlotte Grootscholten
(338388) to make a move

Back

Chat

22 juni 2012
Erasmus Universiteit Rotterdam
Erasmus School of History,
Culture and Communication
Begeleiders: Prof. dr. J. de Haan, M. Schols MSc
Tweede lezer: Dr. M.N.M Verboord

OK

Pass

Shuffle

Menu

Charlotte Grootscholten 137
Guests 112
Tiles left 43

Masterthesis

Wordfeud als sociaal platform

Erasmus Universiteit Rotterdam

Erasmus School of History, Culture and Communication

Media Studies: Master Media & Cultuur

Auteur: Charlotte Grootscholten (338388)
E-mailadres: charlotte.grootscholten@gmail.com
Begeleider: Prof. dr. J. de Haan, M. Schols MSc
Tweede lezer: Dr. M.N.M. Verboord

Datum: 22 juni 2012

Samenvatting

Door de razendsnelle ontwikkelingen op het gebied van computer en telecommunicatie kunnen we altijd en overal met elkaar communiceren, ook via een online spel. We kunnen steeds meer online contact met elkaar leggen en daardoor lijkt het steeds minder belangrijk om lijfelijk of face to face contact met elkaar te onderhouden. De vraag is of en welke gevolgen dit heeft voor de sociale relaties van mensen.

Dit onderzoek is gericht op de wijze waarop oudere en jongere gebruikers van een online game, in dit geval Wordfeud, een spel inzetten als sociaal platform om hun sociale relaties te onderhouden. De onderzoeksvraag luidt als volgt: *‘Welke rol speelt het spel Wordfeud als sociaal platform binnen de sociale relaties van gebruikers tussen de 50 en 65 jaar en gebruikers tussen de 16 en 25 jaar?’*

In het onderzoek wordt gekeken naar de motieven van gebruikers om Wordfeud te spelen, het gebruik en de rol van de chatfunctie, de rol die tijd en plaats speelt in de invulling van het sociale contact, de rol die Wordfeud speelt in het offline sociale netwerk, het spelen met bekenden en onbekenden en de vaardigheden die nodig zijn om Wordfeud te spelen. Er is gekozen voor een kwalitatief, vooral verkennend onderzoek. Er zijn twintig interviews afgenomen; tien in iedere leeftijdsgroep.

Uit het onderzoek komt naar voren dat Wordfeud geen belangrijke rol speelt als sociaal platform binnen de sociale relaties van gebruikers tussen de 50 en 65 jaar en tussen de 16 en 25 jaar. De chatfunctie van Wordfeud wordt voornamelijk gebruikt ter ondersteuning van het spel en minder voor het sociale aspect. Onder de ouderen is het sociale motief wel belangrijker dan onder de jongeren. Dat het spel op verschillende tijden en plaatsen gespeeld kan worden, wordt als positief ervaren en speelt daarom wel een belangrijke rol. Een positieve stimulans voor de spelers is dat zij zelf kunnen bepalen waar en wanneer het spel gespeeld wordt.

De vaardigheden die nodig zijn om Wordfeud te spelen, spelen geen rol. De respondenten kennen het originele spel Scrabble al goed en doen daar hun voordeel mee bij het spelen van Wordfeud. Toch hebben ouderen meer moeite met de operationele

vaardigheden van het spel, maar na hulp van een bekende zijn deze vaardigheden geen probleem meer.

Alle gebruikers in dit onderzoek spelen met bekenden waar zij in hun offline sociale leven regelmatig lijfelijk of face to face contact mee hebben. Een enkeling onder de jongeren speelt ook wel met onbekenden en chat daar ook mee. Zij geven aan dat de relatie met onbekenden niet als kwalitatief wordt ervaren tegenover de relatie die er al is met bekenden. Geen van de gebruikers in dit onderzoek heeft nieuwe mensen aan zijn of haar offline sociale netwerk toegevoegd. We zien dan ook dat Wordfeud geen belangrijke rol speelt in het offline sociale netwerk van de gebruikers. Er is soms wel meer contact met bekenden dan wanneer zij geen Wordfeud zouden spelen. Daardoor hebben de gebruikers soms beter inzicht in de dagelijkse bezigheden van hun tegenspelers. Toch is de kwaliteit evenals de kwantiteit van de sociale relaties in beide leeftijdsgroepen niet veranderd.

Trefwoorden: Wordfeud, online game, interactie, sociaal platform, sociale relaties

Voorwoord

Het is indrukwekkend hoe een spel als Wordfeud, gebaseerd op het originele spel Scrabble, in korte tijd een mega-hype werd. Wat er vooral fascinerend aan is, is dat het spel een begrip is geworden en voor veel mensen een onmisbaar onderdeel in de dagelijkse bezigheden.

Niemand kijkt raar op als je naar je vrienden roept: ‘we feuten!’, als je van een feestje naar huis gaat. Maar is het eigenlijk wel normaal dat we onze vriendschappen via een spel als Wordfeud voortzetten als we elkaar op dat moment niet face to face ontmoeten? En wat betekent dat voor de relatie die je hebt met de personen waarmee je Wordfeud speelt? Daarin zit nu precies de aanleiding en mijn interesse voor dit onderzoek.

Mijn thesisbegeleidster Marjon Schols wil ik via deze weg bedanken voor haar kritische blik en goede feedback. Ook wil ik via deze weg het Ministerie van Binnenlandse Zaken bedanken voor de kans die zij mij gaven om mijn onderzoek te presenteren. Het enthousiasme en de interesse die de aanwezigen tijdens de presentatie toonden, waren voor mij een positieve stimulans om deze thesis af te ronden. De kritische vragen die gesteld werden en de feedback die gegeven werd op mijn onderzoek, dat op dat moment nog een conceptversie was, hebben geholpen om mijn onderzoek in de eindfase aan te scherpen.

Tot slot wil ik natuurlijk ook mijn vrienden, familie en collega’s bedanken voor hun steun en toeverlaat tijdens het schrijven van deze master thesis. Ik wil ze graag bedanken voor hun geduld, flexibiliteit en motiverende woorden.

Ik hoop dat dit onderzoek naar Wordfeud mensen aan het denken zet over de sociale relaties die zij via digitale wegen als een online game onderhouden en zij zich ervan bewust zijn wat dit in positieve en negatieve zin voor hun relaties betekent of kan betekenen.

Veel leesplezier!

Charlotte Grootscholten

Inhoudsopgave

SAMENVATTING	3
VOORWOORD	5
1 INLEIDING	8
2 THEORETISCH KADER	11
2.1 TIJD EN PLAATS: VAN BEELDSCHERM NAAR BROEKZAK	11
2.2 SMARTPHONEGEBRUIK IN NEDERLAND	12
2.3 CONVERGENTIE: ONTWIKKELINGEN OP HET GEBIED VAN COMMUNICATIE	14
2.4 SCRABBLE IS ONLINE GEGAAN	16
2.5 VAARDIGHEDEN	17
2.6 MOTIEVEN	20
2.6.1 <i>USES AND GRATIFICATIONS: BEHOEFTE EN MOTIEVEN VOOR MEDIAGEBRUIK</i>	21
2.6.2 <i>MOTIEVEN VOOR ONLINE GAMING</i>	22
2.6.3 <i>VERSCHILLEN IN MOTIEVEN NAAR LEEFTIJD</i>	28
2.6.4 <i>VERSCHILLEN IN MOTIEVEN NAAR GESLACHT</i>	29
2.7 SOCIALE RELATIES	30
2.7.1 KWANTITEIT SOCIALE RELATIES	32
2.7.2 <i>KWALITEIT SOCIALE RELATIES</i>	37
2.7.3 <i>ONBEKENDEN</i>	41
2.7.4 ANONIMITEIT	43
3 METHODEN VAN ONDERZOEK	44
3.1 KWALITATIEF ONDERZOEK	44
3.2 ONDERZOEKSPOPULATIE	44
3.3 RESPONDENTEN	45
3.4 INTERVIEWTECHNIEK	46
3.5 CONVERSATIEHULP BIJ INTERVIEW	47
3.6 ANALYSE EN CODERING	48
4 RESULTATEN	50
4.1 TIJD EN PLAATS	50
4.2 INTENSIVITEIT VAN HET SPELEN VAN WORDFEUD	51
4.3 BEKENDE EN ONBEKENDE TEGENSPELERS	52

4.4 MOTIEVEN VAN GEBRUIKERS OM WORDFEUD TE SPELEN	54
4.5 VAARDIGHEDEN EN TACTIEK VAN HET SPEL	56
4.6 GEBRUIK VAN DE CHATFUNCTIE BINNEN WORDFEUD	57
4.7 FACE TO FACE CONTACT	61
4.8 CONTACT MET OFFLINE SOCIALE NETWERK	63
4.9 NIEUWE CONTACTEN	65

5 CONCLUSIE	66
--------------------	-----------

6 DISCUSSIE EN AANBEVELINGEN	70
-------------------------------------	-----------

7 LITERATUUR	73
---------------------	-----------

8 BIJLAGEN	Digitaal bijgevoegd
-------------------	----------------------------

I CONVERSATIEHULP BIJ INTERVIEW

II TRANSCRIPTEN INTERVIEWS

1 Inleiding

We bevinden ons op dit moment te midden van de smartphone revolutie die het web heeft verplaatst van ons bureau naar onze broekzak, zoals O'Reilly en Battelle (2009) stellen. Mede dankzij de opkomst van web 2.0 applicaties kunnen we tegenwoordig dus ook sociale contacten onderhouden, online communiceren met elkaar, zorgen voor culturele integratie en tot slot ook vermaak (McQuail, 1994). Maar niet alleen door toepassingen van web 2.0 die in opkomst zijn, ook door convergentie van computer en telecommunicatie zijn er nieuwe mogelijkheden ontstaan voor de overdracht van informatie, bijvoorbeeld via verschillende digitale platformen als sociale netwerksites (Steyaert & De Haan, 2001). Door deze ontwikkelingen kunnen we op steeds meer manieren online contact met elkaar leggen en lijkt het steeds minder belangrijk om lijfelijk of face to face contact te onderhouden (De Haan, 2008). Dat heeft gevolgen voor de samenleving, omdat er een verandering plaatsvindt in het onderhouden en ontstaan van de sociale relaties tussen mensen.

De vraag is echter of dit altijd positief is. Over de gevolgen die nieuwe technologieën met zich meebrengen, bestaan dan ook verschillende verwachtingen en interpretaties. Een positieve ontwikkeling kan bijvoorbeeld zijn dat mensen hun sociale leven uitbreiden en de kwaliteit ervan verbeteren. Een negatieve ontwikkeling van online communicatie zou juist zorgen voor isolatie, omdat mensen zich terugtrekken van hun lijfelijke sociale leven (Wellman et al., 2001).

We zien dat Nederlandse jongeren in 2011 bijna allemaal online actief zijn om hun sociale contacten te onderhouden via bijvoorbeeld sociale netwerksites (CBS, 2011a). Daarnaast heeft vrijwel de helft van deze jongeren via de mobiele telefoon toegang tot internet (CBS, 2011a). Ouderen zijn daarentegen veel minder online actief om hun sociale contacten te onderhouden. Tussen deze twee leeftijdsgroepen is een duidelijk verschil in het gebruik van digitale platformen om sociale contacten te onderhouden; een belangrijke aanleiding dus voor dit onderzoek.

Het is interessant om te kijken naar de waarde die het gebruik van een digitaal platform heeft voor gebruikers in verschillende leeftijdscategorieën. En of deze waarde verandert of in

de afgelopen periode veranderd is door het gebruik van nieuwe technologieën op het gebied van communicatie. Uit verschillende studies blijkt dat waardeverandering al plaatsvond in de jaren zestig en zeventig en dat er een geleidelijk proces van individualisering plaatsvindt (Middendorp, 1979; Gadourek, 1982; Hartog, 1983; Blom, 1996).

Nederlanders besteden in 2008 gemiddeld een half uur per week aan online gaming (De Haan, 2008). Nu bijna vier jaar later zijn veel Nederlanders in het bezit van een smartphone of tablet en zijn populaire spellen als Wordfeud niet meer weg te denken uit de dagelijkse bezigheden. Maar in hoeverre draait het bij dit soort spellen nog puur om vermaak? Door convergentie is het mogelijk om binnen deze online spellen contact te leggen met medespelers. Het lijkt erop dat naast de sociale netwerksites ook de online games als Wordfeud via een smartphone of tablet een steeds belangrijker middel worden om sociale contacten te onderhouden. We zagen al eerder dat de mate van online activiteit binnen sociale netwerksites van elkaar verschillen in de leeftijdsgroepen die hierboven zijn aangehaald. Het is daarom interessant om te zien of en op welke manier een online spel als Wordfeud binnen deze leeftijdsgroepen wordt ingezet om het sociale contact te onderhouden en hoe deze van elkaar verschillen. In dit onderzoek gaan we daar dieper op in. De hoofdvraag die daarbij centraal staat, luidt als volgt:

‘Welke rol speelt het spel Wordfeud als sociaal platform binnen de sociale relaties van gebruikers tussen de 50 en 65 jaar en gebruikers tussen de 16 en 25 jaar?’

Het doel van dit onderzoek is dus om meer inzicht te verkrijgen in de wijze waarop oudere gebruikers van Wordfeud en jongere gebruikers van het spel, dit online platform gebruiken om hun sociale contacten te onderhouden en hoe zij hierin van elkaar verschillen.

Uit onderzoek van het CBS (2011b) blijkt dat het gebruik van de smartphone voor toegang tot internet in Nederland het sterkst vertegenwoordigd is onder jongeren met ruim 30%. Daar tegenover staan ouderen, waarvan ongeveer 10% de smartphone gebruikt voor toegang tot internet (CBS, 2011b). Omdat Wordfeud een toegankelijk spel is via de smartphone en tablet en de strekking van het spel bij veel mensen al bekend is vanwege het originele spel

Scrabble, is het interessant om te zien wat de rol is van Wordfeud in de sociale relaties van beide leeftijdsgroepen en of hier verschillen in zitten.

Om in het onderzoek tot een antwoord op deze onderzoeksvraag te komen, zijn er verschillende deelvragen opgesteld die gekoppeld zijn aan de onderzoeksvraag. Als eerste wordt er gekeken waarom ouderen en jongeren Wordfeud gebruiken, dus wat voor motieven zij hebben om het spel te spelen. Dan wordt er gekeken of de chatfunctie van Wordfeud gebruikt wordt vanwege het spel of vanwege het sociale contact. Ook wordt er gekeken of het spel Wordfeud in beide doelgroepen met bekenden of onbekenden wordt gespeeld ten opzichte van het offline sociale netwerk. Dan wordt er ook aandacht besteed aan de tijd en plaats waar Wordfeud gespeeld kan worden en wordt er gekeken welke rol dit speelt in de invulling van het sociale contact. We kijken ook welke rol het spel Wordfeud in het offline sociale netwerk van de gebruikers in beide leeftijdsgroepen speelt. En tot slot wordt er gekeken welke rol de vaardigheden die nodig zijn voor het spelen van Wordfeud spelen voor de gebruikers in beide leeftijdsgroepen voor de invulling van het sociale contact.

Het onderzoek is kwalitatief ingestoken en wordt uitgevoerd aan de hand van interviews. Omdat er nog relatief weinig onderzoek is gedaan naar dit specifieke onderwerp van sociale relaties in combinatie met online gaming waarbij mogelijkheid tot interactie is, is dit onderzoek vooral verkennend. Daarnaast is een belangrijke reden voor de keuze van kwalitatief onderzoek dat het in dit onderzoek vooral gaat om het achterhalen van de motieven, beweegredenen en ervaringen van gebruikers die Wordfeud spelen. Interviews geven de mogelijkheid om goed op de motieven in te gaan en daarover door te vragen, wat in dit onderzoek van essentieel belang is.

De verschillende deelvragen die zojuist genoemd zijn, zullen leidend zijn in het onderzoek en zullen in zowel de literatuurstudie als in het onderzoek terugkomen in de vorm van thema's.

2 Theoretisch kader

In dit hoofdstuk worden verschillende thema's en theorieën besproken die relevant zijn voor dit onderzoek. Er wordt onder andere gekeken of er eerder onderzoek is gedaan naar het onderwerp en welke verwachtingen we voorzichtig richting het onderzoek naar Wordfeud kunnen schetsen. Voordat we dieper ingaan op de theorieën, wordt in dit hoofdstuk eerst de context van het onderzoek geschetst. Daarbij komen de begrippen tijd en plaats, vaardigheden, smartphonegebruik in Nederland, convergentie en het originele spel Scrabble aan bod. Daarna komen de verschillende theorieën en onderzoeken aan bod die relevant zijn voor dit onderzoek naar Wordfeud als sociaal platform.

2.1 Tijd en plaats: van beeldscherm naar broekzak

Het internet is vandaag de dag niet meer weg te denken uit ons dagelijks leven. We gebruiken in onze dagelijkse bezigheden niet alleen de computer om via een webbrowser gebruik te maken van het internet, maar er zijn tegenwoordig tal van andere semigesloten platformen waarmee we toegang hebben tot internet. Bijvoorbeeld via applicaties op verschillende apparaten zoals een smartphone of een tablet (Anderson & Wolff, 2011). Deze verschillende platformen met applicaties zorgen ervoor dat we overal en op elk tijdstip toegang hebben tot internet. We kunnen daardoor constant communiceren met elkaar. Het begrip web 2.0 dat O'Reilly (2005) introduceerde, laat zien hoe het internet zich ontwikkeld heeft naar een platform voor het web waar interactie een van de kerneigenschappen is. Zo laat hij zien dat web 2.0 geen harde grenzen heeft, maar een combinatie is van verschillende principes en technieken die het mogelijk maken om via het web, of beter gezegd het internet, met elkaar kunnen interacteren (O'Reilly, 2005).

Tot het jaar 2000 was het internet vooral een eenzijdig platform dat erop gericht was informatie te zenden naar de lezer of een e-mail te versturen via een desktop computer. In 2000 zakte de internetmarkt in elkaar, wat ook wel de 'dotcom-bubble burst' wordt genoemd (O'Reilly, 2005). In de jaren 2000 tot 2005 heeft er binnen het internet een verschuiving plaatsgevonden van een eenzijdig platform waar informatieverschaffing richting de lezer

centraal stond, naar een platform waar interactie mogelijk is, ook wel web 2.0 genoemd (O'Reilly, 2005).

Zoals we eerder al zagen, stelde O'Reilly (2005) dat web 2.0 een combinatie is van verschillende principes en technieken die het mogelijk maken om te interacteren met elkaar via het web. In de jaren na 2005 tot heden is het web op dat gebied verder ontwikkeld. Zo laten O'Reilly en Battelle (2009) zien dat we ons nu in de smartphone revolutie bevinden waarmee het web verschoven is van het beeldscherm naar onze broekzak. Deze verandering leidt er ook toe dat de digitale wereld verandert van een open web naar semigesloten platforms (Anderson & Wolff, 2011). Semigesloten platforms gebruiken het internet als een transportmiddel, in plaats van een browser die gebruikt wordt als beeldscherm. Om het internet te gebruiken, hoef je dus niet meer een beeldscherm te gebruiken waarmee je toegang hebt tot internetsites, maar kun je applicaties gebruiken via onder andere een smartphone of tablet. Deze applicaties bieden op eenvoudige en gesloten wijze informatie of een spel aan en bieden soms ook de mogelijkheid tot interactie met andere mensen. De applicatie is meestal semigesloten, omdat de informatie vrij beperkt is en er wordt niet of nauwelijks doorverwezen naar andere applicaties of websites.

Een interessante stelling die O'Reilly en Battelle (2009) in hun artikel naar voren plaatsen is de verontrusting die er leeft dat het effect van technologie in de context van het internet en web 2.0 zorgt voor dehumanisering. Beide auteurs geven aan deze zorg om het effect van technologie te delen, maar dat zij ook de positieve kanten van deze ontwikkeling zien, namelijk dat communicatie mensen met elkaar verbindt, gedeelde context verschaft en uiteindelijk zorgt voor een gedeelde identiteit.

2.2 Smartphonegebruik in Nederland

Een smartphone heeft naast de functie om ermee te bellen en sms'en, ook toegang tot internet, vaak een gps-ontvanger en een kompas. Daarnaast heeft een smartphone ook een agenda en de mogelijkheid om tekst te verwerken. Het is mogelijk om op de smartphone verschillende applicaties te downloaden, zoals spellen en andere soorten vermaak, informatiediensten als het nieuws en het weer of de mogelijkheid om gemiste televisie uitzendingen te bekijken. Daarnaast kan men via de smartphone bankzaken online regelen. De

smartphone wordt ook wel gezien als een handzame computer, omdat de smartphone bijna alle mogelijkheden biedt die een computer ook heeft.

