

STEAM versus The Pirate Bay

uplay?



**Digitale distributie van video games en de keuze voor legaal en/of
illegaal downloaden door video gamers.**

Student Name: Sophie Anne Caroline Herbergs
Student Number: 384934
Word count: 29,864 words
Supervisor: Dr. Erik Hitters

Master Media Studies - Media & Cultuur
Erasmus School of History, Culture and Communication
Erasmus University Rotterdam

Master's Thesis
June 2014

Inhoudsopgave

Inhoudsopgave	3
Abstract	5
Hoofdstuk 1 Inleiding.....	7
1.1 Inleiding	7
1.2 Illegaal en legaal downloaden en de mediaindustrie.....	8
1.3 Illegaal en legaal downloaden en de gebruiker?.....	10
1.4 Onderzoeksvraag.....	11
1.5 Wetenschappelijke en maatschappelijke relevantie	12
1.6 Deelvragen	13
1.7 Hoofdstukindeling.....	14
Hoofdstuk 2 Theoretisch kader	15
2.1 Inleiding	15
2.2 DEEL I - Digitale distributie van video games	16
2.2.1 Video games.....	16
2.2.2 Digitale distributie in de waardeketen van de video gamesindustrie	17
2.2.3 Legale online distributie versus illegale online distributie.....	21
2.3 DEEL II – UGM, U&G, SST, SCOT: de rollen, behoeften en keuzes va gebruikers.....	26
2.3.1 De rollen van gebruikers: user-generated media.....	26
2.3.2 De keuzes van gebruikers: Social Shaping of Technology & Social Construction of Technology.....	31
2.4 Hypotheses	34
Hoofdstuk 3 Methodologie.....	37
3.1 Inleiding	37
3.2 Methode.....	37
3.2.1 Methode.....	37
3.2.2 Sample & procedure.....	38
3.3 Operationalisatie.....	40
3.3.1 Afhankelijke variabele: gebruikerskeuze voor legaal en/of illegaal downloaden	41
3.3.2 Onafhankelijke variabele: consumptiemogelijkheid	41
3.3.3 Onafhankelijke variabele: participatiemogelijkheid.....	42
3.3.4 Onafhankelijke variabele: gebruikersmogelijkheid productie.....	43
3.3.5 Onafhankelijke variabele: machtsongelijkheid	44
3.3.6 Onafhankelijke variabele: irreversible foreclosed choices	44
3.3.7 Onafhankelijke variabele: relevante sociale groep.....	45
3.4 Metingen.....	45
3.4.1 Betrouwbaarheid	45
Hoofdstuk 4 Resultaten	47

4.1	Introductie	47
4.2	Hoofd- en deelvragen	47
4.3	Resultaten	48
4.3.1	De gebruikers: algemene gegevens	48
4.3.2	Hypothese 1: consumptie	50
4.3.3	Hypothese 2: participatie.....	56
4.3.4	Hypothese 3: productie.....	61
4.3.5	Hypothese 4: relevante sociale groep	64
4.3.6	Hypothese 5: machtsongelijkheid.....	66
4.3.7	Hypothese 6: "Irreversible foreclosed choices"	69
Hoofdstuk 5 Conclusie		75
5.1	Samenvatting & beantwoording hoofdvraag.....	75
5.2	Discussie.....	78
5.3	Beperkingen	80
5.4	Implicaties voor toekomstig onderzoek.....	81
Literatuurlijst.....		83
Bijlagen		91
Bijlage 1 Methode		91
Bijlage 1.1 Enquête		91
Bijlage 1.2 Onderzochte online distributieplatforms van video games		110
Bijlage 2 Resultaten.....		113
Bijlage 2.1 Participatie		113
Bijlage 2.2 Productie		114
Bijlage 2.3 Grootste machtshebbers		117
Bijlage 2.4 Grootste geldverdieners		118
Bijlage 2.5 DRM		119

Abstract

De online distributie zit in de lift. Digitale distributie is ontstaan als reactie op het toegenomen illegaal downloaden van mediaproducten, waaronder video games. Video games zijn digitale interacties waarin de gebruiker voor diverse uitdagingen komt te staan. De video gamesindustrie heeft, in vergelijking met andere media industrieën, in mindere mate last gehad van illegaal downloaden. Het lijkt dus alsof online distributie van video games functioneert als een soort alternatieve keuze waar gebruikers voor kiezen. Legale en illegale online distributie van video games, zoals ze in dit onderzoek worden aangeduid, hebben overeenkomsten en verschillen. Respondenten maken gebruik van mediaproducten op drie manieren: door te consumeren, te participeren en te produceren. Hun keuze wordt beïnvloed door allerlei sociale achtergrondfactoren. De vraag is dus welke vormen van gebruik en welke sociale achtergrondfactoren een rol spelen in de keuze voor legaal en/of illegaal downloaden.