Het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS) laat bijvoorbeeld zien dat in 2011 ruim 51% van de Nederlanders een telefoon bezit met toegang tot internet (CBS, 2011a). Het aantal mensen in Nederland dat mobiel internet gebruikt, is de afgelopen jaren fors toegenomen bleek uit cijfers van het CBS (CBS, 2011a). Uit het onderzoek van het Centraal Bureau voor de Statistiek kwam naar voren dat 12.2 miljoen mensen in 2011 in Nederland internet gebruiken, ofwel 93% van de Nederlandse bevolking. Uit hetzelfde onderzoek van het CBS werd duidelijk dat ruim 43% van de internetgebruikers in Nederland hier de mobiele telefoon voor gebruikt, ten opzichte van 21% in 2010. De oorzaak van de toename in mobiel internetgebruik in de afgelopen jaren ligt volgens het Centraal Bureau voor de Statistiek aan de opkomst van de smartphone (CBS, 2011a). Opvallend is dat het internetgebruik via een laptop met een draadloze internetverbinding in 2010 op 20% lag en in 2011 maar gestegen is met 1% (CBS, 2011a). We zien dus dat de ontwikkelingen en verspreiding van smartphones is verdubbeld in een jaar tijd, terwijl het internetgebruik via een laptop vrijwel gelijk is gebleven. De mogelijke reden daarvan is dat de smartphone nog makkelijker dan de laptop is mee te dragen en te gebruiken op elke plek en op elk tijdstip dat gewenst is.

Uit een onderzoek van het Centraal Bureau voor de Statistiek van het jaar daarvoor, werd al duidelijk dat het mobiel gebruik van internet onder jongeren het sterkst vertegenwoordigd is (CBS, 2011b). In de leeftijdsgroep van 12 tot 25 gebruikt in 2010 bijna 30% van alle jongeren een mobiele telefoon voor toegang tot internet (CBS, 2011b). Daar tegenover zien we dat in de leeftijdsgroep van 45 tot 65, die ook relevant is binnen dit onderzoek, slechts net boven de 10% in 2010 mobiel internet gebruikt via de telefoon (CBS, 2011b). Daarnaast zijn jonge internetgebruikers tussen de 16 en 25 jaar het meest actief op online sociale netwerksites. Zij worden ook wel de digitale generatie genoemd, omdat zij de eerste generatie zijn die opgroeien met internet. Ruim 91% van de Nederlandse jongeren in deze leeftijdscategorie gebruikt sociale netwerksites als Hyves, Facebook en Twitter om hun sociale contacten te onderhouden (CBS, 2011a). In de leeftijdscategorie 50 tot 65 jaar zien we dat dit veel minder gebruikt wordt. Binnen deze leeftijdsgroep is ongeveer 30% actief op sociale

netwerksites. We zien hier een duidelijk verschil in het gebruik van een digitaal platform om sociale contacten te onderhouden tussen deze leeftijdsgroepen.

2.3 Convergentie: ontwikkelingen op het gebied van communicatie

Convergentie van telecommunicatie en de computer heeft er in eerste instantie voor gezorgd dat er nieuwe mogelijkheden ontstonden voor informatieoverdracht en communicatie, die samen met de komst van het internet de basis voor de informatiesamenleving hebben gevormd (De Haan, 2001). Deze communicatietechnieken zijn steeds verder uitgewerkt en uitgedragen tot de producten van convergentie zoals we die nu kennen, bijvoorbeeld de smartphone en de tablet.

Convergentie heeft er voor gezorgd dat verschillende technologieën, vaak traditionele- of oude media, zijn samengebracht en daardoor nieuwe manieren van communiceren met elkaar mogelijk zijn (Cooke, 2006). Zo beschrijft Cooke (2006) dat convergentie een discrete vorm van spraak, tekst en visuele communicatie is. Dit uit zich in nieuwe multimedia producten en diensten als games en andere vormen van entertainment, maar ook educatieve producten en business applicaties (Cooke, 2006).

Ook het spel Wordfeud is ontstaan door convergentie. Ten eerste is het spel als applicatie te downloaden op een smartphone; een apparaat dat op zichzelf al een product van convergentie is, door de combinatie van verschillende communicatietechnologieën. Daarnaast zien we dat er binnen het spel een chatfunctie is, waardoor er tijdens het spelen van het spel online ook de mogelijkheid is om te interacteren met medespelers.

Niet alleen bestaat er convergentie op de manier zoals die net beschreven is, convergentie kan ook gezien worden als onderdeel van het begrip 'recombination', wat vertaald 'opnieuw combineren' betekent (Lievrouw & Livingstone, 2006). Zo stellen Lievrouw en Livingstone (2006) dat oude media vaak de 'content', ofwel inhoud of basis is van nieuwe media die geïntroduceerd wordt. Het spel Wordfeud is daar een mooi voorbeeld van. Dit spel is namelijk gebaseerd op het oude bordspel Scrabble dat in 1938 is ontworpen door de architect Alfred Mosher Butts (National Scrabble Association, 2011). Voor het spel Wordfeud is het oude bordspel Scrabble in een ander jasje gestoken en feitelijk gedigitaliseerd. Lievrouw en Livingstone (2006) benoemen dat fenomeen als het vormen van het nieuwe, dus een spel dat

op de smartphone gespeeld kan worden, en het vervormen van dat wat we al kennen, namelijk het bordspel Scrabble dat nu digitaal gespeeld kan worden en in een ander jasje is gestoken.

We zien ook dat door mediaconvergentie de manier waarop we de media consumeren verandert (Jenkins, 2004). Jenkins (2004) stelt dat convergentie uit verschillende relaties tussen technologie, industrieën, markten, genres en publiek bestaat. Convergentie kan ook wel worden gezien als een proces dat ervoor zorgt dat oude gewoonten en gedachten op een nieuwe manier worden gebruikt en daardoor zorgt voor andere keuzes van het publiek in de media. Een belangrijke term die daarbij genoemd kan worden is ‘technologisch determinisme’. Deze benadering stelt de technologie zelf als belangrijkste oorzaak centraal in het proces van sociale veranderingen (Croteau & Hoynes, 2003; Lievrouw & Livingstone, 2006). De technologie heeft het bereik en de mogelijkheid om te bepalen welke acties mensen ondernemen op het gebied van sociale veranderingen en de wijze waarop mensen de technologie daarvoor gebruiken (Lievrouw & Livingstone, 2006) en niet de technologie.

Tegenover het technologisch determinisme staat het zogenoemde ‘social shaping of technology’ (MacKenzie & Wacjman, 1999). Dit is een benadering waarbij juist de technologie steeds wordt aangepast naar de wensen, behoeften en het gebruik van mensen, waarbij dus de mens centraal wordt gesteld in het proces van sociale veranderingen (MacKenzie & Wacjman, 1999; Lievrouw & Livingstone, 2006). Sommige technologieën beperken dan wel de acties die men kan ondernemen en bepalen dus hoe een technologie gebruikt moet worden, dus technologisch determinisme, maar gebruikers kunnen altijd zelf de keuze maken om ze te gebruiken.

De interpersoonlijke communicatie en relaties van mensen kunnen door convergentie ook veranderen, omdat verschillende sociale aspecten als werk, educatie, vermaak en interpersoonlijke communicatie in elkaar overgaan (Lievrouw & Livingstone, 2004). De keuzes die spelers van Wordfeud maken om het spel te spelen en de wijze waarop zij met andere spelers interacteren binnen het spel, wordt dus mede bepaald door de convergentie die plaats heeft gevonden. Zo laat Jenkins (2004) zien hoe de inhoud van de media, in dit geval het spel Wordfeud met de chatfunctie, bepaalt hoe de gebruiker de media inzet om bijvoorbeeld zijn of

haar sociale contacten te onderhouden. Op die manier heeft mediaconvergentie invloed op de wijze waarop we de media gebruiken en de invloed die het heeft op bijvoorbeeld sociale relaties, zoals dat centraal staat in dit onderzoek.

2.4 Scrabble is online gegaan

Het spel Wordfeud is voor veel smartphone- en tabletgebruikers niet meer weg te denken uit de dagelijkse bezigheden. Smartphones zijn apparaten die mensen vrijwel altijd bij zich dragen. Ze zijn daardoor bij uitstek geschikt als platform voor applicaties die gebruikt kunnen worden op elk tijdstip en elke plaats die de gebruiker wenst (Li & Counts, 2007). De mobiele telefoon, die in de basis communiceren als doel heeft, biedt tegenwoordig ook applicaties voor entertainment en vermaak (Li & Counts, 2007).

De communicatievorm sms'en is in de afgelopen jaren in populariteit gestegen en heeft voor veel mensen, maar vooral onder jongeren, tot doel om de hele dag in contact te blijven met vrienden en familie (Li & Counts, 2007). In dit onderzoek, dat een aantal jaar geleden werd uitgevoerd, werd de mogelijkheid om een spel te spelen op een telefoon waarbij de spelers met elkaar kunnen sms'en beschreven (Li & Counts, 2007). De auteurs wisten op het moment dat zij hun onderzoek uitvoerden nog niet dat dit in de nabije toekomst werkelijkheid werd en een alledaagse bezigheid zou worden. In hetzelfde onderzoek beschrijven zij dat de zogenoemde bereikbaarheid van het spel, omdat de speler het constant bij zich draagt, een positieve stimulans en motivatie is of kan zijn om het spel te spelen en de gebruikers niet afhankelijk zijn van een plaats of tijdstip (Li & Counts, 2007).

De toegankelijkheid van online gaming is steeds beter geworden. Wordfeud is gratis te downloaden op een smartphone of tablet die toegang heeft tot het internet. Daardoor is de drempel vrij laag om met het spel te beginnen, wat interessant is voor ouderen die een spel op de smartphone of tablet willen spelen. Mensen die het originele bordspel Scrabble kennen, zullen daardoor ook makkelijker starten met een spel als Wordfeud, omdat zij al bekend zijn met de regels van het spel. Daarnaast is het spel voor bijvoorbeeld jongeren interessant omdat zij zelf kunnen bepalen waar en wanneer zij het spel spelen.

Dit alles maakt het smartphonespel Wordfeud dat in dit onderzoek centraal staat uniek in zijn soort, omdat het toegankelijk is voor verschillende leeftijdsgroepen, waaronder

bijvoorbeeld ouderen, omdat het een sociaal aspect bevat, namelijk de chatfunctie. Zo kunnen spelers, ook weer ongeacht de leeftijdsgroep waartoe een speler behoort, met elkaar communiceren.

2.5 Vaardigheden

We gaan er tegenwoordig vanuit dat iedereen in het bezit is van een computer met internet. Veel organisaties en instanties gaan er vanuit dat mensen bereikbaar zijn via het internet. Computers worden dan wel steeds goedkoper en makkelijker in gebruik, toch zijn er nog steeds mensen die geen toegang hebben tot informatie- en communicatie technologie (ICT).

Tot een aantal jaar geleden waren er grote verschillen in het bezit en de toegang tot internet (Van Dijk, 2007). Deze ongelijkheid in bezit van ICT wordt ook wel de digitale kloof genoemd (Van Dijk, 2007). De digitale kloof wordt gezien als een belangrijk probleem van de digitalisering, omdat er onderscheid wordt gemaakt tussen met mensen met toegang tot ICT en mensen zonder toegang tot ICT. Het bezit van een bepaalde technologie is tegenwoordig niet meer het enige aspect waarnaar gekeken moet worden als het gaat om de verspreiding van technologie (Van Dijk, 2007). Ook ongelijke vaardigheden en gebruik kunnen voor problemen zorgen (Van Dijk, 2007).

Er zijn verschillende factoren die de toegang tot een technologie bepalen, namelijk motivatie, bezit, gebruik en vaardigheden (Van Dijk, 2007). De motivatie, ofwel de wil om een technologie te gebruiken is de eerste stap die bepaalt of iemand aan de nieuwe technologie begint. Daarnaast gebruikt 93% van de Nederlandse bevolking het internet (CBS, 2011a) en zelfs 51% van de Nederlandse bevolking bezit een mobiele telefoon met toegang tot internet (CBS, 2011a). In het bezit zijn van een computer met internet betekent nog niet dat die ook gebruikt wordt. Mensen kunnen een computer of telefoon met internet productief gebruiken om bijvoorbeeld teksten te verwerken, muziek af te spelen of een spelletje te doen. Maar een computer of telefoon kan ook consumptief gebruikt worden om informatie te zoeken of bijvoorbeeld muziek en videomateriaal te downloaden.

In dit onderzoek zijn de digitale vaardigheden de belangrijkste factor voor de toegang tot de technologie. Deze vaardigheden zijn te onderscheiden in drie soorten: operationele

vaardigheden, informatievaardigheden en strategische vaardigheden (Van Dijk, 2005). De operationele vaardigheden zijn de vaardigheden die nodig zijn om goed om te kunnen gaan met de hardware en software van een computer of telefoon (Van Dijk, 2005). Bij de informatievaardigheden gaat het om het zoeken, selecteren en verwerken van de informatie (Van Dijk, 2005). Bij de strategische vaardigheden gaat het erom dat men de technologie in kan zetten voor bepaalde doeleinden, bijvoorbeeld een product of dienst goedkoper aanschaffen, omdat zij het product met verschillende aanbieders kunnen vergelijken (Van Dijk, 2005).

De meeste moeite met het onder de knie krijgen van een (nieuwe) technologie zijn ouderen. Ouderen vinden de operationele vaardigheden het lastigst, dus de vaardigheden die nodig zijn om goed om te kunnen gaan met de technologie (Van Deursen, 2010). Jongeren hebben hier minder problemen mee, maar hebben in tegenstelling tot ouderen, veel meer moeite met de informatievaardigheden (Van Deursen, 2010). Jongeren vinden het lastiger om de juiste informatie op internet te zoeken en deze informatie vervolgens te beoordelen op de betrouwbaarheid ervan (Van Deursen, 2010). Voor ouderen geldt dat als zij eenmaal de operationele vaardigheden onder de knie hebben, zij geen of veel minder moeite hebben met de informatievaardigheden (Van Deursen, 2010).

Omdat de operationele vaardigheden van groot belang zijn in het optimaal gebruik van internet, hebben ouderen daardoor, in vergelijking met jongeren, altijd de grootste achterstand in de huidige informatiesamenleving als het specifiek gaat om vaardigheden (Duimel, 2007; De Haan, 2003; Van Dijk, 2007), zoals in dit onderzoek naar Wordfeud.

Ouderen zijn dan wel steeds vaker op het internet te vinden, toch heeft deze groep hier het meeste moeite mee. Naast de vaardigheden die nodig zijn, komt dit ook door de verschillende fasen die je doorloopt bij de beslissing om een bepaalde technologie, zoals een computer of telefoon met internet, te gaan gebruiken (Rogers, 1996). De eerste fase is kennis, het voor het eerst horen of lezen over de technologie. Zo zien ouderen in advertenties en op televisie steeds vaker een website die zij moeten bekijken voor meer informatie over een product of dienst (Rogers, 1996). Dan is het beeld dat ontstaat over deze technologie en het besluit dat iemand neemt om de technologie uit te proberen van belang (Rogers, 1996). Vervolgens bepaalt de gebruiker in de implementeerfase of hij of zij met de technologie begint

(Rogers, 1996). De laatste fase die Rogers (1996) noemt is de beslissing om met de technologie door te gaan of ermee te stoppen.

Bij deze fasen horen een aantal kenmerken van een nieuwe technologie die invloed hebben op het maken van de beslissing om de technologie te gebruiken (Rogers, 1996). Het relatieve voordeel laat zien welk voordeel de technologie biedt ten opzichte van een ander middel (Rogers, 1996). Ouderen geven bijvoorbeeld aan dat internet het contact met familie die op afstand wonen vergemakkelijkt (Duimel, 2007). De mate waarin de technologie bij iemand past, bepaalt vervolgens de compatibiliteit van de technologie (Rogers, 1996). Als de technologie goed bij iemand past, zal die ook eerder gebruik ervan maken. Voor ouderen is de complexiteit van de technologie het belangrijkste kenmerk (Rogers, 1996), omdat zij verwachten dat omgaan met een computer en internet moeilijk is. Hier komen ook weer de vaardigheden, die nodig zijn om met een nieuwe innovatie aan de slag te gaan, om de hoek kijken en zijn dus bepalend voor het slagen van een innovatie (Duimel, 2007). Het vierde kenmerk dat Rogers (1996) beschrijft is de mate waarin de technologie uitgetoetst kan worden. Veel ouderen krijgen een computer of smartphone van hun familie, zodat zij die uit kunnen proberen, zonder dat zij die gelijk aan te hoeven schaffen. Tot slot kan de zichtbaarheid en de resultaten van de technologie in de samenleving ook invloed hebben op de beslissing om met een technologie aan de slag te gaan (Rogers, 1996). Het gaat hier bijvoorbeeld om de verwijzing naar een website in een advertentie, waardoor gebruik van internet noodzakelijk is om dat te bekijken of te begrijpen. Uiteindelijk zijn de vaardigheden die gebruikers bezitten, bepalend voor het kunnen omgaan met een nieuwe technologie.

Ouderen willen wel graag meer computer- of internetvaardigheden opdoen (Duimel, 2007). Zij geven daarbij de voorkeur aan een cursus die voor hen op maat is gemaakt (Duimel, 2007). Daarnaast geeft een groot deel van de ouderen aan dat zij de vaardigheden liever middels zelfstudie uitbreiden en niet graag hulp vragen van anderen. (Duimel, 2007). Slechts een klein deel waardeert de hulp van anderen, van bijvoorbeeld familie of vrienden (Duimel, 2007).

Als we verder kijken naar de vaardigheden die nodig zijn, dan zien wij bij ouderen dat er een verschil tussen mannen en vrouwen ontstaat op het moment dat de vaardigheden

moeilijker worden en minder vaak uitgevoerd worden (Duimel, 2007). Het gaat dan voornamelijk om het installeren van apparatuur en programma's. Mannen kunnen hier volgens Duimel (2007) beter mee overweg dan vrouwen.

Het is van belang om in dit onderzoek ook te kijken naar de vaardigheden die nodig zijn om een online game te spelen, omdat dit onderzoek gericht is op online games. Ouderen spelen meestal online games die gratis via bijvoorbeeld een internetbrowser te downloaden zijn, omdat dit voor deze leeftijdsgroep de makkelijkste manier is (De Schutter, 2011). Het spel moet voornamelijk voor deze leeftijdsgroep goed bereikbaar zijn en laagdrempelig zijn in de vaardigheden die nodig zijn om het spel te spelen (De Schutter, 2011).

Op basis van bovenstaande valt te verwachten dat er tussen ouderen en jongeren een verschil is in de vaardigheden die nodig zijn om Wordfeud te spelen en te chatten via deze game. Naar verwachting zullen jongeren geen problemen ondervinden als het gaat om de vaardigheden die nodig zijn om het spel te installeren en ook te spelen. Onder ouderen verwachten we in dit onderzoek wel meer moeite met het installeren van het spel, dus de operationele vaardigheden. Interessant is om te kijken hoe zij hiermee om gaan op het moment dat zij hier moeite mee hebben. Naar verwachting zullen zij proberen om dit zelf te verhelpen, omdat ouderen niet graag geholpen worden door derden, dus familie en vrienden, maar liever middels een cursus of zelfstudie de benodigde vaardigheden opdoen. Minder problemen onder ouderen verwachten we in dit onderzoek naar Wordfeud bij het spelen van het spel. Als zij het spel spelen, hebben zij de operationele vaardigheden waarschijnlijk onder de knie en gaat het daarna om de informatie- en strategische vaardigheden die naar verwachting voor deze leeftijdsgroep weinig tot geen problemen geeft.

2.6 Motieven

Mensen hebben bepaalde redenen en motieven voor het gebruik van communicatietechnologieën. Niet alleen voor het gebruik van media in het algemeen, maar bijvoorbeeld ook voor het gebruik van online games die in dit onderzoek centraal staan. In de volgende paragrafen gaan we dieper in de motieven van mediagebruik aan de hand van het uses and gratifications model. Ook kijken we naar de motieven die er zijn voor het spelen van online games.

2.6.1 Uses and gratifications: behoeften en motieven voor mediagebruik

Het uses and gratifications model wordt al jaren in communicatieonderzoek gebruikt om de motieven en beweegredenen van gebruikers om media te gebruiken te achterhalen. Zo heeft onder andere McQuail in 1994 met het uses and gratifications model de effecten van mediagebruik onderzocht (Ruggiero, 2000; McQuail, 1994).

De media is constant in ontwikkeling en het is daarom volgens Ruggiero (2000) van groot belang dat onderzoekers goed kijken hoe zij het uses and gratifications model gebruiken in hun onderzoek. Het uses and gratifications model kan ook voor onderzoek naar nieuwe media gebruikt worden. Het is dan wel belangrijk dat er goed gekeken wordt naar het medium dat wordt onderzocht, maar de principes van het model blijven gelijk zoals die decennia geleden al zijn geformuleerd (Ruggiero, 2000). Wel, zegt Ruggiero (2000), is het belangrijk om in het achterhoofd te houden dat het uses and gratifications model mogelijk moet meegroeien met de ontwikkelingen op communicatiegebied en dat een uitbreiding van het model wenselijk kan zijn. Om het uses and gratifications model in dit onderzoek goed toe te passen, is het van belang om eerst te kijken naar de principes van het model en hoe deze toepasbaar zijn op dit onderzoek.