Legale online distributie van video games lijkt als het ware iets te bieden, waardoor gebruikers die legale mogelijkheid aantrekkelijker vinden dan de illegale mogelijkheid. Dit blijkt deels ook uit de online enquête die in deze thesis is afgenomen onder gebruikers van legale online distributiesystemen, zoals Steam ($N= 153$). Dit wordt duidelijk uit de enquête, als legale platforms voldoende consumptiemogelijkheden bieden, dan neemt de kans met ongeveer 70% toe dat mensen kiezen voor enkel legaal downloaden. Wat betreft een ruim aanbod van mogelijkheden tot participatie, dan neemt de kans met ongeveer 31% toe dat mensen enkel legaal downloaden. Tenslotte komt ook naar voren uit de enquête dat mensen, die een positieve houding hebben ten opzichte van Digital Rights Management, een systeem dat geïmplementeerd wordt in video games om te voorkomen dat de video games eenvoudig illegaal gekopieerd kunnen worden, ook eerder kiezen voor enkel legaal downloaden. DRM komt vaak negatief in het nieuws en heeft dus een negatieve connotatie. De kans neemt af met bijna 18% dat mensen, die DRM hekelen, kiezen voor enkel legaal downloaden. Zij zullen eerder nog steeds illegaal downloaden, naast hun legale downloadpraktijken.

Dit onderzoek levert een bijdrage aan het wetenschappelijk onderzoek naar online distributie van mediaproducten, maar ook aan het begrip van de uses & gratifications theorie en de Social Shaping/Construction of Technology benadering in de huidige maatschappij. Tevens geeft dit onderzoek een inzicht in de houdingen en gedragingen van video gamegebruikers.

Keywords: video games, games, gaming, gamers, software, digitale distributie, online distributie, online verkoop, downloaden, illegaal downloaden, online/digitale piraterij, P2P, legaal downloaden, client/server, Steam, DRM, MMORPGs, MMOs, Social Shaping of Technology, SST, Uses & Gratifications, U&G, User-Generated Media, UGM.

Hoofdstuk 1 Inleiding

1.1 Inleiding



Afbeelding 1.1. The Sims 3

Met ongeveer 7,5 miljoen verkochte kopieën is *The Sims 3* (The Sims Studio, 2009) het vierde best verkochte computerspel allertijden (www.vgchartz.com). Het spel heeft inmiddels maar liefst elf uitbreidingen en negen "stuff packs". Het vergt flink wat gigabyte en een goede videokaart om alle eenentwintig spellen te laten draaien. Dan zijn de kosten van de spellen nog niet ter sprake gekomen. Via Origin, het online distributieplatforms van Electronic Arts (EA) worden alle uitbreidingen aangeboden, met een gemiddelde prijs van maar liefst €28 per spel (www.origin.com). Sommige kosten €15, anderen weer €40. Om de complete set te kopen, moet de consument in een buidel tasten die meer dan €600 bevat. Een groot bedrag voor een set video games. Men gaat zich bijna afvragen: waarom zou iemand dat doen? Waarom zou iemand €600 betalen voor een aantal spellen? Geen nood. Er bestaat een oplossing. Een oplossing, die tot 10 april 2014 in Nederland legaal was, terwijl ze bijna overal ter wereld al illegaal was. Ga naar een "proxy" van de distributiewebsite *The Pirate Bay* (www.pirateproxy.net) en zoek daar op "The Sims 3". Klik op het begrip *seeders* en vervolgens op de link die bovenaan een waslijst aan *The Sims 3* video games staat. "The Sims 3 – Razor1911 Final MAXSPEED" genaamd. Klik op de link "get this torrent" en open het bestand via een programma genaamd *Vuze*. Het aantal *seeders* van deze torrent is ongeveer tweeduizend en als de meeste van hen uploaden, dan gaat het downloaden van het bijna zes gigabyte grote spel redelijk snel. Maar geduld is een schone zaak, want nog twintig spellen te gaan.