Het uses and gratifications model bestaat uit een aantal benaderingen om te achterhalen op welke manier individuen een bepaald medium voor communicatie verkiezen, boven alle andere mogelijkheden die er in de omgeving van het individu zijn (Katz et al., 1973). Met de keuze van een specifiek medium bevredigen individuen volgens het uses and gratifications model hun behoeften om een bepaald doel te bereiken (Katz et al., 1973). Door naar het doel of motief van een individu te vragen in een onderzoek, kan achterhaald worden waarom een individu de keuze voor een bepaald medium maakt (Katz et al., 1973).

Er zijn vijf centrale elementen waar het uses and gratifications model vanuit gaat (Katz et al., 1973). Het eerste element is dat het publiek actief is (Katz et al., 1973). Daarnaast moet het mediagebruik doelgericht zijn en kan de media concurreren met andere bronnen of middelen die de behoeften van het publiek kunnen bevredigen (Katz et al., 1973). Het vierde element in het uses and gratifications model is dat het publiek voor een bepaald medium kiest, afhankelijk van de behoeften die bevredigd moeten worden en dat het publiek zich daarvan bewust is (Katz et al., 1973). Het laatste element is dat media en het gebruik ervan meerdere

behoeften kunnen bevredigen (Katz et al, 1973).

De behoeften die door de keuze van een medium bevredigd kunnen worden, zijn onder te verdelen in een aantal categorieën of motieven voor mediagebruik; te weten de behoefte aan informatie, entertainment, persoonlijke relatie of persoonlijke identiteit, socialisatie en afleiding (Katz et al., 1973).

Het gebruik van media kan de behoefte aan informatie bevredigen. Informatie kan helpen om bepaalde keuzes te maken bij moeilijke beslissingen, nieuws uit de wereld mee te krijgen of een gevoel van vrijheid geven omdat er met informatie ook kennis verworven wordt (Katz et al., 1973). Een ander motief of behoefte is entertainment. Hierbij gaat het vaak om ontspanning en vermaak, maar bijvoorbeeld ook om tijdverdrijf. Ook de persoonlijke relatie of persoonlijke identiteit kan een belangrijke behoefte zijn die wordt bevredigd door gebruik van de media (Katz et al., 1973). Het kan zelfvertrouwen en de zelfwaarde vergroten, maar ook het willen identificeren met een rolmodel kan hier belangrijk zijn voor het individu. Mediagebruik kan faciliteren in het contact onderhouden met vrienden en familie, maar ook andere vormen van sociale interactie (Katz et al., 1973). Dit motief is omschreven als socialisatie. De laatste behoefte voor mediagebruik is afleiding. Mediagebruik kan zorgen voor het ontsnappen aan de dagelijkse bezigheden of routine, maar ook aan emotionele of andere problemen (Katz et al., 1973).

2.6.2 Motieven voor online gaming

Het spelen van online games wordt onder zowel jongeren als ouderen steeds populairder. De spellen dienen niet alleen meer voor plezier en vermaak, maar tal van andere motieven kunnen ervoor zorgen dat jongeren en ouderen zich op een online spel storten. Om meer inzicht te krijgen in de reden waarom mensen het spel Wordfeud spelen en daarbij de chatfunctie gebruiken om met hun medespelers te communiceren, is het goed om te achterhalen welke motieven hierachter kunnen zitten voor de gebruikers. Tegenwoordig is het bijvoorbeeld mogelijk om via online games, waarvan het op het eerste gezicht lijkt dat mensen alleen spelen, te interacteren met anderen via het netwerk van het spel en zo nieuwe vriendschappen en relaties op te bouwen of relaties te onderhouden.

Verschillende onderzoeken komen uit op gemeenschappelijke motieven voor online gaming, maar laten ook andere motieven voor online gaming zien. In de tabel hieronder wordt een overzicht gegeven van de verschillende motieven voor online gaming die naar voren komen uit de onderzoeken die in dit hoofdstuk besproken worden. Alle motieven worden in dit hoofdstuk nader toegelicht.

Tabel 1. Motieven voor online gaming in de literatuur

	Motieven voor online gaming					
Lucas & Sherry (2004)	Competitie	Uitdaging	Sociale interactie	Afleiding	Fantasie	Opwinding
Yee (2006)	Achievement <ul style="list-style-type: none"> - competitie/uitdaging - macht/status - kennis van systeem 	Sociaal <ul style="list-style-type: none"> - socialiseren - teamwerk - relatie 	Immersion (onderdompelen) <ul style="list-style-type: none"> - ontdekken/onderzoeken - rollenspel - personaliseren karakter - escape 			
Jansz & Martens (2005)	Competitie	Plezier/ entertainment	Socialiteit	Tijdverdrijf	Escape	Controle
Katz et al. (1994)	Informatie (consumenten)	Entertainment (consumenten)	Socialisatie (participeren en produceren)	Afleiding		

Het uses en gratifications model laat zien dat er motieven zijn voor gebruikers om een medium te gebruiken voor informatie, entertainment, socialisatie en afleiding (Katz et al., 1973; Shao, 2009). Deze motieven zijn in te delen in drie verschillende manieren waarop individuen hun keuze baseren om een medium te gaan gebruiken, namelijk consumeren, participeren en produceren (Shao, 2009). Bij consumeren draait het vooral om het zoeken naar informatie en entertainment (Shao, 2009). Op het eerste gezicht lijkt het in dit onderzoek voor de hand liggend dat het motief van Wordfeudspelers in het consumeren voor entertainment ligt, omdat het in eerste instantie gaat om het spelen van een spel waarbij internet noodzakelijk is. We moeten daarbij niet vergeten dat het onderzoek gericht is op de chatfunctie van Wordfeud en het motief voor het spelen van het spel ook kan liggen in participeren. Participeren voor sociale

interactie en maatschappelijke ontwikkeling kan ook een motief zijn als de keuze om een medium te gebruiken gaat om de interactie tussen personen (Shao, 2009). De laatste manier is die van produceren, waarbij het voornamelijk gaat om zelfexpressie (Shao, 2009). Hierbij is het voor de gebruiker vooral van belang om zijn of haar eigen identiteit te presenteren en controle te hebben over de wijze waarop anderen over hem of haar denken.

Online games kunnen ook dienen als centrale activiteit als het gaat om interpersoonlijke interactie (Lucas & Sherry, 2004). De spellen zorgen voor een activiteit onder vrienden of andere relaties om met elkaar te delen, ongeveer gelijk aan het spelen van bijvoorbeeld een bordspel of andere fysieke recreatie (Lucas & Sherry, 2004).

Daarnaast kunnen online games zorgen voor een parasociale relatie, waarbij een persoonlijke relatie wordt ervaren met het karakter uit het spel, net als bij bijvoorbeeld televisiepersonages (Lucas & Sherry, 2004). Een parasociale relatie is een denkbeeldige relatie met bijvoorbeeld een mediapersoonlijkheid uit een reality soap of een ander programma of karakter uit een spel, waarbij de gevoelens voor deze relatie hetzelfde zijn voor de kijker of speler als bij een traditionele face to face relatie (Horton & Wohl, 1956).

In het overzicht zien we dat het motief uitdaging in alle onderzoeken naar voren komt (Lucas & Sherry, 2004; Yee, 2006; Jansz & Martens, 2005). De speler kan zichzelf tot het uiterste bewegen om tot het hoogste level of hoogst aantal punten te komen in het spel (Lucas & Sherry, 2004).

Een tweede motivatie dat in meerdere onderzoeken over online gaming wordt genoemd is de competitie, waarbij spelers het beste willen zijn in het spel en het liefste willen winnen (Lucas & Sherry, 2004; Yee, 2006; Jansz & Martens, 2005).

In het overzicht zien we nog een derde motief dat in alle onderzoeken genoemd wordt, namelijk de sociale interactie, dus het spelen voor de sociale ervaring met vrienden en familie (Lucas & Sherry, 2004; Yee, 2006; Jansz & Martens, 2005).

Het vierde motief dat overeenkomstig is in verschillende onderzoeken is de afleiding, waarbij het erom gaat dat mensen een spel spelen tegen verveling of om tijd te verdrijven (Lucas & Sherry, 2004; Katz et al., 1973). Ook het motief tijdverdrijf (Jansz & Martens, 2005) valt

hieronder, hoewel deze anders benoemd wordt in hun onderzoek, is het principe van dit motief hetzelfde.

In het overzicht zien we naast de overeenkomstige motieven, ook motieven die maar een keer voorkomen. Bijvoorbeeld het motief fantasie, dat mensen kan bewegen om een spel te spelen (Lucas & Sherry, 2004). De mogelijkheid om in een spel dingen te doen die in het dagelijks leven onmogelijk zijn, zoals vliegen of een ander karakter of personage zijn, kan voor mensen een belangrijke reden zijn.

Het laatste motief dat Lucas en Sherry (2004) noemen is opwinding, omdat een spel voor spanning kan zorgen en mensen daar opgetogen van kunnen raken en dat prettig vinden.

In het overzicht zien we dat de motieven van Yee (2006) gegroepeerd zijn in drie overkoepelende componenten. De eerste groep motieven voor online gaming vallen onder 'achievement', ofwel bereiken (Yee, 2006). Spelers kunnen een verlangen hebben naar macht en willen in het spel een bepaalde status bereiken onder hun medespelers (Yee, 2006). Interesse in het systeem van het spel of de regels draagt er voor spelers aan bij dat zij zo optimaal mogelijk gebruik kunnen maken van de middelen die het spel ter beschikking stelt (Yee, 2006). Onder het component achievement horen ook de motieven competitie en uitdaging (Yee, 2006; Lucas & Sherry, 2004; Jansz & Martens, 2005). Deze twee motieven zagen we ook in andere onderzoeken naar voren komen (zie tabel 1).

De tweede groep motieven die Yee (2006) in kaart bracht met zijn onderzoek zijn de sociale componenten. Hier zijn drie motieven van belang, waarbij de eerste ingaat op het socialiseren (Yee, 2006). Spelers hebben interesse in het helpen van anderen en chatten met anderen. Daarnaast speelt de relatie een belangrijke rol. Spelers hebben het verlangen om op de lange termijn een kwalitatief inhoudelijke relatie of vriendschap op te bouwen met anderen (Yee, 2006). Ook onder het sociale component valt teamwork, waarbij spelers een onderdeel willen zijn van een groep (Yee, 2006).

Het derde en laatste overkoepelende motief dat in het overzicht staat, is 'immersion', wat in het Nederlands letterlijk onderdompelen betekent (Yee, 2006). Hiermee wordt bedoeld dat spelers helemaal in een spel opgaan en zich als het ware erin 'onderdompelen'. Onder dit

motief valt het willen ontdekken, vinden en weten van bepaalde acties of handelingen in het spel die anderen niet weten (Yee, 2006). Ook het rollenspel is een belangrijk aspect, waarbij spelers een persona ontwikkelen met een achtergrondverhaal en met de persona interacteren met andere spelers om zo een geïmproviseerd verhaal te creëren, bijvoorbeeld met een eigen karakter (Yee, 2006). Een ander motief dat onder immersion valt is de interesse hebben in het personaliseren van een karakter (Yee, 2006). Het laatste motief dat Yee (2006) beschrijft is ontsnapping, ofwel escape. Spelers gebruiken de online of virtuele omgeving om niet aan de realiteit of problemen waar zij mee kampen te hoeven denken. Dit laatste motief komt ook in de andere onderzoeken voor (Lucas & Sherry, 2004; Jansz & Martens, 2005).

Ook Jansz en Martens (2005) gaan in hun onderzoek naar videogames dieper in op de motieven voor gebruikers van dergelijke games. Ongeacht het type spel dat gespeeld wordt, er is altijd een gemeenschappelijke karakteristiek aanwezig, namelijk het feit dat een spel een interactieve vorm van entertainment is (Jansz & Martens, 2005). Interactiviteit is een belangrijk concept binnen online games. Er zijn twee soorten interactiviteit binnen games (Jansz & Martens, 2005). De eerste is een proces dat zowel de game als de speler aangaat, waarmee bedoeld wordt dat zowel de context van het spel als de speler zelf invloed heeft op wat er gebeurt in het spel (Jansz & Martens, 2005). De tweede interactie in relatie tot games is dat spelers onderling met elkaar interacteren en daardoor interpersoonlijke communicatie ontstaat binnen het spel (Jansz & Martens, 2005). Zo zijn de spelers zelf verantwoordelijk voor het verloop van het spel. Als een speler stopt of niet reageert op bepaalde bewegingen in het spel, dan is er geen spel meer. Op die manier wordt een speler beloond en gestraft door de mate van inzet en interactie in het spel (Jansz & Martens, 2005).

Op basis van het belang van interactiviteit in een spel komen Jansz en Martens (2005) op het formuleren van een zestal motieven die zij gebaseerd hebben op het uses en gratifications model (zie tabel 1).

Het eerste motief is 'competitie' (Jansz & Martens, 2005). Hierbij gaat het erom dat een speler wil winnen van een andere speler, tenslotte is een spel daar meestal op gebaseerd en bevat altijd een competitief element. Het kan hier gaan om winnen of verliezen door een puntentelling, maar ook om doodgaan of overleven in het spel.

Het tweede motief gaat om 'controle' (Jansz & Martens, 2005). Dit motief is vooral gericht op spellen waarbij de speler door zijn of haar unieke karakter de controle heeft over het spel en zijn of haar acties. Toch hoeft er niet per se een karakter aan het spel verbonden te zijn om te spreken van controle. Ook bij een spel als Wordfeud kan een speler controle hebben over het verloop van het spel en de elementen, de letters, die men in bezit heeft om het verloop van het spel mee te controleren.

Het derde motief is 'entertainment' (Jansz & Martens, 2005). Dit motief is breed ingestoken en refereert aan de mate van plezier die men verwacht te beleven aan het spel of aan de uitkomst ervan. Zo kunnen spelers dit motief aandragen voor het spelen van een spel omdat ze er vrolijk van worden.

Het vierde motief dat Jansz en Martens (2005) laten zien is 'escapism'. Dit motief is erop gebaseerd dat een speler zichzelf kan terugtrekken uit het dagelijks leven en zich kan 'verstoppen' in de virtuele wereld van een spel.

Het vijfde motief is 'pastime', dat een vrij negatieve ondertoon heeft, maar wat niet per se negatief voor de speler hoeft te zijn (Jansz & Martens, 2005). Bij dit motief gaat het erom dat spelers een spel spelen omdat er simpelweg niks anders te doen is. Dit motief wordt ook wel 'avoidance of boredom' genoemd, waarmee wordt bedoeld dat het spelen van een spel een manier is om verveling te omzeilen. In dit onderzoek noemen we 'pastime' ook wel tijdverdrijf, zodat beter duidelijk is wat hiermee wordt bedoeld.

Het laatste motief is er een die de onderzoekers bewust hebben toegevoegd aan deze lijst van motieven, vanwege het ontbreken van dit motief in ieder ander motief dat hierboven werd genoemd, namelijk: 'socialiteit' (Jansz & Martens, 2005). Dit motief is van groot belang, omdat de sociale activiteit binnen spellen waarin gespeeld wordt met een of meerdere spelers een van de belangrijkste aspecten is, zoals we eerder al zagen met interactiviteit (Jansz & Martens, 2005).

Het is niet gezegd dat voor iedere online game dezelfde motieven gelden. Mensen hebben verschillende redenen en motieven om ervoor kiezen om een spel te spelen (Yee, 2006). En dus kan een online game voor elke speler hele andere betekenissen of consequenties hebben (Yee, 2006). Een belangrijke noot is dat er meerdere motieven voor een

speler kunnen gelden voor het spelen van een online game (Yee, 2006). Als een speler aangeeft dat een motief voor hem of haar belangrijk is, sluit dat niet uit dat een ander motief net zo of ook als heel belangrijk kan worden ervaren.

De besproken motieven zijn mogelijke beweegredenen en motieven voor spelers om met een online game aan de slag te gaan en bieden een handvat in verder onderzoek naar de motieven van spelers (Yee, 2006). Voor het achterhalen van de beweegredenen van Wordfeud spelers, is in dit onderzoek gekozen voor de motieven van Jansz en Martens (2005). Zij stelden deze motieven op voor een onderzoek naar videogames die op een LAN event worden gespeeld, maar benadrukken dat de motieven voor ieder ander spel kunnen worden gevolgd vanwege de gemeenschappelijke eigenschappen die verschillende spellen hebben. Zo heeft ook Wordfeud de mogelijkheid te interacteren via de chatfunctie en doordat spelers steeds een woord leggen en wachten op een tegenreactie, vindt er in het spel constant interactie plaats. Andere motieven als bijvoorbeeld fantasie (Lucas & Sherry, 2004), rollenspel en het personaliseren van een karakter (Yee, 2006) zijn in het spel Wordfeud niet van toepassing en worden verder in dit onderzoek niet gebruikt.

2.6.3 Verschillen in motieven naar leeftijd

Naast de verschillende motieven die benoemd kunnen worden voor online gaming, is het ook interessant om te kijken hoe die zich verhouden naar de verschillende leeftijdsgroepen die in dit onderzoek centraal staan en mogelijke verschillen in motivatie tussen mannen en vrouwen. Zo houden niet alleen jongeren zich bezig met online gaming, ook steeds meer ouderen vullen hiermee hun tijd (De Schutter, 2011). Onder verschillende leeftijdsgroepen kunnen ook verschillende motieven op de eerste plek staan (De Schutter, 2011; Jansz & Martens, 2005).

Jongvolwassenen spelen het liefste spellen die sociale aspecten bevatten die in hun dagelijks leven ontbreken, terwijl volwassenen het liefste spellen spelen waarbij de interactie met peers, dus vrienden en familie, centraal staat (De Schutter, 2011). Onder jongeren zijn de sociale motieven voor het spelen van games het laagste, omdat zij moeite hebben met de sociale interactie van een spel onder hun vrienden en familie (De Schutter, 2011). Jongeren geven de voorkeur aan het één op één onderhouden van contact met hun vrienden en familie, wat met Wordfeud bijvoorbeeld wel kan, in plaats van met meerdere mensen tegelijk in een

online omgeving.

Naast de motieven opwinding, afleiding, fantasie, competitie en winnen worden ook de sociale aspecten onder ouderen laag gewaardeerd (De Schutter, 2011). Een verklaring voor het feit dat het sociale aspect door ouderen laag wordt gewaardeerd, is dat de meeste spelers aangeven meestal een spel alleen te spelen en zelden met anderen, waardoor het sociale aspect in een game niet wordt gebruikt en er waarschijnlijk ook geen behoefte aan is (De Schutter, 2011). Het motief uitdaging wordt door ouderen juist als belangrijkste ervaren (De Schutter, 2011).

Tegenovergesteld aan het onderzoek van De Schutter (2011), komt uit het onderzoek van Griffiths et al. (2004) juist naar voren dat de meest favoriete reden om een online game te spelen onder zowel jongeren als ouderen het sociale contact is. Daarna komen redenen als plezier hebben in geweld, een spel alleen kunnen spelen en hele specifieke kenmerken van een spel naar voren (Griffiths et al., 2004).

Er is in ditzelfde onderzoek van Griffiths et al., (2004) ook gekeken naar de tijd van andere activiteiten die spelers inruilen voor het spelen van een online game. Daaruit komt naar voren dat ongeveer de helft van de ondervraagden geen andere activiteiten opgeeft om een online game te spelen (Griffiths et al., (2004). Dat geldt voor zowel jongeren als ouderen. Een interessante bevinding is wel dat ongeveer 20% van de ouderen in het onderzoek met het spelen van een online game, de tijd die zij normaal aan sociaal contact besteden, daarmee inruilen (Griffiths et al., 2004). Onder jongeren ruilt iets meer dan 10% van de tijd die zij normaal aan sociale activiteiten besteden in voor het spelen van online games (Griffiths et al., 2004). Onder jongeren werd meer tijd ingeruild die normaal besteed werd aan schoolactiviteiten of werk.

2.6.4 Verschillen in motieven naar geslacht

Hoewel in dit onderzoek naar Wordfeud twee leeftijdsgroepen centraal staan, is het ook interessant om te kijken naar verschillen in motieven onder mannen en vrouwen. Mannen scoren bijvoorbeeld hoger op het overkoepelende motief achievement dan vrouwen (Yee, 2006). Het motief socialisatie wordt door mannen en vrouwen even vaak aangegeven, maar

vrouwen vinden dit belangrijker als het gaat om de relatie (Yee, 2006). Het gaat hier dan om de interesse in het helpen van een ander en het chatten via het spel. Yee (2006) geeft daarbij aan dat mannen volgens zijn resultaten in een online game even graag of evenveel socialiseren als vrouwen, maar als het gaat om relaties of vriendschappen opbouwen, dan gaat het vrouwen meer om een kwalitatief inhoudelijke relatie, terwijl mannen genoeg hebben aan het helpen van een ander of chatten met iemand zonder dat daar een langdurige relatie uit ontstaat.