Uit het bovenstaande voorbeeld is het mogelijk om een heel eenvoudige conclusie te trekken: wil iemand een video game aanschaffen via het internet? Dan heeft hij of zij zowel een legale als een illegale optie. De legale mogelijkheid wordt aangeduid als digitale of online distributie, die mediabedrijven een nieuw businessmodel biedt, dat voorheen niet mogelijk was doordat fysieke distributie allerlei beperkingen met zich mee bracht (Casadesus-Masanell & Hervas-Drane, 2010). De illegale mogelijkheid wordt op allerlei manieren geduid: online peer-2-peer (P2P) file sharing (Casadesus-Masanell & Hervas-Drane, 2010), digitale piraterij (Belleflamme & Peitz, 2010), online piraterij (Choi & Perez, 2007), digitale "copyright infringement" (Lemley & Reese, 2004) of illegaal

downloaden (Levin et al., 2007). Hoe het ook aangeduid wordt, al deze begrippen komen ongeveer op hetzelfde neer: het uitwisselen van kopieën van auteursrechtelijk beschermde materialen, zoals films, televisieseries, muziek, software, video games, boeken, enzovoort. Met uitwisselen wordt door de ene auteur bedoeld op de reproductie, het gebruik en de verspreiding (Belleflamme & Peitz, 2007; Choi & Perez, 2007), terwijl andere auteurs wijzen op het produceren en verkopen van valse producten (Levin et al., 2007) of schending van auteursrecht (Lemley & Reese, 2004).

Stichting Bescherming Rechten Entertainment Industrie Nederland (BREIN) definieert digitale piraterij op de website als "het zonder toestemming van de maker verveelvoudigen en/of openbaar maken van diens werk (anti-piracy.nl)." BREIN meldt dat consumenten, door middel van allerlei mogelijke technische protocollen, gebruik maken van het illegale aanbod. Dat aanbieden wordt ook wel aangeduid als "uploaden" (Palfrey & Gasser, 2013). Echter, sinds 10 april 2014 is niet enkel het aanbieden van materialen illegaal. Het Hof van Justitie EU heeft bepaald dat ook in Nederland het vragen naar bestanden ("downloaden") uit een illegale bron verboden is. Volgens BREIN was downloaden namelijk niet verboden voor muziek, films en boeken. Het downloaden van video games en software was in ieder geval niet toegestaan. Wel laat BREIN weten niet achter de individuele consument aan te gaan. De Stichting heeft als het doel de handelaren van illegaal gekopieerde bestanden aan te pakken (anti-piracy.nl).

1.2 Illegaal en legaal downloaden en de mediaindustrie

Illegaal downloaden en uploaden bestaat al sinds de jaren negentig. In 1999 werd het P2P file sharing programma Napster opgericht door John en Shawn Fanning en Sean Parker. Het concept van Napster was dat een gebruiker zijn of haar MP3 collectie zou delen met andere gebruikers, met Napster die fungeerde als intermediair. De gebruiker zocht een bestand via Napster en gebruikte de software om het bestand te downloaden. Napster zorgde ervoor dat de twee computers aan elkaar verbonden waren (Allen-Robertson, 2013). Het is echter niet Napster geweest die het model voor P2P heeft ontworpen. Dit was Gnutella, ontwikkeld door Justin Frankel, die wilde voorkomen dat het netwerk van gebruikers door een centrale intermediair werd beheerd. Frankel was hierin politiek gemotiveerd. Napster had zijn drie oprichters die het programma beheerde, maar Gnutella's gedecentraliseerde systeem voorkwam politieke bemoeienis. Echter, zowel Napster als Gnutella waren problematisch, omdat ze een asymmetrische bandwijdte aanboden. Dat wil zeggen dat de downloadsnelheid enorm varieerde. Als meer mensen een bestand downloadden, dan ging het downloaden trager. Bram Cohen richtte vervolgens het BitTorrent protocol, waarin het idee "hoe meer gebruikers, hoe sneller de download" centraal stond (Allen-Robertson, 2013).