Mannen en vrouwen vinden het motief opwinding even belangrijk, maar vrouwen vinden de motieven afleiding en uitdaging belangrijker dan mannen (De Schutter, 2011).

Naar verwachting zullen gebruikers van Wordfeud het spel niet gaan spelen puur vanwege de chatfunctie, maar meer om de mogelijkheid om met vrienden en familie te spelen, daarmee de uitdaging en competitie aan te gaan en daarbij ook het sociale contact te kunnen onderhouden. Uit de onderzoeken die in dit hoofdstuk eerder werden besproken kwamen tegenstrijdige bevindingen naar boven over het sociale motief voor online gaming. Het feit dat mensen de chatfunctie van Wordfeud (kunnen) gebruiken om te communiceren met hun tegenspeler zou ertoe kunnen leiden dat zij dit wel als belangrijk motief aanstippen. De verwachting in dit onderzoek naar Wordfeud is dat sociale interactie onder ouderen als belangrijker wordt ervaren dan onder jongeren, omdat ouderen liever een spel spelen waarbij de interactie met vrienden en familie centraal staat, in tegenstelling tot jongeren. Maar omdat Wordfeud de mogelijkheid biedt om één op één contact te onderhouden met vrienden en familie, verwachten we in dit onderzoek dat ook jongeren het sociale motief wel belangrijk vinden.

2.7 Sociale relaties

Het internet is een onderdeel geworden van ons dagelijks leven. Zoals bij vele nieuwe technologieën, brengt ook het internet verschillende effecten, zowel positief als negatief met zich mee. Over deze effecten bestaan verschillende utopische en dystopische visies, verwachtingen en interpretaties. Een utopie is een idee, of toekomstbeeld, over hoe de samenleving eruit zal gaan zien onder invloed van bepaalde (technologische) ontwikkelingen.

Een utopische visie op de komst en groei van elektronische media, waaronder het internet, is dat het leidt tot een kleine wereld, ook wel 'global village' genoemd (McLuhan, 1964). De global village zou ervoor zorgen dat verschillende stemmen zichtbaar en hoorbaar zijn, waarmee ook kennis van verschillende aspecten van de wereld gedeeld kunnen worden (McLuhan, 1964). Op die manier ontstaat er meer begrip en inzicht in verschillende volkeren en culturen op de wereld (McLuhan, 1964). In deze global village zouden mensen van de hele wereld dichterbij elkaar gebracht worden, omdat mensen hun stem overal en altijd kunnen laten klinken. Daarnaast zorgt de informatiesamenleving waarin we leven er volgens deze utopische visie voor dat mensen gedwongen worden tot meer verbinding en deelname met elkaar (McLuhan & Fiore, 1967). Doordat we meer met elkaar verbonden zijn en betrokken zijn bij anderen, zijn we ook meer verantwoordelijk voor elkaar (McLuhan & Fiore, 1967).

Daartegenover schetsen dystopisten de verwachting dat technologische ontwikkelingen juist negatieve gevolgen hebben. Een dystopische visie die al bestond met de komst van de televisie, is dat het zou leiden tot extreme controle, waarbij ook wel gezegd wordt 'big brother is watching you' (Orwell, 1949). Persoonlijke vrijheid en individualiteit zou daarmee uitgesloten worden, omdat er altijd iemand is die meekijkt of bepaalt wat je doet of waar je naar kijkt (Orwell, 1949). Zo zou het internet kunnen zorgen voor vereenzaming, sociaal isolement en zelfs depressie (Kraut et al., 1998).

Het internet is zo'n belangrijk onderdeel geworden van ons leven, dat het interessant is om kritisch te kijken naar deze (positieve en negatieve) visies die mensen hebben over de effecten van deze ontwikkelingen. Met de komst van nieuwe technologieën ontstaan er vaak extreme utopische en dystopische ideeën en visies over hoe de samenleving eruit zal gaan zien, maar na verloop van tijd blijken deze niet zo extreem te zijn (Wellman, 2011). In dit onderzoek kijken we voornamelijk naar de consequenties en gevolgen voor de sociale relaties van mensen.

Het internet wordt het meest gebruikt om te communiceren met anderen (CBS, 2011a; Cummings et al., 2002). Utopisten zien de komst van het internet daarom vooral als een positieve ontwikkeling als het gaat om het sociale aspect. Het kan er volgens hen voor zorgen dat sociale relaties worden uitgebreid en ook de kwaliteit van die relaties wordt verbeterd (Cummings et al., 2002; Franzen, 2000).

Om te begrijpen welke impact de komst van een nieuw communicatiemiddel kan hebben op de sociale relaties van mensen, kan een vergelijking worden gemaakt met de komst van de televisie. De komst van de televisie in de negentiende eeuw bracht vele gevolgen met zich mee voor andere massamedia als de radio, bioscoop en print- en drukwerk (Kestnbaum et al., 2002). De tijd die mensen spendeerden aan het luisteren naar de radio, het bezoeken van de bioscoop en het lezen van bijvoorbeeld magazines, werd grotendeels vervangen door televisie kijken (Kestnbaum et al., 2002).

De komst van de televisie zorgde er dan ook voor dat er een verandering plaatsvond op sociaal gebied. Tijdsbesteding werd anders ingericht, waardoor er minder sociale activiteiten buitenshuis plaatsvonden (Kestnbaum et al., 2002). Daar tegenover werden de sociale activiteiten binnenshuis wel hoger, omdat men gezamenlijk televisie ging kijken en bijvoorbeeld een gesprek had over wat er op dat moment gekeken werd, maar het was daarmee nog niet gezegd dat ook de kwaliteit van de gesprekken hetzelfde bleef als voorheen (Kestnbaum et al., 2002). Over de gevolgen die het internet met zich meebrengt op sociaal gebied, gaan we in de volgende paragrafen verder in. We kijken onder andere welke positieve en negatieve effecten het internet kan hebben op de kwantiteit en kwaliteit van de sociale relaties van mensen. De eerste onderzoeksbevindingen daarover liepen uiteen. In de volgende paragraaf zien we dat het onderzoek van Kraut et al. in 1998 vooral negatieve effecten laat zien, tegenover meer positieve bevindingen in onderzoeken die later zijn uitgevoerd. Ook wordt duidelijk dat er rekening gehouden moet worden met verschillende aspecten. Welke dat zijn wordt in de volgende paragrafen benadrukt en uitgelegd.

2.7.1 Kwantiteit sociale relaties

Het internet biedt de mogelijkheid om contact te leggen met mensen die dezelfde interesses hebben (Kraut et al., 1998). Internet zou veel socialer zijn dan bijvoorbeeld televisie en de impact van de komst van het internet zou daarom meer gelijk zijn aan de komst van de telefoon dan aan de komst van televisie (Kraut et al., 1998), omdat de telefoon voor meer positieve effecten op de sociale relaties zorgde dan de televisie.

De eerste onderzoeksresultaten over de gevolgen van het internet op de sociale relaties laten zien welke negatieve effecten het internet heeft op de kwantiteit van de sociale relaties

van mensen (Kraut et al., 1998). Mensen gebruiken het internet voornamelijk als middel om te communiceren, maar de uitwerking op het sociale netwerk is negatief en verkleint de sociale netwerken van mensen (Kraut et al., 1998). Kraut et al. (1998) noemen dit de 'internet paradox', omdat de komst van het internet voor de communicatie over het algemeen juist positief zou zijn en de uitwerking van het internet op de sociale relaties van mensen dus tegenovergesteld daarvan als negatief wordt bevonden. Uit het onderzoek van 1998 komt onder andere naar voren dat gebruik van internet zorgt voor vermindering van de sociale contacten en minder contact met familieleden (Kraut et al., 1998). Daarnaast zorgt het gebruik van internet voor eenzaamheid en zelfs voor depressie (Kraut et al., 1998).

Uit het onderzoek van Kraut et al. (1998) blijkt dat internetgebruik ook tot sociale isolatie leidt. Mensen die regelmatig het internet gebruiken zonderen zich af van de offline sociale relaties.

Nie en Erbring (2002) bevestigen in hun onderzoek dat internet leidt tot time displacement, zoals Kraut et al. (1998) al stelden. Het internet vervangt de tijd die men normaal gesproken aan andere activiteiten besteedt, zoals televisie kijken of sociale contacten onderhouden (Nie & Erbring, 2002; Nie, 2001). Toch hoeft dit geen probleem te zijn. De traditionele activiteiten die mensen normaal gesproken uitvoeren in een bepaalde tijd, worden nu online uitgevoerd in dezelfde tijd die daarvoor gebruikt werd (Nie & Erbring, 2002). Een voorbeeld daarvan is het minder tijd besteden aan het lezen van de krant, omdat de krant nu digitaal via het internet gelezen wordt. Het internet vervangt dan ook de tijd die men aan familie en vrienden besteedt (Nie, 2001). Zo speelt e-mailen een belangrijke rol voor het communiceren en in contact blijven met vrienden en familie op afstand via het internet en dient als vervanging voor de traditionele manier van contacten onderhouden (Nie, 2001).

Kestnbaum et al. (2002) uiten kritiek op de studies van Kraut et al. (1998) en Nie en Erbring (2002). In de onderzoeken is aan de respondenten gevraagd om aan te geven of er veranderingen hebben plaatsgevonden in hun leven (Kestnbaum et al., 2002), in plaats van te vragen naar het algemene gedrag van de respondenten. Dit beperkt de onderzoeken van Kraut et al. (1998) en Nie en Erbring (2002), omdat er niet van respondenten verwacht kan worden dat zij objectief naar zichzelf kijken als het gaat om het benoemen van veranderingen in hun

leven (Kestnbaum et al., 2002). Hoewel de meerderheid van de respondenten aangaf dat er geen verandering in hun leven heeft plaatsgevonden nadat zij actief werden op het internet, moet er in de onderzoeken wel zichtbaar zijn welke andere activiteiten die de respondenten uitvoeren minder zijn geworden. Als respondenten bijvoorbeeld de krant digitaal gaan lezen, in plaats van een traditionele papieren krant, dan is er geen verandering in wat ze doen, maar wel hoe ze dat doen. Ook voor de activiteiten rondom de sociale relaties moet in een onderzoek inzichtelijk worden gemaakt hoe de respondenten hiermee omgaan en wat er precies verandert. In beide onderzoeken is de nadruk gelegd op het wel of niet veranderen van de activiteiten van mensen door het internet, maar de uitkomsten van de onderzoeken laten niet zien waarom mensen bepaalde activiteiten wel of niet uitvoeren dankzij het internet of welke motieven zij hiervoor hebben. Dat is van essentieel belang om een juist beeld te krijgen van de gevolgen voor de sociale relaties.

Daarnaast wordt er in het onderzoek van Kraut et al. (1998) alleen gebruik gemaakt van data gebaseerd op mensen die voor het eerst in aanraking komen met een computer en internet. De resultaten van hun onderzoek laten dus niet zien wat de gevolgen van internetgebruik zijn op het moment dat mensen langer online actief zijn en dus al vertrouwd zijn met het gebruik ervan.

Verskillende onderzoeken laten tegenstrijdige resultaten zien met betrekking tot de time displacement theorie (Wellman et al., 2001; Pénard & Poussing, 2010). Het internet zorgt er niet voor dat iemand meer of minder relaties heeft of de tijd die iemand besteed aan het onderhouden van die relaties, maar dat het ten koste gaat van de tijd die men aan andere dingen besteed, zoals televisie kijken (Pénard & Poussing, 2010). Mensen die normaal gesproken vaak afspreken met vrienden of familie, zijn eerder geneigd zijn om met elkaar te communiceren via internet, dan mensen die minder vaak fysiek afspreken met hun sociale kring. Op die manier is het internet een uitbreiding van de middelen die er zijn om met elkaar te communiceren en de relatie te onderhouden, maar komt er niet voor in de plaats (Wellman et al., 2001; Pénard & Poussing, 2010).

Het internet is voor de sociale relaties van mensen vooral een aanvulling op het face to

face en telefonisch contact dat mensen al hebben (Wellman et al., 2001). Face to face contact zal daardoor gewoon blijven bestaan en het internet is vooral interessant voor lange afstandsrelaties. Het internet zorgt dan voor meer zogenoemde 'globale' interactie, dus voor de lange afstandsrelaties. De kanttekening die Wellman et al. (2001) daarbij maken is dat mensen die het internet voor de lange afstandsrelaties gebruiken, op dat moment wel alleen thuis naar een beeldscherm staren, waardoor er geen zogenoemde 'lokale' interactie is, dus geen contact met mensen die wel dichtbij zijn of wonen. Op die manier kan hoger gebruik van internet ook zorgen voor minder sociaal contact en zelfs lichte vormen van depressie en eenzaamheid (Wellman et al, 2001), waarmee een aantal bevindingen van Kraut et al. (1998) worden bevestigd. Mensen kunnen er niet meer omheen om online met elkaar te interacteren (Wellman et al., 2001). Daardoor kun je ook met mensen in contact zijn of komen waarmee je dat eigenlijk niet ziet zitten en berichten ontvangen die je eigenlijk niet wilt, omdat je altijd en overal bereikbaar bent.

Tegen de verwachtingen van zowel utopisten als dystopisten in, is het internet een aanvulling op bestaande relaties en bestaande offline activiteiten van mensen (Wellman et al., 2001). Het zit in ons dagelijks ritme en is daarom volgens Wellman et al. (2001) een uitbreiding van onze zogenoemde 'offline activiteiten'. Het is geen apart sociotechnisch systeem dat los staat van alle andere middelen om met elkaar te communiceren (Wellman et al., 2003), maar het is geïntegreerd in onze dagelijkse bezigheden. Het internet is niet het enige middel dat wordt ingezet om sociale contacten te onderhouden, maar zorgt er wel voor dat er meer interpersoonlijk contact ontstaat (Wellman et al., 2001).

Uit later onderzoek blijkt dat internetgebruik juist niet meer tot extreme eenzaamheid leidt (Kraut et al., 2002; Franzen, 2000). Kraut et al. (2002) weerleggen hiermee hun eerdere bevindingen dat internetgebruik voornamelijk negatieve effecten heeft op de sociale relaties van mensen. Mensen die het internet al langere periode gebruiken, hebben hetzelfde aantal sociale relaties als mensen die het internet pas kort gebruiken, tegenovergesteld dus wat Kraut et al. in 1998 stelden (Kraut et al., 2002; Franzen, 2000).

De verklaring voor de wending in deze bevindingen is dat mensen meer vertrouwd zijn geraakt met het internet en alle toepassingen daaromheen (Kraut et al., 2002). Steeds meer

mensen zijn online actief en onderhouden contact met mensen die oorspronkelijk al tot hun sociale relaties behoorden.

De kanttekening die Franzen (2000) bij zijn onderzoek maakt is dat het geen resultaten biedt voor de lange termijn en dat vervolgonderzoek moet uitwijzen of de uitkomsten zoals hij die in 2000 heeft geformuleerd, hetzelfde blijven naarmate mensen langer gebruik maken van het internet. Zeker als andere offline activiteiten, bijvoorbeeld winkelen, door het internet worden vervangen en er een grote verschuiving plaatsvindt in de manier waarop mensen hun tijd besteden en dit steeds normaler wordt.

Het internet wordt door het overgrote deel van de gebruikers voor communicatie ingezet, waardoor er een goede reden is om te veronderstellen dat het internet positieve effecten heeft op de sociale relaties van mensen (Kraut et al., 2002). Het internet heeft vergelijkbare positieve effecten als de komst van de telefoon, waarbij het positieve sociale effect was dat de sociale betrokkenheid hoger werd.

Het internet biedt de mogelijkheid om onafhankelijk van tijd en plaats te communiceren, waardoor mensen contact kunnen hebben met mensen die ver weg wonen, met lokale vrienden en familie die dichterbij wonen, maar ook met vreemde mensen die wellicht dezelfde interesses hebben (Kraut et al., 2002).

Een punt van kritiek in de onderzoeken die hiervoor aan bod kwamen is dat er niet zozeer gekeken is naar waarom mensen het internet gebruiken, maar meer naar of het sociale netwerk online is. Mensen die online vooral gamen en communiceren met onbekenden, hebben weinig profijt van het internetgebruik in het onderhouden van hun offline sociale netwerk (Shah et al., 2010).

Sinds het mogelijk is om bijvoorbeeld via online games te chatten, geeft dat voor mensen de illusie van face to face contact. Toch hebben deze mensen ondanks dat ze het gevoel hebben dat hun virtuele contact gelijk staat aan persoonlijk en face to face contact, geen verbinding met de 'echte' fysieke wereld (Shah et al., 2010). Als de belangrijkste reden om op internet actief te zijn te interacteren met onbekenden is, dan zorgt dat ervoor dat er minder contact is met familie en vrienden (Shah et al., 2010).

Langer internetgebruik zorgt ervoor dat de sociale kring van mensen groter wordt en ook het face to face contact met vrienden en familie vermeerdert (Kraut et al., 2002; Franzen, 2000). Daarnaast groeit ook het vertrouwen in de mensen die tot hun sociale relaties behoren (Kraut et al, 2002). Als mensen het internet gebruiken om met goede vrienden en familie te praten, dan zorgen de online discussies en conversaties ervoor dat het face to face- of telefooncontact ook kwalitatief beter wordt.

Of het internet uiteindelijk een positief of negatief sociaal effect heeft, is nog steeds afhankelijk van de sociale relaties die mensen al hebben en de tijd die mensen online besteden aan hun sociale relaties (Vergeer & Pelzer, 2009; Kraut et al., 2002). Sterke bestaande sociale relaties zullen door het internet ook sterk blijven, terwijl zwakke(re) sociale relaties door het internet niet sterker zullen worden, maar niet per definitie afnemen of verdwijnen.

Naar verwachting zullen de respondenten in dit onderzoek alleen het spel spelen met bestaande relaties waarmee zij al regelmatig face to face afspreken of via de telefoon een gesprek voeren. Daarnaast zullen de gebruikers in dit onderzoek het spel Wordfeud waarschijnlijk niet inzetten om nieuwe contacten op te doen, maar gebruiken als aanvulling op de middelen die er al zijn om hun bestaande sociale contacten te onderhouden. Wel zullen de respondenten naar verwachting meer contact hebben met hun bestaande relaties door het spelen van Wordfeud. De respondenten zullen geen negatieve effecten op hun sociale relaties ervaren, maar zullen naar verwachting een hogere sociale betrokkenheid voelen bij de contacten die zij hebben. Doordat Wordfeud een spel is dat tijd en plaats onafhankelijk is, zullen de respondenten naar verwachting dan ook met mensen spelen en communiceren die dichtbij én verder weg wonen.

2.7.2 Kwaliteit sociale relaties

Het internet kan ook voor de kwaliteit van sociale relaties een aanvulling zijn op het bestaande sociale leven en de contacten die iemand heeft (Haythornthwaite & Wellman, 2002). Over de kwaliteit van de sociale relaties die online worden onderhouden, bestaan ook zowel positieve als negatieve verwachtingen en interpretaties.

Zo is er de rich get richer hypothese, die stelt dat internetgebruik de sociale relaties versterkt, mits er al een sterke sociale relatie bestaat met die personen in het offline sociale leven (Kraut et al., 1998). Mensen die al een sterke band hebben met hun vrienden en familie, gebruiken het internet om deze band ook sterk te houden en halen uit het gebruik van internet voor communicatie dus hun voordeel. Daarbij komt dat mensen die extravert zijn en al makkelijk contacten met anderen leggen, dat online ook doen, maar wel met bestaande relaties (Bargh & McKenna, 1998).

Tegenovergesteld aan de rich get rich hypothese, stelt de sociale compensatiehypothese dat mensen die minder sociale banden hebben of meer introvert zijn, juist voordelen halen uit het gebruik van internet (Bargh & McKenna, 1998). Het gaat dan voornamelijk om mensen die meer introvert zijn op het gebied van contacten leggen en onderhouden en zouden door deze nieuwe vorm van communicatie juist beter en makkelijker een relatie met mensen aan kunnen gaan die kwalitatief sterker is dan zij in face to face contact gewend zijn (Bargh & McKenna, 1998).

De sociale compensatiehypothese stelt ook dat mensen hun offline kwalitatief sterke relatie, in kunnen ruilen voor een online minder kwalitatieve relatie (Kraut et al., 2002), bijvoorbeeld als ernstig zieke mensen online op zoek gaan naar een discussiegroep waar zij kunnen praten met mensen die dezelfde ziekte hebben. Deze mensen ervaren dit als kwalitatief inhoudelijke relaties, maar keren zich mogelijk af van hun bestaande relaties die face to face kwalitatief sterker waren (Kraut et al., 2002).

Bij zowel het rich get richer model als het sociale compensatiemodel gaat het er niet alleen om hoe lang iemand actief is op internet en hoeveel tijd men besteedt aan het onderhouden van de sociale relaties, maar ook karaktereigenschappen van mensen spelen hierbij een belangrijke rol. Zo zullen mensen die van zichzelf een meer extravert karakter hebben en in het offline sociale leven al makkelijk omgaan met hun sociale relaties dat ook via het internet makkelijker doen, dan mensen met een wat meer introvert karakter, zoals net naar voren kwam bij het sociale compensatiemodel.

Een negatieve kant van interactie via internet zorgt er soms voor dat er zaken niet uitgesproken of gezegd worden en zijn uitspraken van gebruikers open voor eigen interpretatie,

wat nadelige gevolgen kan hebben voor de relatie (Bargh & McKenna, 2004). De kwaliteit van een online relatie kan niet terugvallen op bijvoorbeeld gezichtsuitdrukkingen, lichaamstaal of de context waarin een gesprek wordt gevoerd. Je kunt bij een online sociale relatie nooit een knuffel geven (Nie, 2011). Bepaalde onderdelen van de traditionele activiteiten rondom sociale relaties kunnen niet vervangen worden door het internet.

Online relaties zijn minder waardevol dan offline relaties (Cummings et al., 2002), omdat een online relatie fysieke aspecten van een offline relatie mist (Bargh & McKenna, 2004). Dit houdt niet in dat het onderhouden van de sociale contacten via het internet helemaal geen waarde heeft (Cummings et al., 2002). Mensen waarderen het gebruik van internet voor online interactie zeker, maar in vergelijking tot één op één communicatie, ervaren mensen het internet, en voornamelijk e-mailen, niet als even waardevol als bijvoorbeeld een telefoongesprek of een face to face ontmoeting voor de kwaliteit van hun relatie (Cummings et al., 2002). Dat geeft aan dat online relaties kwalitatief niet zo sterk of 'close' zijn als offline relaties.

Een kritische noot bij het onderzoek van Cummings et al. (2002) is wel dat zij in hun onderzoek niet hebben gekeken naar de overige sociale activiteiten die mensen uitvoeren naast het e-mailen om hun sociale relaties te onderhouden. Er is dus in het onderzoek van Cummings et al. (2002) geen vergelijking gemaakt met de activiteiten die mensen offline al ondernemen voor het onderhouden van hun sociale relaties en de waarde die zij aan deze offline relaties en offline activiteiten hechten.

Ook negatief tegenover online interactie is Turkle (2011). Zij geeft aan dat de techniek bepaalt hoe we onze sociale relaties onderhouden en voor vervanging zorgt van onze face to face contacten (Turkle, 2011). Zoals het technologisch determinisme er ook vanuit gaat, wordt het bereik van onze uitingen beperkt en bepaald door de (digitale) platformen en gadgets die we gebruiken (Turkle, 2011; Croteau & Hoyness, 2003; Lievrouw & Livingstone, 2006). Hoewel we door de technologische ontwikkelingen op het gebied van communicatie altijd en overal met elkaar in contact staan, zijn we in de huidige samenleving meer eenzaam dan ooit (Turkle, 2011). Relaties vinden hun basis niet meer in emotie, maar worden gestuurd door de technologie. Vooral jongeren zijn minder empathisch omdat intimiteit online vermeden kan

worden en diepgaande relaties via het internet minder verplicht zijn (Turkle, 2011). Zo durven bijvoorbeeld jongeren niet meer te bellen, omdat zij bang zijn om zichzelf bloot te geven en zich te laten zien (Turkle, 2011). Zij sturen liever een tekstbericht in plaats van het voeren van een gesprek. Dit geeft aan dat digitale connecties en virtueel contact via internet ervoor zorgen dat mensen de illusie hebben dat ze een persoonlijke relatie opbouwen met iemand, zonder de verplichtingen of consequenties die een traditionele vriendschap kan hebben (Turkle, 2011).

Interactie via het internet is vooral interessant voor de kwaliteit van langeafstandsrelaties waarbij het lastig is om elkaar op regelmatige basis face to face te ontmoeten (Bargh & McKenna, 2004). Fysieke aantrekkingskracht en non-verbale communicatie zijn essentieel om het proces van een goede kwalitatieve relatie zo effectief mogelijk in te zetten (Bargh & McKenna, 2004), maar voor lange afstandsrelaties, waarbij mensen gewend zijn elkaar minder vaak fysiek te ontmoeten, zijn deze minder relevant. Daarnaast werkt de directe reactie die je krijgt bij een face to face contact vaak positiever voor de onderlinge relatie dan de mogelijkheid om zelf te bepalen wanneer je reageert via het internet (Bargh & McKenna, 2004). Nu het internet steeds meer een dagelijkse bezigheid is geworden waar we niet meer zonder kunnen, zullen we ons in de interactie onderling moeten aanpassen en een manier moeten vinden om de afwezigheid van non-verbale communicatie en fysieke aantrekkingskracht te compenseren (Bargh & McKenna, 2004).

Jongeren en volwassenen kunnen verschillende voordelen verwerven uit internetgebruik voor hun sociale relaties (Kraut et al., 2002). Vooral ouderen verbeteren hun face to face contacten kwalitatief gezien als het gaat om lange afstandsrelaties, voornamelijk omdat zij vaker lange afstandsrelaties hebben opgebouwd. Jongeren doen hier minder hun voordeel mee en focussen zich meer op de kwaliteit van relaties die dichterbij zijn (Kraut et al., 2002).

De relaties van de respondenten die kwalitatief al sterk waren zullen naar verwachting in dit onderzoek naar Wordfeud ook sterk blijven of zelfs sterker worden, zoals de rich get richerhypothese liet zien (Kraut et al., 2002). Daarnaast kunnen respondenten, volgens de sociale compensatiehypothese, voordelen halen uit de relaties die zij via Wordfeud opbouwen,

als die in hun offline sociale leven minder sterk waren. Respondenten die in het offline sociale leven meer moeite hebben met het onderhouden van hun sociale contacten, zullen daar naar verwachting online dus hun voordeel mee doen. Als de respondenten in dit onderzoek naar Wordfeud het spel voornamelijk gebruiken vanwege het sociale contact, dan zal naar verwachting de uitwerking op de sociale relaties positief zijn. Een andere verwachting in dit onderzoek naar Wordfeud is dat de relaties online van mindere kwaliteit en waarde worden geschat, dan de bestaande offline relaties, omdat de online relaties fysieke uitdrukkingen als lichaamstaal en fysieke aanrakingen missen. Naar verwachting zullen ouderen het spel meer inzetten voor hun sociale relaties die verder weg zijn, terwijl jongeren meer focussen op hun relaties die dichtbij zijn.

2.7.3 Onbekenden

In eerste instantie werd het internet onder jongeren voornamelijk gebruikt om te communiceren met onbekenden, bijvoorbeeld via een publieke chatbox of een andere virtuele ruimte waar mensen met elkaar kunnen praten (Valkenburg & Peter, 2009). Tegengesteld aan wat Wellman et al. (2001) zeggen, heeft er de laatste jaren een verschuiving plaatsgevonden in het gebruik van internet door jongeren van contact met onbekenden richting bekenden (Valkenburg & Peter, 2009). De ontwikkeling van onder andere sociale netwerksites en instant messaging (een snelle manier voor het versturen van elektronische berichten die vaak kleiner zijn dan een e-mail), zijn vooral bedoeld om te communiceren met bestaande relaties, dus vrienden en familie.

Het internet is bij uitstek geschikt om te communiceren met mensen die je nooit fysiek hebt gezien of gesproken, maar daarmee is niet gezegd dat het contact met onbekenden van dezelfde kwaliteit wordt ervaren als een bestaande relatie.

Zoals net al toegelicht, zijn fysieke sociale contacten rijker dan virtuele contacten via bijvoorbeeld e-mail, chatten of sms'en (Pénard & Poussing, 2010). Investerings die mensen doen via internet om aan hun sociale relaties te werken, hangt sterk samen met leeftijd (Pénard & Poussing, 2010). Het opdoen van nieuwe contacten en dus sociale relaties opbouwen met onbekenden is het hoogste onder jongeren (Pénard & Poussing, 2010). Investeren in de relatie

met onbekenden vereist veel tijd op het internet en zal daarom hoger zijn onder jongeren dan onder ouderen, omdat jongeren langer en meer gebruik maken van het internet en hier dus meer vertrouwd mee zijn. In dit onderzoek naar Wordfeud is de verwachting dan ook dat jongeren vaker met onbekenden spelen dan de oudere leeftijdsgroep die in het onderzoek centraal staat.

Jongeren bouwen in de relatie met onbekenden niet per se een kwalitatief sterke relatie op. De waardering voor het online contact onder jongeren hangt sterk af van het communicatiemiddel (Cummings et al., 2002). Zo hechten jongeren meer (kwalitatieve) waarde aan één op één communicatie, zoals sms'en, wat vaak met een bekende is. Sociaal contact met onbekenden in een chatroom bijvoorbeeld, wordt onder jongeren ervaren als minder prettig en zeker niet om kwalitatief hoogwaardige relaties op te bouwen (Cummings et al., 2002). Uit het onderzoek naar Wordfeud zal moeten blijken of jongeren inderdaad meer of vaker met onbekenden spelen dan dat ouderen doen. Daarnaast zullen jongeren naar verwachting de kwaliteit van de relatie met onbekenden wel als minder ervaren dan de relatie met bekenden via een online spel.

Online relaties met onbekenden, kunnen ook offline, dus face to face voortgezet worden. Relaties die online ontstaan zijn en voortgezet worden in het offline sociale leven van mensen, kunnen kwalitatief net zo sterk worden als relaties die face to face zijn ontstaan (Bargh & McKenna, 2004).

Mensen die elkaar via het internet leren kennen, kunnen de kwaliteiten van hun ideale vriendschap op elkaar projecteren, wat een positieve uitwerking heeft op de sociale relatie (Bargh & McKenna, 2004). Mensen kunnen zich op internet soms ook beter uiten als hun 'ware ik', waarmee zij face to face meer moeite hebben, maar wel veel waarde aan hechten (Bargh & McKenna, 2004). Beide argumenten kunnen bijdragen aan de ontwikkeling van een sterke kwalitatieve relatie die via het internet is ontstaan (Bargh & McKenna, 2004).

De verwachting in het onderzoek naar Wordfeud is dat als jongeren inderdaad relaties opbouwen met onbekenden en dit vaker doen dan ouderen, zij de kwaliteit van deze relaties online als minder sterk ervaren dan hun offline sociale relaties, tenzij zij deze relaties offline voortgezet hebben.

2.7.4 Anonimiteit

Een aspect van internetgebruik dat zowel negatieve als positieve gevolgen kan hebben is anonimiteit. De mogelijkheid om anoniem te blijven in de interactie met andere mensen via het internet, verhoogt volgens Bargh en McKenna (2004) de mate van zelfexpressie van de gebruiker. Doordat er geen fysieke en non-verbale interactie plaatsvindt, nemen relaties via het internet een andere vorm aan die meestal gebaseerd is op gelijkwaardige interesses, normen en waarden (Bargh & McKenna, 2004), anders dan de fysieke aantrekkingskracht die kan ontstaan bij een face to face interactie. Omdat mensen zichzelf openstellen via het internet naar de andere persoon, wordt er een vorm van intimiteit gecreëerd die bijdraagt aan een sterke vriendschap (Bargh & McKenna, 2004). Op die manier kan anonimiteit ook bijdragen aan de sociale relaties van mensen via het internet.

Ook bij anonimiteit zien we de sociale compensatie weer terugkomen waarbij mensen voordeel halen uit het contact via internet, omdat zij aspecten waarmee zij in face to face contact moeite mee hebben, via het internet kunnen compenseren (Bargh & McKenna, 2004).

3 Methoden van onderzoek

3.1 Kwalitatief onderzoek

Dit onderzoek is gericht op de wijze waarop oudere en jongere gebruikers van Wordfeud, dit spel als online platform gebruiken om hun sociale contacten te onderhouden. De onderzoeksvraag die is opgesteld om het onderzoek te leiden, luidt als volgt:

‘Welke rol speelt het spel Wordfeud als sociaal platform binnen de sociale relaties van gebruikers tussen de 50 en 65 jaar en gebruikers tussen de 16 en 25 jaar?’

Om tot een antwoord op deze onderzoeksvraag te komen is gekozen om het onderzoek naar Wordfeud kwalitatief, vooral verkennend, in te steken en wordt daarom uitgevoerd volgens de kwalitatieve analyse. De reden dat er gekozen is voor een kwalitatieve analyse en geen kwantitatieve analyse, is omdat dit onderzoek vooral gericht is op de beweegredenen en motieven van gebruikers van het spel Wordfeud. Met een kwalitatieve analyse en de interviews die daarbij afgenomen zijn, is het mogelijk om dieper in te gaan op die beweegredenen, omdat er in de interviews doorggevraagd kan worden naar de achterliggende reden en gedachte van een antwoord dat de respondent geeft. Dat is met kwantitatief onderzoek moeilijker, omdat er dan niet ingespeeld kan worden op een (opmerkelijk) antwoord van de respondent. Daarnaast is er nog niet eerder onderzoek gedaan naar een online game dat alleen op een smartphone of tablet gespeeld kan worden en de rol die een dergelijke game kan spelen in het sociale leven van gebruikers in bijvoorbeeld verschillende leeftijdsgroepen.

3.2 Onderzoekspopulatie

In het onderzoek staan twee doelgroepen centraal. De eerste leeftijdsgroep zijn jongeren in de leeftijd van 16 tot 25 jaar. Dit is de leeftijdscategorie die het meest online actief is om sociaal contact te onderhouden en maakt bijna 30% gebruik een mobiele telefoon voor toegang tot internet. De tweede groep die wat minder online actief is om sociaal contact te onderhouden, zijn oudere volwassenen in de leeftijd 50 tot 65 jaar. In deze leeftijdsgroep gebruikt iets meer dan 10% een mobiele telefoon voor toegang tot internet. In dit onderzoek is er bewust voor gekozen om de leeftijdsgroep 66 jaar en ouder buiten beschouwing te laten, omdat in deze

leeftijdsgroep volgens het CBS minder dan 5% gebruik maakt van een mobiele telefoon voor toegang tot internet (CBS, 2011b). Naar verwachting spelen dan ook weinig mensen in deze leeftijdscategorie het spel Wordfeud.

Per doelgroep die centraal staat in dit onderzoek zijn tien interviews afgenomen, wat een totaal maakt van twintig interviews in het gehele onderzoek. De respondenten zijn verworven middels het eigen netwerk en door middel van de sneeuwbalmethode kan dit netwerk zich uitbreiden.

3.3 Respondenten

In het onderzoek is geprobeerd om een gelijk aantal mannen en vrouwen te verkrijgen binnen de respondenten. Dat betekent vijf mannen en vijf vrouwen binnen iedere doelgroep. Bij het werven van de respondenten bleek dit lastig, omdat voornamelijk vrouwen het spel Wordfeud spelen en de tijd waarin het onderzoek plaatsvond het niet toeliet om meer mannen te werven. Wel zijn per leeftijdsgroep twee mannelijke respondenten geïnterviewd, wat een totaal maakt van vier mannen in het hele onderzoek en zestien vrouwen.

In dit onderzoek is bewust gekozen om de vergelijking te maken tussen twee leeftijdsgroepen en niet specifiek naar ouder en kind te kijken. Er zijn duidelijke verschillen in de mate van online activiteit in beide leeftijdsgroepen, waardoor het interessant is voor dit onderzoek om te kijken hoe beide leeftijdsgroepen hiermee omgaan als het gaat om het onderhouden van hun sociale relaties.

Bij het werven van de respondenten is wel geprobeerd om zowel ouder als kind te interviewen als die beide in de juiste leeftijdsgroep pasten. Dit is interessant voor de resultaten van het onderzoek, omdat er dan gekeken kan worden naar de rol die Wordfeud speelt binnen hun sociale relatie en of daar door ouder of kind een andere waarde aan wordt gehecht. Maar ook dit bleek lastig bij het werven van respondenten. Onder de respondenten waren wel ouderen die met hun kinderen speelden, maar de kinderen vielen dan meestal niet in de leeftijdsgroep van de jongeren. Ook andersom kwam dat voor, dat jongeren wel met hun ouders speelden, maar de ouders vielen niet in de leeftijdscategorie van de ouderen. Onder de respondenten van dit onderzoek komt slechts een ouder en kind voor die in de juiste leeftijdsgroepen vallen. Er kan geen vergelijking gemaakt worden met andere ouders en

kinderen die Wordfeud met elkaar spelen in dit onderzoek. Daarom is ervoor gekozen om in de analyse en resultaten niet op dit onderwerp door te gaan en deze buiten beschouwing te laten.

Het opleidingsniveau van de respondenten ligt uiteen van VMBO tot WO. In dit onderzoek behoren VMBO, MAVO en MBO tot laagopgeleid en HAVO, VWO, HBO en WO tot hoogopgeleid. Onder de jongeren zijn twee laagopgeleiden geïnterviewd en acht hoogopgeleiden. Onder de ouderen is dit gelijkmatig verdeeld en zijn er vijf hoogopgeleiden en vijf laagopgeleiden geïnterviewd.

3.4 Interviewtechniek

Het is belangrijk om van tevoren te bepalen hoe het interview eruit komt te zien en welke interviewtechniek het beste past bij het onderzoek. Zo zijn er verschillende interviewmodellen die ieder een andere structuur geven aan het interview. Evers (2007) beschrijft drie verschillende modellen binnen de interviewtechnieken.

De eerste is het sluismodel, waar het hele interview gebaseerd is op één of twee hoofdvragen waarmee het interview heel ruim wordt opgezet en vervolgens volledig ingevuld wordt met doorvragen op de hoofdvraag. Het gevaar van deze techniek is dat thema's of deelvragen in het interview niet aan bod komen en er vervolginterviews moeten worden georganiseerd om hier alsnog antwoord op te verkrijgen.

Het tweede model is het riviermodel. Bij dit model gaat men ook uit van een hoofdvraag waar dieper op ingegaan wordt door vervolgvragen of deelvragen, maar is vooral bedoeld om een heel specifiek thema uit te lichten. Het gevaar van dit model is dat het interview te diep op één thema ingaat en de overige thema's die ook van belang zijn voor het onderzoek daardoor weinig of niet aan bod komen.

De diepte-interviews in dit onderzoek worden opgesteld volgens het laatste model dat Evers (2007) beschrijft, namelijk het boommodel. Bij interviews die opgesteld zijn aan de hand van het boommodel gaan we uit van een hoofdthema of onderzoeksthema dat als het ware de boomstam is van het interview. De takken van de boom zijn vervolgens de deelthema's die in het interview aan bod moeten komen en die worden vertaald naar deelvragen. Alle takken, dus de thema's van het onderzoek, komen in het interview aan bod. Er kan aan sommige thema's of takken meer aandacht worden besteed of dieper worden ingegaan, maar het doel van het

boommodel is dat alle onderzoeksthema's behandeld worden. Dit is dus anders dan bij het riviermodel en het sluismodel waar op slechts één thema of één hoofdvraag wordt ingegaan, waarbij het gevaar bestaat dat er thema's in het onderzoek niet aan bod komen. Dat is in dit onderzoek niet wenselijk. Daarom is er bewust gekozen voor het boommodel voor de interviews. Het onderzoeksthema dat als boomstam in dit onderzoek centraal staat, is de centrale onderzoeksvraag: *Welke rol speelt het spel Wordfeud als sociaal platform binnen de sociale relaties van gebruikers tussen de 50 en 65 jaar en gebruikers tussen de 16 en 25 jaar?* De deelvragen die daarbij geformuleerd zijn, zullen dus als takken van de boom in het interview terugkomen.

3.5 Conversatiehulp bij interview

Een hulpmiddel om de interviews voor te bereiden is een conversatiehulp. De conversatiehulp is een checklist of protocol met uitgeschreven vragen en thema's die in het interview aan bod moeten komen (Evers, 2007). Het is de handleiding van het interview. Het is niet de bedoeling om het interview als een gesproken enquête af te nemen aan de hand van de conversatiehulp, maar meer ter voorbereiding van de interviews, als geheugensteun tijdens het interview en om na afloop van het interview te controleren of alle vragen en thema's besproken zijn. De conversatiehulp wordt bij ieder interview gebruikt als leidraad, maar er is in de interviews genoeg ruimte om door te vragen op antwoorden van de respondenten. Ook is er ruimte voor de respondenten om zelf invulling te geven aan het interview als zij het belangrijk vinden om thema's aan te halen die niet in de vooraf bepaalde conversatiehulp verwerkt is. Toch is het belangrijk om de conversatiehulp bij het interview te houden, omdat er op die manier geborgd wordt dat dezelfde onderwerpen, dus alle vragen en thema's, steeds aan bod komen bij iedere respondent en de onderzoeksresultaten van de verschillende respondenten vergelijkbaar zijn met elkaar, omdat steeds exact dezelfde thema's zijn besproken. De conversatiehulp is getest bij een proefrespondent die binnen de jongere leeftijdsgroep valt. Hiermee is getest of het interview begrijpelijk is, alle vragen helder zijn en goed te beantwoorden zijn. Ook de opname apparatuur is hiermee getest en is er gekeken hoe lang het interview ongeveer duurde. De proefrespondent gaf na afloop van het testinterview feedback op de vragen die gesteld werden

en ook op de manier van doorvragen. De conversatiehulp is met die feedback aangescherpt en toegankelijker gemaakt. De conversatiehulp van dit onderzoek is te vinden in de bijlage.

Voorafgaand aan het interview is aan alle respondenten toestemming gevraagd om de voornaam en leeftijd van de respondent in het onderzoek te gebruiken. Ook gaven zij toestemming voor het opnemen van het interview. Alle opnames van de interviews zijn na de verwerking van de resultaten verwijderd en worden dus niet gebruikt voor andere doeleinden dan dit onderzoek.

De interviews duurden tussen de dertig en zestig minuten. Alle twintig interviews zijn goed verlopen. De respondenten gaven aan dat zij alle vragen begrijpelijk vonden en goed antwoord konden geven. Enkele respondenten in de oudere leeftijdsgroep hadden moeite met het begrip 'face to face'. Na korte uitleg begrepen ook zij wat hiermee bedoeld werd en kon het interview worden hervat. Alle respondenten gaven aan dat zij het leuk vonden om aan dit onderzoek mee te werken en erg benieuwd zijn naar de uitkomsten. Alle respondenten zullen dan ook een exemplaar van de thesis ontvangen.

3.6 Analyse en codering

Alle twintig interviews zijn volledig getranscribeerd met het programma F4. Met dit programma worden alle interviews in tekst uitgewerkt, waardoor de resultaten goed met elkaar te vergelijken zijn.

In eerste instantie is de analyse middels open codering ingestoken. Door de open codering is er in de data gekeken of er overeenkomstige thema's of concepten te vinden zijn die gekoppeld kunnen worden aan de theorie. De thema's die we voorafgaand aan de interviews al kunnen bevestigen, komen voort uit de deelvragen die zijn geformuleerd aan de hand van de centrale onderzoeksvraag. In het literatuuronderzoek dat in het theoretisch kader vorm heeft gekregen, kwamen deze thema's ook naar voren. In de transcripten van de interviews is ieder thema en het resultaat per thema met een kleur gecodeerd. Op die manier zijn de resultaten per leeftijdsgroep en per thema duidelijk zichtbaar. De resultaten per thema zijn vervolgens gebundeld en per leeftijdsgroep onder elkaar gezet in een overzichtelijk document. Nadat alle vooraf vastgestelde thema's met een eigen kleur zijn gecodeerd, is er gekeken naar overeenkomstige thema's of concepten die nog niet eerder aan bod zijn gekomen in het

onderzoek. Ook deze worden meegenomen in de analyse.

Tot slot zijn alle resultaten van de twee leeftijdsgroepen per thema met elkaar vergeleken en beschreven in het volgende hoofdstuk. Daarbij is ook steeds gekeken naar wat er eerder in de theorie bij dit thema al naar voren kwam.

4 Resultaten

In dit hoofdstuk worden de resultaten van de interviews van het onderzoek weergegeven. De resultaten worden besproken aan de hand van de zes thema's, dus de deelvragen, die eerder in dit onderzoek zijn geformuleerd. Daarnaast worden ook thema's die eerder nog niet in het onderzoek naar voren kwamen behandeld. Er wordt steeds een vergelijking gemaakt tussen de leeftijdsgroep 50 tot 65 jaar en 16 tot 25 jaar.

4.1 Tijd en plaats

De tijd dat de respondenten het spel Wordfeud spelen, loopt uiteen van twee maanden tot anderhalf jaar. De leeftijdsgroep 16 tot 25 jaar speelt Wordfeud over het algemeen al langer dan de respondenten in de leeftijdsgroep 50 tot 65 jaar. In de laatste groep is dat meestal vier maanden tot een half jaar. In de eerste groep is dat meestal een half jaar tot een jaar. Dit komt mogelijk doordat de jongere leeftijdsgroep al langer in het bezit is van een smartphone.

Wordfeud kan op ieder moment en op elke plek waar men beschikking heeft over een smartphone of tablet met internet gespeeld worden. Van de respondenten in de leeftijdsgroep 50 tot 65 jaar gaven alle respondenten aan vooral 's avonds te spelen. Een respondent van 65 jaar speelt de hele dag door. Dit komt mogelijk omdat deze respondent met pensioen is en aangeeft de hele dag de tijd heeft om het spel te spelen en niet afhankelijk is van zijn tijd door werk of andere dagelijkse verplichtingen. De overige respondenten in deze leeftijdsgroep werken en geven aan dat zij doordeweeks in de avond spelen en in het weekend ook wel overdag.

In de leeftijdsgroep 16 tot 25 is het tijdstip dat Wordfeud gespeeld wordt heel verschillend. De meeste respondenten spelen Wordfeud in de ochtend en in de avond, dus voor of na het werk of de studie. Twee respondenten geven aan dat zij de hele dag door spelen, in pauzes en tijdens college. Vier respondenten in deze leeftijdsgroep spelen het spel vlak voor het slapen gaan.

De meeste respondenten in dit onderzoek spelen Wordfeud thuis. Van de jongeren spelen acht respondenten ook regelmatig Wordfeud in het openbaar vervoer op weg naar het werk of naar school. Bij de ouderen gaf een respondent van 58 jaar aan ook in het openbaar

vervoer te spelen op weg naar het werk.

Veel respondenten geven aan dat zij Wordfeud leuk en vooral handig vinden om te spelen omdat het op de telefoon of tablet gespeeld wordt, maar ook omdat je zelf kan bepalen waar en wanneer je het speelt. Er is wel een tijdsrestrictie van 72 uur, maar dat vinden de respondenten in dit onderzoek geen probleem omdat zij bijna allemaal dagelijks spelen. Een respondent van 55 jaar gaf daarbij het volgende aan:

“Kijk, als je aan een bordspel zit en iemand loopt weg en gaat wat anders doen, dan vind je het irritant. Als bij Wordfeud iemand wegloopt, dan weet je dat gewoon. Dat is het spel. Je bent niet verplicht om gelijk terug te spelen en je verwacht dat ook niet van je tegenspeler. Dat maakt het spel nou juist makkelijk en leuk.” (Clemens, 55 jaar, persoonlijke communicatie, 13 april 2012)

De tijd en plaats waar Wordfeud gespeeld kan worden lijkt voor de respondenten in dit onderzoek een positieve bijkomstigheid te zijn in vergelijking met andere online spellen. Dit bleek ook uit de theorie van Franzen (2000), die stelde dat tijd- en plaatsonafhankelijk gebruik van internet voordelen met zich meebracht en daarom als positief wordt ervaren.

Een respondent gaf aan dat zij onlangs met het spel Rumble was begonnen. Bij dit spel moet je elke keer als je aan de beurt bent in ieder geval twee minuten spelen. De respondent gaf aan dat dit niet handig was als je het even snel tussendoor wilt doen. Je moet er echt voor gaan zitten. Wordfeud vond zij daarom makkelijker en prettiger omdat je genoeg bedenktijd hebt voor een zet en altijd later terug kan komen om een woord aan te leggen of er nog eens naar te kijken, zolang je het maar binnen 72 uur doet.

4.2 Intensiviteit van het spelen van Wordfeud

Het aantal mensen waar de respondenten in beide leeftijdsgroepen Wordfeud mee spelen loopt uiteen van twee mensen tot vijftien mensen. In de leeftijdsgroep 16 tot 25 jaar wordt aangegeven dat de activiteit van het spel vanaf het begin minder is afgenomen. De respondenten in deze leeftijdsgroep spelen Wordfeud dus minder actief dan in het begin toen zij met het spel begonnen. Naarmate de respondenten langer spelen, is het aantal mensen

waarmee zij het spel spelen meestal minder geworden. De meeste respondenten in de jongere leeftijdsgroep speelden het spel in het begin met gemiddeld tien mensen. Dat is afgenomen tot gemiddeld drie tot zes mensen. De respondenten gaven aan dat veel tegenspelers met het spel zijn gestopt en dat daarmee de activiteit van het spelen ook afnam. Een respondent in de leeftijdsgroep 16 tot 25 jaar gaf daarbij het volgende aan:

“In het begin speelde ik wel met meer mensen en dat werd steeds minder, totdat ik er zelf ook minder fanatiek in werd. Het is gewoon de nieuwigheid.” (Wouter, 24 jaar, persoonlijke communicatie, 29 april 2012)

In de oudere leeftijdsgroep van 50 tot 65 jaar zien we dat de respondenten gemiddeld met vijf mensen spelen. Voor deze leeftijdsgroep geldt dat het aantal mensen waarmee zij spelen vanaf het begin dat ze Wordfeud spelen tot nu vrijwel gelijk is gebleven. Zij geven wel aan dat de spelers soms wisselen en er ook mensen stoppen met het spel, maar er komen ook weer andere mensen bij en over het algemeen is in deze leeftijdsgroep het aantal spellen dat zij spelen gelijk.

Alle respondenten in de leeftijdsgroep 50 tot 65 jaar leggen iedere dag een of meerdere woorden en spelen het spel volgens dit onderzoek vrij intensief. In de leeftijdsgroep 16 tot 25 jaar spelen zeven respondenten het spel iedere dag. Drie respondenten spelen het soms iedere dag en soms om de dag. De reden dat zij soms om de dag spelen heeft te maken met onregelmatige werktijden of studie.

4.3 Bekende en onbekende tegenspelers

Geen van de respondenten is op eigen initiatief Wordfeud gaan spelen. Ze zijn allen het spel op aanraden van een bekende gaan spelen. Dit is meestal een vriend, collega of familielid. In de leeftijdsgroep 50 tot 65 zien we dat dit meestal een zoon of dochter is. In de leeftijdsgroep 16 tot 25 jaar is dat meestal een vriend of vriendin. Geen van de respondenten is op eigen initiatief het spel gaan spelen door bijvoorbeeld in de App Store of Android Market op de telefoon naar een spel te zoeken. Daarbij gaf een respondent van 25 jaar aan dat hij Wordfeud leerde kennen door het televisieprogramma ‘De wereld draait door’. Een respondente van 57 jaar gaf aan dat

zij een artikel in de krant las en daardoor Wordfeud is gaan spelen.

Wordfeud biedt de mogelijkheid om zowel met bekenden als met onbekenden te spelen. In dit onderzoek is gekeken of gebruikers meer met bekenden of met onbekenden spelen. Als gebruikers met bekenden spelen is er ook gekeken wat de relatie is met die personen.

Een duidelijk verschil tussen de twee leeftijdsgroepen in dit onderzoek zien we als we kijken naar het spelen met familie of vrienden. In de leeftijdsgroep 16 tot 25 jaar geven zeven van de tien respondenten aan dat zij voornamelijk met vrienden spelen. De overige drie respondenten spelen meer met familie. In de leeftijdsgroep 50 tot 65 jaar gaven negen van de tien respondenten aan het meest met familie te spelen. Eén respondent gaf dus aan meer met vrienden te spelen. In deze leeftijdsgroep waar familie duidelijk de boventoon voert, spelen de respondenten vaak met de kinderen of andere gezinsleden zoals de partner. In de jongere leeftijdsgroep gebeurt dat minder. De drie respondenten in de jongere leeftijdsgroep die aangaven wel meer met familie te spelen, spelen vaak met hun ouders of broer en zus.

Als we kijken naar het leeftijdsverschil tussen de respondenten en hun tegenspelers, dan zien we in de jongere leeftijdsgroep dat de leeftijden van hun tegenspelers meestal gelijk zijn aan hun eigen leeftijd. Zij spelen voornamelijk met vrienden en dit zijn vrienden van rond de eigen leeftijd. Bij de oudere leeftijdsgroep, die aangaf meer met familie te spelen, ligt het leeftijdsverschil vaak verder uit elkaar. Als zij met de kinderen spelen dan is er dus een generatie verschil. Ook spelen zij wel met mensen van rond de eigen leeftijd, maar in deze leeftijdsgroep zien we daarin wel een duidelijk verschil met de jongere leeftijdsgroep.

Wordfeud heeft ook de mogelijkheid om met onbekenden te spelen. In de leeftijdsgroep 16 tot 25 jaar spelen twee respondenten naast bekenden ook met onbekenden. Een daarvan chat ook zeer regelmatig met onbekenden, de andere respondente doet dat niet en speelt puur met onbekenden als haar (bekende) tegenspelers niet snel reageren en zij op dat moment graag Wordfeud wil spelen. Ook in de leeftijdsgroep 50 tot 65 jaar geven twee respondenten aan naast bekenden ook met onbekenden te spelen.

De verwachting die we eerder in dit onderzoek uitspraken dat het opdoen van nieuwe contacten en dus sociale relaties opbouwen met onbekenden het hoogste zou zijn onder

jongeren wordt door de uitkomst van de interviews beaamd, hoewel dit slechts door een van de twintig respondenten wordt aangegeven. Pénard en Poussing (2010) stellen dat het investeren in sociale relaties online veel tijd kost en zeggen dat dit daarom eerder onder jongeren dan onder ouderen zal gebeuren, omdat ouderen meer moeite hebben met de vaardigheden die nodig zijn om online te acteren en jongeren hier meer vertrouwd mee zijn.

4.4 Motieven van gebruikers om Wordfeud te spelen

De voornaamste reden van gebruikers van Wordfeud in zowel de leeftijdsgroep 50 tot 65 jaar als de leeftijdsgroep 16 tot 25 jaar om het spel te spelen is omdat het leuk is en zorgt voor vermaak. Veel respondenten gaven aan dat zij het originele spel Scrabble altijd al leuk vonden en het leuk vinden om dat spel nu digitaal te spelen. Respondenten in de leeftijdsgroep 50 tot 65 jaar gaven daarbij ook aan dat zij spellen die met de Nederlandse taal te maken hebben erg leuk vinden en graag met woorden en puzzels bezig zijn. Een respondente van 51 jaar zei het volgende:

“Ik vind het sowieso heel erg leuk om met woorden bezig te zijn. Met taal. En ik ben gek op spelletjes die daarmee te maken hebben.” (Bori, 51 jaar, persoonlijke communicatie, 18 april 2012)

In de leeftijdsgroep 16 tot 25 jaar gaf een aantal respondenten aan dat tijdverdrijf en het winnen van het spel voor hen de voornaamste reden is om Wordfeud te spelen. In beide leeftijdsgroepen kwam ook aan bod dat de nieuwigheid van het spel ervoor zorgt dat je het gaat spelen en het spel leuk vindt. De respondenten gaven in beide leeftijdsgroepen aan dat Wordfeud een hype is en dat alles wat nieuw is, leuk is om te doen.

Eerder in dit onderzoek hebben we gekeken naar zes verschillende motieven die gebruikers kunnen hebben om een spel als Wordfeud te spelen. De respondenten hebben in het onderzoek naar deze zes motieven gekeken en deze op volgorde van belangrijkheid gelegd voor hen van een tot zes.

De verwachting vanuit het onderzoek van Schutter (2011) was dat het belangrijkste motief voor de respondenten in beide leeftijdsgroepen het sociale aspect en de

contactmogelijkheid was. In dit onderzoek blijkt dat motief niet bovenaan te staan bij de respondenten en wordt dus niet als belangrijkste motief ervaren om Wordfeud te spelen. Slechts één respondent van 65 jaar gaf dit als belangrijkste motief aan om Wordfeud te spelen. Bij de meeste respondenten staat dit motief op de derde of vierde plaats. Een enkeling plaatst dit motief zelfs als laatste. We zien dus dat het sociale aspect onder ouderen belangrijker wordt ervaren dan onder jongeren, wat overeenkomt met de theorie van Schutter (2011). Hij zegt dat het sociale motief onder ouderen het hoogste zou zijn, omdat deze groep het liefst spellen speelt waarbij de interactie met peers centraal staat. Jongeren hebben hier volgens hem meer moeite mee en onderhouden het contact met hun familie en vrienden liever één op één (Schutter, 2011).

Voor de leeftijdsgroep 16 tot 25 jaar zijn zowel plezier en entertainment als tijdverdrijf de belangrijkste motieven. Twee respondenten in deze leeftijdsgroep hebben op de eerste plek competitie en winnen als belangrijkste motief gezet. Uit de literatuur van Schutter (2011) bleek niet dat de uitdaging in een spel als belangrijkste wordt ervaren onder jongeren, maar onder ouderen. In de leeftijdsgroep 50 tot 65 jaar geven zes respondenten aan dat plezier en entertainment het belangrijkste motief is. In mindere mate zijn de motieven escape, tijdverdrijf en competitie en winnen ook als belangrijkste genoemd om Wordfeud te spelen.

Het motief plezier en entertainment staat voor de respondenten in beide leeftijdsgroepen duidelijk bovenaan, zoals eerder al duidelijk werd. De respondenten vinden het spel vooral leuk. Plezier en entertainment wordt door de respondenten in beide leeftijdsgroepen op nummer een tot en met vier gezet. Voor de respondenten van 16 tot 25 staat plezier en entertainment vooral op de eerste en derde plaats. Voor de respondenten van 50 tot 65 jaar vooral op de eerste en tweede plaats. Geen van de respondenten in het onderzoek zet het motief op de laatste twee plaatsen. Ook tijdverdrijf lijkt in dit onderzoek een belangrijk motief onder jongeren om Wordfeud te spelen. Een respondente van 24 jaar zei daarover het volgende:

“Ik zit veel in de tram en iedere dag hetzelfde ritje is heel saai. Daarom speel ik graag Wordfeud op zo’n moment als ik even niks te doen heb.” (Bonnie, 24 jaar, persoonlijke

communicatie, 3 mei 2012)

Slechts één respondent in de leeftijdsgroep 50 tot 65 heeft tijdverdrijf op de laatste plek gezet. In deze leeftijdsgroep staat tijdverdrijf voornamelijk op de vierde en vijfde plek. In de leeftijdsgroep 16 tot 25 jaar hebben de respondenten in dit onderzoek het motief tijdverdrijf voornamelijk op de eerste, tweede en derde plek gezet.

De motieven controle en escape wisselen elkaar af op de vijfde en zesde plek en dat geldt voor beide leeftijdsgroepen. Voor het motief competitie en winnen is geen duidelijk patroon te vinden in de resultaten van de interviews. Dit motief is vrijwel gelijk verdeeld over alle plaatsen van een tot zes in beide leeftijdsgroepen als belangrijkste motief om Wordfeud te spelen.

4.5 Vaardigheden en tactiek van het spel

De vaardigheden die nodig zijn om Wordfeud te spelen en via Wordfeud te chatten, spelen voor de meerderheid van de respondenten in dit onderzoek geen belangrijke rol en zijn geen beperkende factor. Onder de jongeren geven twee respondenten aan dat zij in het begin moeite hadden met het toevoegen van mensen in het spel. Een respondente van 57 jaar gaf aan dat zij moeite had met het installeren van het spel, maar na hulp van de partner vervolgens direct aan de slag kon met het spel omdat dit gelijk was aan het originele spel Scrabble. Uit de literatuur bleek al dat ouderen meer moeite zouden hebben met de vaardigheden die nodig zijn voor het installeren van het spel. Hoewel dit slechts bij één respondent in de oudere groep voorkwam, is het wel interessant om te zien hoe zij hiermee omging. Tegen de verwachting die we eerder uitspraken in, heeft zij het probleem niet zelf opgelost, maar hulp gevraagd aan een bekende in haar directe omgeving. Zij zei daarover:

“Ik vind in principe al die dingen lastig. Ik ben echt een digibeet op dat gebied. Mijn partner heeft dezelfde telefoon als ik en we helpen elkaar in die zin. Wat de een niet weet probeert de ander. Verder heb ik collega’s en familie die er veel van weten, dus ja, hulp is er altijd wel als ik erom vraag.” (Henriette, 58 jaar,

persoonlijke communicatie, 17 april 2012)

Wel spelen de vaardigheden een rol als het gaat om de tactiek van het spel, zodat de mogelijkheid om te winnen er is. Een aantal respondenten gaf aan hier last van te hebben in het begin. Naarmate het spel vaker gespeeld werd en duidelijk werd dat er gekozen kan worden voor een random speelbord waarbij de verdubbeling van de letterwaardes anders verdeeld zijn, bleek ook dat de tactiek van het spel geen probleem meer is. De letter- en woordverdubbelers liggen bij een random speelbord op veel plekken dicht bij elkaar, wat de kans op meer punten per woord hoger maakt.

De respondenten in de oudere leeftijdsgroep maakten duidelijk dat zij geen enkele moeite hadden met de tactiek van het spel, omdat zij het spel en de regels al goed kenden van het originele spel Scrabble. Bij de jongere leeftijdsgroep kwam bij een enkele respondent naar voren dat zij Scrabble niet zo goed kende en daardoor in het begin niet direct wist wat de kleurtjes en getallen op de letters betekenden. Dit bleek niet uit de literatuur die we eerder in dit onderzoek bekeken en de verwachting uitspraken dat jongeren geen enkele moeite zouden hebben met de vaardigheden die nodig zijn om het spel te spelen. Het gaat hier dan ook niet om de vaardigheden van het installeren, maar om de inhoud van het spel.

Bijna alle respondenten gaven aan dat zij het niet konden waarderen als hun tegenspelers gebruik maakten van een hulpapplicatie voor Wordfeud om daarmee zo veel mogelijk punten te scoren. Een hulpapplicatie laat zien welke woorden je met de letters nog kunt leggen in het spel en hoeveel punten je daarvoor krijgt. Een aantal respondenten, met name de jongeren, heeft wel eens een hulpapplicatie voor Wordfeud gedownload om te zien hoe dat werkte, maar heeft het daarna niet meer gebruikt omdat zij het niet eerlijk vinden tegenover hun tegenspeler en het voor henzelf geen uitdaging meer vinden om het spel op die manier te spelen.

4.6 Gebruik van de chatfunctie binnen Wordfeud

De meeste respondenten geven aan dat zij de chatfunctie elke dag gebruiken. In beide leeftijdsgroepen geven respondenten ook wel aan dat zij de chatfunctie bijvoorbeeld om de dag

gebruiken, maar alle respondenten gebruiken de chatfunctie uiteindelijk een paar keer per week.

Toch wordt het chatgebruik binnen Wordfeud door de meeste respondenten niet als heel intensief ervaren. Wel geven alle respondenten, dus in beide leeftijdsgroepen, aan dat zij direct reageren op het moment dat zij een chatbericht via Wordfeud krijgen. De intensiviteit van het gebruik van de chatfunctie ligt volgens alle respondenten vooral aan de tegenspeler. Het gaat er dan om of de tegenspeler de chatfunctie graag en regelmatig gebruikt en dus de dialoog in stand houdt. Bij de motieven van gebruikers om Wordfeud te spelen zagen we al dat het sociale aspect en de mogelijkheid om te communiceren niet het belangrijkste is voor de gebruikers. Mogelijk ervaren de respondenten daarom het gebruik van de chatfunctie niet als heel intensief en hebben zij daar ook geen behoefte aan, omdat zij het spel niet spelen om te communiceren met hun tegenspelers.

In de leeftijdsgroep 16 tot 25 geven de respondenten aan dat zij vrijwel iedere dag of een aantal keer per week de chatfunctie van Wordfeud gebruiken. Vijf respondenten in deze categorie geven aan dat zij in het begin, toen ze net Wordfeud speelden, de chatfunctie intensiever gebruikten dan nu. Zij gebruikten de chatfunctie in het begin iedere dag een aantal keer bij ieder spel dat zij speelden. Nu is dat minder geworden en chatten zij niet meer bij ieder spel en niet meer iedere dag, maar een paar keer per week.

De respondenten in de leeftijdsgroep 50 tot 65 jaar geven aan dat zij de chatfunctie niet dagelijks gebruiken, maar wel een aantal keer per week. Zij gebruiken de chatfunctie ook niet bij ieder spel en het ligt er volgens hen ook vooral aan of de tegenspeler de chatfunctie intensief gebruikt waardoor er een conversatie kan ontstaan. In deze leeftijdsgroep wordt duidelijk dat het chatgebruik qua intensiviteit vanaf het begin dat zij Wordfeud spelen vrijwel gelijk is gebleven, in tegenstelling tot de jongere leeftijdsgroep waar het gebruik van de chatfunctie is afgenomen. Dit zou kunnen komen omdat de jongere leeftijdsgroep het spel al langer speelt en de ouderen pas later aan dit spel begonnen zijn. De oudere leeftijdsgroep speelt Wordfeud kortere tijd en het zou kunnen dat ook bij deze leeftijdsgroep het gebruik van de chatfunctie afneemt naarmate zij het spel langer spelen.

De chatfunctie van Wordfeud kan gebruikt worden om te overleggen over het spel of

onderwerpen die niets met het spel te maken hebben. Bij de jongeren werd duidelijk dat zij de chatfunctie voornamelijk gebruiken om te chatten over het spel. Twee respondenten in deze leeftijdsgroep gaven zelfs aan dat zij nooit over andere dingen chatten dan het spel. Een respondente gaf daarbij het volgende aan:

“Ik gebruik de chatfunctie gewoon om te zeggen van kijk eens wat voor woord ik heb gelegd. Dus niet om de sociale contacten enzo. Meer over het spel zelf. Ik vertel eigenlijk helemaal niks over wat ik de dag heb gedaan, dat doe ik niet via Wordfeud.” (Jorine, 22 jaar, persoonlijke communicatie, 9 mei 2012)

De aanleiding om te chatten binnen Wordfeud is in deze leeftijdsgroep meestal om iemand erop te wijzen dat hij of zij weer aan de beurt is en snel een woord moet leggen, omdat anders de maximale tijd van 72 uur voorbij is en het spel wordt beëindigd. Een andere aanleiding om te chatten in deze leeftijdsgroep is grapjes maken over een woord dat is gelegd of het aantal punten dat behaald is met een woord. Eén respondent van 25 jaar gaf aan dat hij met zijn moeder chat via Wordfeud over het avondeten, maar daarnaast meestal over het spel chat.

In de oudere groep van 50 tot 65 jaar gaven drie respondenten aan dat de aanleiding om te chatten via Wordfeud voor hen juist wel de onderwerpen buiten het spel om zijn. Voor een van die drie respondenten is dat het sociale contact met haar kinderen over dagelijkse dingen en bezigheden. Zij gaf aan dat haar kinderen het huis uit waren en dat zij geen Whatsapp in plaats van Wordfeud kon gebruiken, omdat zij het spel speelt op een iPod waarop geen Whatsapp kan worden geïnstalleerd. Whatsapp is een applicatie op de smartphone waarmee je gratis kunt sms'en. Zij gaf wel aan dat zij voor het sociale contact met haar kinderen wel Whatsapp zou gaan gebruiken op het moment dat zij een smartphone zou hebben en dan niet meer via Wordfeud zou chatten. Voor de overige respondenten in deze leeftijdsgroep is de aanleiding om te chatten via Wordfeud hetzelfde als in de eerste leeftijdsgroep, namelijk over het spel. Dit kan gaan over wat een woord dat gelegd is betekent, het aantal punten dat iemand scoort of als er geen klinkers in het spel zitten.

Op de vraag of de respondenten de chatfunctie van Wordfeud in plaats van een andere

smsdienst gebruiken, was het antwoord bij de jongeren voor acht respondenten 'nee' en voor twee respondenten 'ja'. De twee respondenten die de chatfunctie in plaats van een andere smsdienst gebruiken geven aan dat zij dit alleen doen als zij op dat moment al met Wordfeud bezig zijn en weten dat de tegenspeler ook actief is met Wordfeud op dat moment. Op die manier weten de respondenten dat ze direct een reactie krijgen en vinden zij het onnodig om over te schakelen naar bijvoorbeeld Whatsapp.

Bij de ouderen antwoordde de helft van de respondenten dat zij de chatfunctie van Wordfeud wel in plaats van een andere smsdienst gebruiken. Voor een aantal respondenten geldt dat zij Wordfeud op een iPod of ander tablet spelen en daardoor geen gebruik kunnen maken van bijvoorbeeld Whatsapp of een andere gratis smsdienst. Een respondente van 50 jaar gaf aan dat zij alleen korte berichtjes verstuurt via de Wordfeudchat en dat zij daarna overschakelt naar Whatsapp. Ook hier geven de respondenten aan dat zij de chatfunctie van Wordfeud vooral in plaats van een andere smsdienst gebruiken als zij zien dat de tegenspeler op dat moment ook actief is binnen het spel. Eerder zagen we al in de theorie dat het internet, en in dit geval dus Wordfeud, vooral een uitbreiding is van de middelen die er zijn om met anderen te communiceren (Pénard & Poussing, 2010).

Zo zien we dat de chatfunctie van Wordfeud in beide leeftijdsgroepen voornamelijk wordt gebruikt ter ondersteuning van het spel en weinig tot niet vanwege de sociale interactie of het sociale aspect. De ouderen gebruiken de chatfunctie van Wordfeud iets meer voor sociale interactie buiten het spel om dan de jongeren, waarbij niemand, op één respondent na, aangaf hiervoor de chatfunctie te gebruiken. Zij gaven aan dan vooral gebruik te maken van Whatsapp, omdat dit gratis is en er dan altijd een popupscherm op de telefoon van de ontvanger komt. Daardoor hadden de respondenten het gevoel dat hun bericht beter en sneller gelezen werd en zij ook sneller een reactie kregen.

Bij het gebruik van de chatfunctie is in dit onderzoek ook gekeken of gebruikers met bekenden of onbekenden chatten via de chatfunctie van het spel.

Eén respondente van 24 jaar in het onderzoek die regelmatig met onbekenden speelt, chat ook regelmatig met die personen. Zij gebruikt de chatfunctie bij onbekenden voornamelijk om erachter te komen wie de tegenspeler is en die te leren kennen. Daarbij gaf zij wel aan dat

ze de tegenspeler niet in haar offline sociale leven hoeft te kennen. De conversatie die ze met de onbekende tegenspeler voert, houdt zij alleen online.

“Ik denk dan altijd, het voordeel van een onbekende is aan de ene kant dat je wat meer wilt weten over wie je tegenover je hebt in het spel, maar een onbekende hoeft niet per se in je leven. Het is juist ook wel lekker die afstand.” (Bonnie, 24 jaar, persoonlijke communicatie, 3 mei 2012)

Een respondente in de leeftijdsgroep 50 tot 65 jaar geeft aan dat als zij met een onbekende speelt en de onbekende tegenspeler gaat chatten, zij wel terugchat, maar niet over persoonlijke dingen. Zij doet dit alleen over het spel. De andere respondente in deze leeftijdsgroep die wel eens met onbekenden speelt, chat helemaal niet met onbekenden en haakt af met het spel zodra de onbekende tegenspeler gaat chatten. Zij vertelde daarover het volgende:

“Ik speel weleens met een random opponent, maar als ik daar dan wel eens een chatbericht van krijg met de vraag hoe oud ik ben, dan haak ik gelijk af. Ik doe het echt voor het spel.” (Laura, 50 jaar, persoonlijke communicatie, 18 april 2012)

4.7 Face to face contact

Voor alle respondenten in dit onderzoek geldt dat zij regelmatig face to face contact hebben met hun tegenspelers. Eerder in dit onderzoek spraken we de verwachting uit dat mensen het spel vaker met bekenden zullen spelen waarmee zij al regelmatig face to face contact hebben in plaats van met onbekenden. Mensen die normaal gesproken vaak afspreken met vrienden en familie zijn volgens Pénard en Poussing (2010) eerder geneigd om met elkaar te communiceren via internet, dan mensen die minder vaak fysiek afspreken met hun sociale kring. Uit dit onderzoek naar Wordfeud blijkt dat alle respondenten inderdaad met bekenden spelen waarmee zij in hun offline sociale leven ook face to face afspreken.

Alle respondenten in beide leeftijdsgroepen geven aan met sommige tegenspelers dagelijks en sommige tegenspelers wekelijks face to face of via de telefoon contact te hebben. Het dagelijks contact is dan vaak met gezinsleden, zoals de partner, kinderen, broers en zussen.

In de jongere leeftijdsgroep kunnen dat ook huisgenoten zijn. Het wekelijks contact is meestal met vrienden of kennissen die niet in de directe omgeving wonen. In de literatuur zagen we al dat Wordfeud ingezet zou kunnen worden juist voor de lange afstandsrelaties (Wellman et al., 2001). Maar de verwachting was ook dat ouderen het online communiceren eerder voor hun relaties die verder weg wonen zouden gebruiken en jongeren de focus meer zouden leggen op hun relaties die dichtbij zijn. Dat het face to face contact dat de respondenten in de jongere leeftijdsgroep hebben met vrienden of kennissen die niet in de directe omgeving wonen, is tegen de verwachting.

De twee respondenten in de leeftijdsgroep van 16 tot 25 jaar die ook met onbekenden spelen geven aan dat zij daar geen face to face contact mee hebben en daar ook geen behoefte aan hebben. In het theoretisch kader kwam al naar voren dat het online contact met onbekenden hoger zou zijn onder jongeren dan onder ouderen. Pénard & Poussing (2010) geven aan dat een mogelijke verklaring hiervoor is dat het investeren in de relatie met een onbekende veel tijd op het internet vereist en daarom onder jongeren hoger zal zijn dan onder ouderen, wat met dit onderzoek naar Wordfeud dus wordt bevestigd.

Van de leeftijdsgroep 16 tot 25 jaar speelt iedereen, op een respondent na, wel eens Wordfeud als er op dat moment face to face contact is met de tegenspeler. De respondenten in dit onderzoek geven aan dat dit meestal komt omdat er dan over gesproken wordt over het spel en iemand erop gewezen wordt dat die snel een woord moet leggen, omdat de speeltijd anders voorbij gaat. Er wordt dan direct gespeeld om ervoor te zorgen dat het spel niet afloopt voordat het uitgespeeld is.

In de leeftijdsgroep 50 tot 65 jaar spelen minder respondenten het spel als er op dat moment face to face contact is met de tegenspeler. Zes respondenten geven aan weleens Wordfeud te spelen tijdens face to face contact, maar dat komt volgens hen niet heel vaak voor. In deze leeftijdsgroep gaat het dan voornamelijk om het spel met de partner. In deze leeftijdsgroep geven dus vier respondenten aan dat zij geen Wordfeud spelen tijdens face to face contact.

4.8 Contact met offline sociale netwerk

In het theoretisch kader van dit onderzoek werd duidelijk dat de offline relaties van mensen kwalitatief en kwantitatief zouden kunnen verbeteren door online met elkaar te communiceren, bijvoorbeeld via Wordfeud. Een klein deel van de respondenten in de jongere leeftijdsgroep zegt dat zij door het spelen van Wordfeud en het gebruik van de chatfunctie meer contact hebben gekregen met hun tegenspelers in hun offline sociale leven. In de literatuur zagen we dat Wellman et al. (2001) stelde dat de mogelijkheid om online met elkaar te communiceren ervoor zorgt dat er meer contact ontstaat en dus een aanvulling is op de bestaande hoeveelheid contact.

In de leeftijdsgroep 16 tot 25 jaar geven acht respondenten aan dat dit geen invloed heeft op de hoeveelheid contact die zij face to face, dus offline, hebben met hun tegenspelers. Wel geven de respondenten aan dat je door de chatfunctie mensen vaker online spreekt en daardoor wel meer op de hoogte bent van wat er speelt in het dagelijks leven. Dit bleek ook uit de theorie van Kraut et al. (2002) die stelden dat de sociale betrokkenheid door online contact hoger zou worden.

De sociale betrokkenheid wordt in het offline sociale leven wel gebruikt of is soms aanleiding voor een gesprek tijdens face to face contact. Zonder de chatfunctie van Wordfeud zou dit volgens de respondenten in dit onderzoek wegvallen en is er minder inzicht in het leven van de tegenspeler en is er dus voor de respondenten in deze leeftijdsgroep minder contact. Op die manier kunnen we stellen dat Wordfeud toch een positieve bijdrage levert aan de sociale relaties van de gebruikers.

Onder de ouderen geeft de helft van de respondenten aan dat zij door de chatfunctie van Wordfeud meer contact hebben met hun tegenspelers. Maar ook hier geven de respondenten aan dat dit voornamelijk meer online contact is en dat het niet direct leidt tot meer contact in het offline sociale leven.

De andere helft van de respondenten geeft aan dat als Wordfeud er niet zou zijn, de hoeveelheid contact niet zou veranderen, omdat je dan overstapt op Whatsapp of een andere smsdienst en daardoor dezelfde hoeveelheid online contact onderhoudt. Eén respondent van 52 jaar geeft aan dat de ingang voor het contact via Wordfeud soms wel makkelijker is dan

bijvoorbeeld via Whatsapp, omdat je op zo'n moment al een spel met elkaar aan het spelen bent en er onbewust al een vorm van contact is doordat je steeds een woord neerlegt. Ook een respondente van 21 jaar zei daar iets over:

“Je weet dat iemand op het moment dat die een woord legt, wel een seconde denkt van, het gaat naar Jenna Leigh. Dan reageer je zelf op een woord en dat zorgt wel voor het gevoel van contact. Maar je hebt het nergens over, want je legt een woord in een spel. Dus daarom is het niet echt een aanvulling van mijn sociale leven, maar wel een soort vertrouwd gevoel omdat je inderdaad weet dat diegene nog leeft.” (Jenna Leigh, 21 jaar, persoonlijke communicatie, 29 april 2012)

De oudere leeftijdsgroep geeft dan ook aan dat zij niet vinden dat de kwaliteit van de relatie met hun tegenspelers op enige wijze is versterkt of veranderd. De jongeren in dit onderzoek zien dit anders en de helft van de respondenten geeft aan dat zij hun tegenspelers soms beter hebben leren kennen doordat zij meer inzicht hebben in de dagelijkse bezigheden. Daarmee vinden zij dat de relatie met die personen kwalitatief sterker is geworden omdat zij beter inzicht hebben in wat er bij de andere persoon leeft en speelt. In de literatuur zagen we eerder dat Cummings et al. (2002) lieten zien dat online relaties kwalitatief als minder sterk werden ervaren dan de offline relaties. In dit geval bij Wordfeud zien we onder jongeren dat hun offline relatie vaak wel sterker is geworden dankzij het contact dat zij online hebben. In het offline leven, dus tijdens face to face contact, is daarom ook het gesprek soms anders dan dat zij geen Wordfeud speelden. De respondenten in deze leeftijdsgroep geven aan dat doordat zij meer inzicht hebben in de dagelijkse bezigheden van hun tegenspelers die zij via de chatfunctie hebben besproken daar op inhaken in een offline gesprek met die personen.

De oudere leeftijdsgroep geeft duidelijk aan dat zij al goede relaties hebben met hun tegenspelers en dat het spelen van Wordfeud en het gebruik van de chatfunctie daar geen verandering in heeft gebracht. Een oudere respondente zei daarover het volgende:

“Nou, ik vind het spel erg leuk, maar ik heb al een goede relatie, dus ik denk dat het daarvoor geen verbetering is geweest.” (Anneke, 55 jaar, persoonlijke communicatie, 13 april 2012)

4.9 Nieuwe contacten

Geen van de respondenten in beide leeftijdsgroepen geeft aan dat zij mensen hebben leren kennen via Wordfeud. De respondenten die eerder al aangaven dat zij met onbekenden spelen en daar ook mee chatten zeggen dat zij deze onbekende tegenspelers niet echt hebben leren kennen.

De verwachting die we in het theoretische gedeelte van dit onderzoek al uitspraken dat het contact met onbekenden van mindere kwaliteit wordt ervaren dan het contact dat zij via Wordfeud hebben met bekenden wordt daarmee bevestigd. Een respondente van 24 jaar zei daarover:

“Met de een praat je oppervlakkig en bij de ander is het wat diepgaander. Maar ik heb wel zoiets van het is niet echt, omdat je toch niet kan controleren wat wel of niet waar is. Maar als je een paar weken met iemand speelt en je weet niet precies met wie, dan is het wel leuk om iets meer achtergrond te weten.”
(Bonnie, 24 jaar, persoonlijke communicatie, 3 mei 2012)

Zij chatten wel met deze personen om elkaar te leren kennen, maar omdat het contact alleen online is, hebben zij niet het gevoel dat zij de persoon hebben leren kennen, omdat zij niet zeker weten of er altijd de waarheid wordt gesproken via de chatfunctie van Wordfeud. Zij geven daarbij ook aan dat zij ook geen behoefte hebben om de onbekende tegenspelers echt te leren kennen en daar een vriendschappelijke relatie mee op te bouwen.

5 Conclusie

Door de razendsnelle ontwikkelingen op het gebied van communicatie zijn er steeds meer mogelijkheden om sociaal contact te onderhouden, bijvoorbeeld via een online game als Wordfeud. Daardoor lijkt het steeds minder belangrijk om lijfelijk of face to face contact te onderhouden. Dit onderzoek gaat daarom in op de wijze waarop een online game als Wordfeud wordt ingezet binnen de leeftijdsgroep 50 tot 65 jaar en 16 tot 25 jaar om het sociale contact te onderhouden en hoe deze van elkaar verschillen. De onderzoeksvraag die daarbij geformuleerd is, luidt als volgt:

“Welke rol speelt het spel Wordfeud als sociaal platform binnen de sociale relaties van gebruikers tussen de 50 en 65 jaar en gebruikers tussen de 16 en 25 jaar?”

Om een antwoord te geven op deze onderzoeksvraag, zijn er in dit onderzoek twintig interviews uitgevoerd onder ouderen tussen de 50 tot 65 jaar en jongeren tussen de 16 en 25 jaar.

Uit dit onderzoek naar Wordfeud blijkt dat het spel als sociaal platform binnen de sociale relaties van gebruikers tussen de 50 en 65 jaar en gebruikers tussen de 16 en 25 jaar geen belangrijke rol speelt. De chatfunctie van Wordfeud wordt voornamelijk gebruikt ter ondersteuning van het spel en daarna eventueel pas voor het sociale aspect en de dagelijkse bezigheden van gebruikers. Er is een zekere spanning in de uitkomsten van het onderzoek. Waar we eerst zien dat het spel als sociaal platform voor de gebruikers in beide leeftijdsgroepen geen belangrijke rol speelt, geven de respondenten wel aan dat er door te communiceren met hun tegenspelers via Wordfeud hogere sociale betrokkenheid ontstaat tussen beide. Daarnaast geven zij ook aan dat Wordfeud wel de aanleiding kan zijn voor een gesprek dat voortgezet wordt via een andere sms- of chatdienst. De respondenten geven daarbij aan dat zij voor het sociale aspect meestal overstappen op een andere sms- of chatdienst, bijvoorbeeld Whatsapp en het spel Wordfeud dus voornamelijk voor vermaak. Zij vinden dit prettiger communiceren en hebben hierbij ook het gevoel dat hun bericht sneller

gelezen wordt dan via de chatfunctie van Wordfeud.

De verwachting in het onderzoek was dat het voornaamste motief voor de gebruikers in beide leeftijdsgroepen was vanwege het sociale aspect en de contactmogelijkheid die Wordfeud biedt. Uit dit onderzoek blijkt dit motief dus niet bovenaan te staan bij de respondenten. Zij gebruiken de chatfunctie voornamelijk om te overleggen over het spel zelf en dus minder voor het sociale aspect en communiceren over de dagelijkse bezigheden. Toch zien we dat onder de ouderen het sociale motief belangrijker wordt ervaren dan onder de jongeren. Dit komt overeen met de theorie van Schutter (2011) die stelt dat het sociale motief onder ouderen het hoogste zou zijn, omdat deze groep het liefste spellen speelt waarbij de interactie met familie en vrienden centraal staat. Jongeren hebben hier volgens Schutter (2011) meer moeite mee en onderhouden contact online liever één op één.

Het motief dat de respondenten in beide leeftijdsgroepen als belangrijkste positioneerden is plezier en entertainment. Zij vinden het spel vooral leuk en spelen het ook graag voor tijdverdrijf.

Wordfeud kan op elk moment van de dag en op elke plek waar men via een smartphone of tablet toegang heeft tot internet, gespeeld worden. De tijd en plaats waar Wordfeud gespeeld kan worden, speelt in dit onderzoek dan ook een belangrijke rol in de invulling van het sociale contact via Wordfeud. Li en Counts (2007) maakten dit ook duidelijk en stelden dat vooral de bereikbaarheid van het spel, het constant bij je dragen van een smartphone of tablet waarop je het spel speelt, een positieve stimulans en motivatie kan zijn om een spel te spelen. In het onderzoek naar Wordfeud komt dit ook naar voren en geven de respondenten aan dat iedere zet van Wordfeud 72 uur mag duren en gebruikers zelf kunnen bepalen waar en wanneer ze het spel spelen. Dat ervaren zij als positief.

In het onderzoek keken we naast de tijd en plaats waar Wordfeud gespeeld kan worden, ook naar de vaardigheden die nodig zijn om het spel te spelen en welke rol die spelen in de invulling van het sociale contact. Deze vaardigheden spelen geen belangrijke rol voor de gebruikers in beide leeftijdsgroepen. Als dit voor de respondenten wel een rol speelt, dan is dat meestal in het begin en gaat het voornamelijk om de tactiek van het spel. De meeste respondenten geven aan dat zij over voldoende vaardigheden bezitten om het spel goed te

spelen omdat zij het originele bordspel Scrabble goed kennen en Wordfeud daar veel gelijkenissen mee toont. De verwachting in het onderzoek was dat ouderen meer moeite zouden hebben met de vaardigheden van het spel. Maar, zoals Schutter (2011) aangeeft, moet een spel voor deze leeftijdsgroep goed bereikbaar zijn en vooral laagdrempelig in de vaardigheden zijn. Dit klopt met de resultaten die de respondenten gaven in de leeftijdsgroep van 50 tot 65 jaar. Zij gaven aan dat het spel goed en snel te begrijpen is, omdat het bijna gelijk is aan het originele spel Scrabble.

Alle respondenten gaven aan dat zij face to face contact hebben met alle of het merendeel van hun tegenspelers en dus allemaal met bekenden spelen, wat Pénard en Poussing (2010) in hun theorie al aangaven. Ook stellen zij dat het opdoen van nieuwe contacten, dus het spelen met onbekenden, het hoogste zal zijn onder jongeren. Uit het onderzoek blijkt inderdaad dat een aantal gebruikers in de jongere leeftijdsgroep van 16 tot 25 jaar wel eens met onbekenden speelt en daar ook mee chat. Maar zij geven aan dat de relatie met onbekenden niet als kwalitatief wordt ervaren tegenover de relatie die er al is met bekenden. Geen van de gebruikers in dit onderzoek heeft nieuwe mensen aan zijn of haar sociale netwerk toegevoegd.

Bij de jongeren zien we dat zij vaker Wordfeud spelen als zij op dat moment face to face contact hebben met hun tegenspelers dan ouderen. Onder de ouderen speelt ongeveer de helft weleens Wordfeud als zij op dat moment face to face contact hebben met hun tegenspelers.

Uit dit onderzoek blijkt dat Wordfeud geen belangrijke rol speelt in het offline sociale netwerk van de gebruikers in beide leeftijdsgroepen. Wel geven de gebruikers aan dat zij soms meer online contact hebben met bekenden dan wanneer zij geen Wordfeud zouden spelen, maar dit vertaalt zich niet door naar het offline sociale netwerk. Wel zijn soms het spel en de dagelijkse bezigheden waarover wordt gechat via Wordfeud een aanleiding voor een gesprek tijdens een face to face ontmoeting. Maar de respondenten geven aan dat dit de relatie met hun bestaande contacten waarmee zij Wordfeud spelen niet heeft veranderd. Dat komt overeen met hetgeen Wellman et al. (2001), Kraut et al. (2002) en Pénard en Poussing (2010) aangeven dat fysieke sociale contacten rijker zijn dan virtuele contacten via een online kanaal. Wordfeud is soms wel de aanleiding voor een gesprek in het offline sociale netwerk van de

gebruikers in beide leeftijdsgroepen, maar heeft zowel de kwaliteit als de kwantiteit van de sociale relaties niet veranderd.

6 Discussie en aanbevelingen

Dit onderzoek is kwalitatief en vooral verkennend ingestoken, omdat er nog betrekkelijk weinig onderzoek naar dit onderwerp is gedaan. Er zijn daarom een aantal aanbevelingen die interessant kunnen zijn voor vervolgonderzoek. Deze worden hieronder beschreven. Ook wordt er kort aandacht besteed aan de beperkingen en problemen die in dit onderzoek naar voren kwamen.

Binnen het tijdsbestek waarin dit onderzoek plaatsvond, was ruimte voor twintig kwalitatieve interviews. Juist omdat het onderzoek kwalitatief en vooral verkennend was ingestoken, bleef het aantal respondenten relatief klein. Het onderzoek is daarom niet generaliseerbaar voor de totale populatie mensen die een online game als Wordfeud speelt en deze mogelijk als sociaal platform gebruikt voor de sociale relaties. Wel geeft dit onderzoek een duidelijk beeld van de rol die het spel speelt als sociaal platform in de sociale relaties van gebruikers in beide leeftijdsgroepen. Met name omdat het onderzoek kwalitatief is ingestoken, was er de mogelijkheid om in te gaan op de beweegredenen en motieven van gebruikers om Wordfeud in te zetten als sociaal platform.

Voor de interviews zijn zoals gezegd twintig respondenten geselecteerd; tien in iedere leeftijdsgroep. In eerste instantie zou de verdeling mannen en vrouwen gelijk zijn in iedere leeftijdsgroep, maar bij het werven van de respondenten, in de tijd die voor het onderzoek stond, bleek dat lastig. Daarom is voor de voortgang van het onderzoek gekozen om van deze verdeling in mannen en vrouwen af te zien. In de resultaten van het onderzoek is daarom niet dieper in gegaan op de mogelijke verschillen tussen mannen en vrouwen. In de literatuur is wel gesproken over mogelijke verschillen tussen mannen en vrouwen als het gaat om motieven voor online gaming om te benadrukken dat dit mogelijk invloed heeft op de uitkomsten van het onderzoek, maar omdat de verdeling mannen en vrouwen in dit onderzoek te klein was, is dit buiten beschouwing gelaten. In vervolgonderzoek waarbij langer de tijd kan worden genomen om respondenten te werven zou hier meer aandacht aan kunnen worden besteed. Op die manier kan er in het onderzoek ook gekeken worden naar de rol van het geslacht in deze case

waar Wordfeud en de chatfunctie ervan centraal staat.

In deze thesis is het spel Wordfeud als specifieke case onderzocht als sociaal platform. Naast Wordfeud zijn er natuurlijk meerdere spellen via de smartphone of tablet te spelen waarbij ook een mogelijkheid is tot interactie tussen de spelers. Zo gaven de respondenten in de interviews vaak aan dat hun activiteit binnen Wordfeud afnam, omdat de nieuwigheid er vanaf was, en zij overstapten naar bijvoorbeeld DrawSomething of Rumble. DrawSomething wordt gezien als het equivalent van het originele spel Pictionary, waar onlangs ook de mogelijkheid tot communiceren met de tegenspeler is toegevoegd. Rumble is gelijk aan het originele spel Boggle en heeft ook een chatfunctie. In vervolgonderzoek zou een vergelijking gemaakt kunnen worden tussen deze drie (en mogelijk nog andere) spellen. Het kan daarbij ook interessant zijn om te kijken naar spellen die geen chatfunctie of andere mogelijkheid hebben om te interacteren en hoe de gebruikers hiermee omgaan en of zij het sociale aspect daarin missen.

Een tweede aanbeveling voor vervolgonderzoek die eigenlijk niets te maken heeft met online gaming, maar in het onderzoek door de respondenten wel meerdere malen werd genoemd, is de gratis sms dienst Whatsapp. Naast Whatsapp is er ook iMessage of Touch, applicaties die als sms dienst gratis kunnen worden ingezet om met elkaar te communiceren. Het zou interessant kunnen zijn om te kijken waarom gebruikers voor het sociale aspect naar deze applicaties overschakelen, zoals uit het onderzoek naar Wordfeud naar voren kwam, en voor het sociale aspect niet binnen de online game blijven. Vervolgens zou ook gekeken kunnen worden naar de inhoudelijke gesprekken die gevoerd worden via een sms dienst en hoe deze verschillen van de conversaties binnen een online game.

Dit onderzoek richt zich voornamelijk op respondenten in twee leeftijdsgroepen, namelijk 50 tot 65 jaar en 16 tot 25 jaar. Er zou ook gekeken kunnen worden naar alle leeftijden of andere leeftijdsgroepen. Een interessante vergelijking zou bijvoorbeeld kunnen zijn om te kijken naar ouders en kinderen die met elkaar communiceren via een online game. In dit onderzoek naar Wordfeud is slechts een ouder en kind geïnterviewd die beide in de juiste leeftijdsgroep vielen. Een onderzoek speciaal gericht op de ouder-kind relatie en de rol van een

online game als sociaal platform in de onderlinge relatie zal wellicht interessante conclusies geven.

7 Literatuur

Anderson, C., & Wolff, M. (2010). The web is dead. long live the internet. *Wired Magazine*, August.

Bargh, J.A. & McKenna, K.Y.A. (2004). The Internet and Social Life. *Annual Review of Psychology*, 55, 573-590.

Blom, J.C.H. (1996). *Burgerlijk en beheerst. Over Nederland in de twintigste eeuw*. Amsterdam: Balans.

Breedveld, K., van den Broek, A., de Haan, J., Harms, L., Huysmans, F., & van Ingen, E. (2006). *De tijd als spiegel. Hoe Nederlanders hun tijd besteden*. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau.

Centraal Bureau voor de Statistiek. (2011a). *Mobiel internetten fors toegenomen*. Geraadpleegd op 15 maart 2012 van de website van het Centraal Bureau voor de Statistiek:

<http://www.cbs.nl/nl-NL/menu/themas/vrije-tijd-cultuur/publicaties/artikelen/archief/2011/2011-067-pb.htm>

Centraal Bureau voor de Statistiek. (2011b). *Mobiel internetten steeds populairder*.

Geraadpleegd op 15 maart 2012 van de website van het Centraal Bureau voor de Statistiek:

<http://www.cbs.nl/nl-NL/menu/themas/dossiers/jongeren/publicaties/artikelen/archief/2011/2011-3438-wm.htm>

Cooke, P. (2006). New Media and New Economy Cluster Dynamics. In: Lievrouw, L. A., & Livingstone, S. M. (Eds.). *Handbook of new media: Social shaping and consequences of ICTs. Updated Student Edition*. (pp. 266-286.) London: Sage Publications.

Croteau, D. & Hoynes, W. (2003). *Media Society. Industries, Images, and Audiences*. London: Sage Publications.

Cummings, J.N., Butler, B. & Kraut, R. (2002). The Quality of Online Social Relationships. *Communications of the ACM*, 45(7), 103-108

De Haan, J. (2003). Sociale ongelijkheid en ICT. In: J. de Haan & J. Steyaert (red.), *Jaarboek ICT en samenleving 2003. De sociale dimensie van technologie* (pp. 21-46). Amsterdam: Boom.

De Haan, J. (2008). Sociale contacten via digitale kanalen. In: P. Schnabel, R. Bijl & J. Hart. (red.) *Betrekkelijk betrokken; studies in sociale cohesie* (pp. 365-385) Den Haag: Sociaal en Cultureel Rapport 2008.

De Schutter, B. (2011). Never too old to play: The appeal of digital games to an older audience. *Games and Culture*, 6(2), 155-170.

Duimel, M. (2007). *Verbinding maken. Senioren en internet*. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau.

Evers, J. (2007). *Kwalitatief interviewen: kunst én kunde*. Den Haag: Boom/Lemma.

Felling, A.J.A. (2004). *Het proces van individualisering in Nederland: Een kwarteeuw sociaal-culturele ontwikkeling*. Nijmegen: Katholieke Universiteit.

Franzen, A. (2000). Does the internet make us lonely? *European Sociological Review*, 16(4), 427-438.

Gadourek, I. (1982). *Social change as redefinition of roles. A study of structural and causal relationships in the Netherlands in the 'Seventies'*. Assen: Van Gorcum.

Griffiths, M. D., Davies, M. N. O., & Chappell, D. (2004). Online computer gaming: A comparison of adolescent and adult gamers. *Journal of Adolescence*, 27(1), 87-96.

Hartog, F. (1983). *De derde generatie: Na de opbouwers en de potverteerders: De generatie die alles weer zelf moet doen*. Amsterdam: Elsevier.

Haythornthwaite, C. & Wellman, B. (2002). *The internet in everyday life: An introduction*. Oxford: Blackwell.

Jansz, J., & Martens, L. (2005). Gaming at a LAN event: The social context of playing video games. *New Media & Society*, 7(3), 333-355.

Jenkins, H. (2004). The cultural logic of media convergence. *International Journal of Cultural Studies*, 7(1), 33-43.

Horton, D., & Wohl, R. R. (1956). Mass communication and para-social interaction: Observations on intimacy at a distance. *Psychiatry*, 19(3), 215–229.

Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1973). Uses and gratifications research. *The Public Opinion Quarterly*, 37(4), 509-523.

Kestnbaum, M., Robinson, J. P., Neustadt, A., & Alvarez, A. (2002). Information technology and social time displacement. *It&Society*, 1(1), 21-37.

Kraut, R., Kiesler, S., Boneva, B., Cummings, J., Helgeson, V. & Crawford, A. (2002). Internet Paradox Revisited. *Journal of Social Issues*. 58(1), 49-74.

Li, K. A., & Counts, S. (2007). Exploring social interactions and attributes of casual multiplayer mobile gaming. *Proceedings of the 4th International Conference on Mobile Technology, Applications, and Systems and the 1st International Symposium on Computer Human*

Interaction in Mobile Technology, 696-703.

Kraut, R., Patterson, M., Lundmark, V., Kiesler, S., Mukophadhyay, T., & Scherlis, W. (1998). Internet paradox: A social technology that reduces social involvement and psychological well-being? *American Psychologist*, 53(9), 1017.

Lievrouw, L., & Livingstone, S. (Eds.) (2006). *Handbook of new media. Social shaping and social consequences of ICTs. Updated Student Edition*. London: Sage Publications.

Lucas, K., & Sherry, J. L. (2004). Sex differences in video game play: A communication-based explanation. *Communication Research*, 31(5), 499-523.

McKenzie, D., & Wajcman, J. (2001). The social shaping of technology. *Public Understanding of Science*, 10, 251-252.

McLuhan, M. (1964). *Understanding Media: The Extensions of Man*. New York: New American Library.

McLuhan, M., & Fiore, Q. (1967). *The medium is the message: An Inventory of Effects*. New York: Bantam.

McQuail, D. (1994). The rise of media of mass communication. In: D. McQuail (Ed.), *Mass communication theory: An introduction* (pp. 1–29). London: Sage.

Middendorp, C.P. (1979). *Ontzuiling, politisering en restauratie in Nederland. Progressiviteit en conservatisme in de jaren 60 en 70*. Meppel: Boom Koninklijke Uitgevers NL.

National Scrabble Association. (2011). History of Scrabble. Geraadpleegd op 13 april 2012 via de website van de National Scrabble Association: <http://www.scrabble->

assoc.com/info/history.html

Nie, N. H. (2001). Sociability, interpersonal relations, and the internet. *American Behavioral Scientist*, 45(3), 420-435.

Nie, N. H., & Erbring, L. (2002). Internet and Mass Media: A Preliminary Report. *It&Society*, 1(2), 134-141.

O'Reilly, T. (2005). What is web 2.0: Design patterns and business models for the next generation of software. Geraadpleegd op 15 maart 2012, via O'Reilly Media:
<http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html>

Pénard, T. & Poussing, N. (2010). Internet Use and Social Capital: The Strength of Virtual Ties. *Journal of Economic Issues*, 44(3), 569-595.

O'Reilly, T. & Battelle, J. (2009). *Web Squared: Web 2.0 Five Years On*. Special report for Web2.0 Summit, San Francisco, CA. Geraadpleegd op 15 maart 2012 via O'Reilly Media:
http://assets.en.oreilly.com/1/event/28/web2009_websquared-whitepaper.pdf

Orwell, G. (1949) 1984. New York: Penguin group.

Rogers, E.M. (1996). *Diffusion of Innovations (4th edition)*. New York: The Free Press.

Ruggiero, T.E. (2000). Uses and Gratifications Theory in the 21st Century. *Mass Communication & Society*, 3(1), 3-37.

Shah, D.V., Kwak, N. & Holbert, R.L. (2010). Connecting and Disconnecting with Civic Life: Patterns of Internet Use and the Production of Social Capital. *Political Communication*, 18(2), 141-162.

Shao, G. (2009). Understanding the appeal of user-generated media: A uses and gratification perspective. *Internet Research*, 19(1), 7-25.

Steyaert, J. & de Haan, J. (2001). *Geleidelijk digitaal: een nuchtere kijk op de sociale gevolgen van ICT*. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau.

Turkle, S. (2011). *Alone Together: Why We Expect More from Technology and Less from Each Other*. New York: Basic Books.

Wellman, B., Haase, A.Q., Witte, J. & Hampton, K. (2001) Does the Internet Increase, Decrease, or Supplement Social Capital? *American Behavioral Scientist*, 45(3), 436-455.

Valente, T. W., & Rogers, E. M. (1995). The origins and development of the diffusion of innovations paradigm as an example of scientific growth. *Science Communication*, 16(3), 242-273.

Valkenburg, P. M., Peter, J., & Schouten, A. P. (2006). Friend networking sites and their relationship to adolescents' well-being and social self-esteem. *CyberPsychology & Behavior*, 9(5), 584-590.

Van Deursen, A.J.A.M. (2010). *Internet skills. Vital assets in an information society*. Enschede: Universiteit van Twente.

Van Dijk, J.A.G.M. (2007). De e-surfende burger: is de digitale kloof gedicht? In: J. Steyaert & J. de Haan (Red.), *Jaarboek ICT en samenleving 2007. Gewoon digitaal* (pp. 31-50). Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau.

Vergeer, M. and Pelzer, B. (2009). Consequences of media and Internet use for offline and

online network capital and well-being. A causal model approach. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 15, 189–210.

Wellman, B. (2011) Studying the Internet through the Ages. In: M. Consalvo & C. Ess, *The Handbook of Internet Studies* (Eds.) Oxford: Wiley-Blackwell. doi: 10.1002/9781444314861.ch1

Yee, N. (2006). Motivations for play in online games. *CyberPsychology & Behavior*, 9(6), 772-775.