Casadesus-Masanell en Hervas-Drane (2010) hebben digitale distributie van mediabestanden als een alternatief voor illegale P2P file sharing en in zekere zin ook voor fysieke verkoop beschouwd. Het is digitale piraterij geweest dat een gevaar heeft gevormd voor fysieke verkoop en mediabedrijven

hebben erop gereageerd door digitale distributieplatforms op te richten (Casadesus-Masanell & Hervas-Drane, 2010). Het digitale muziekdistributieplatform van Apple, genaamd iTunes, is opgericht met het idee dat men niet meer de behoefte moest hebben om een CD te kopen of over te stappen op illegale alternatieven, maar gewoon direct muziek kon kopen en dat men meteen in het bezit is ervan. Apple's Steve Jobs heeft ooit gezegd dat de mensen die muziek stalen via Napster en dergelijke, dit niet wilde doen, maar dat zij geen legaal alternatief hadden. Met het plan van iTunes onder de arm is Steve Jobs indertijd vertrokken naar diverse grote platenmaatschappijen en heeft hen voor zich gewonnen. Toen iTunes in 2003 lanceerde, was het distributieplatform een groot succes (Allen-Robertson, 2013). Volgens Peitz en Waelbroeck (2006) is het succes van Apple's distributieplatform iTunes de aanleiding geweest voor diverse media industrieën, bijvoorbeeld de filmindustrie, om over te stappen op legale digitale distributie.

Begin eenentwintigste eeuw is gameontwikkelaar Valve aan de slag gegaan met het ontwikkelen van een platform om video games te distribueren en verkopen via het internet. Dat platform is Steam genoemd. Uit een historisch onderzoek van Allen-Robertson (2013) is gebleken dat Gabe Newell, Chief Executive Officer (CEO) bij Valve, het zat was om te wachten op een online distributieplatform voor computerspellen en besloot om dit zelf op te richten. Newell wilde niet dat er ook maar op de één of andere manier sprake was van fysieke distributie; het moest geheel digitaal zijn. Newell nam contact op met Cohen. Echter, het was niet het BitTorrent protocol wat Newell overnam van Cohen. Cohen kwam met het ontwerp om bestanden op te breken in kleinere bestanden, die gedownload konden worden vanaf een aantal servers in dienst van het bedrijf. Dit zorgde ervoor dat Steam bij zijn gebruikers kon verzekeren dat de gedownloadde spellen veilig en onbeschadigd waren (Allen-Robertson, 2013). Volgens Allen-Robertson (2013) heeft Steam een significante dominante positie ingenomen op de markt voor computerspellen.

Volgens Peitz en Waelbroeck (2006) zijn de problemen van piraterij industrie-specifiek. In de jaren tachtig waren video games beveiligd met slechts een wachtwoord en een technische bescherming. Deze kleine bescherming deed wel wat het moest doen; het verschil tussen een origineel spel en een kopie was significant. Een kopie was van lage kwaliteit. Op het moment dat de ontwikkeling van ICT de lift in ging, zo gingen ook gameontwikkelaar de lift in. Ze moesten drastische maatregelen nemen om de kwaliteit van het origineel te verbeteren. Een goede kwaliteit van het origineel zorgde ervoor dat het een beter alternatief bood dan een kopie. De oude beschermingsstrategie verdween echter steeds meer op de achtergrond (Peitz & Waelbroeck, 2006). Net als andere media industrieën ging ook de gamesindustrie gebruik maken van Digital Rights Management (DRM), een systeem dat poogde te reguleren dat bestanden niet gekopieerd konden worden, hoe vaak bestanden gebruikt werden, op welke apparaten bestanden konden worden gespeeld en hoe vaak bestanden gespeeld konden worden (Allen-Robertson, 2013). DRM is een anti-piraterij strategie (Lobato & Thomas, 2013). Echter, DRM was niet altijd nodig bij video games. Als een video game een online component had waarbij de spelers verbinding moest maken met een bepaalde website

door middel van een identificatienummer, dan was DRM niet per se nodig. In tegenstelling tot veel andere media-industrieën, had het internet niet zulke hevige negatieve effecten op de verkoop van computerspellen (Peitz & Waelbroeck, 2006).

Dat het internet een negatief effect zou hebben op de verkoop van video games, hebben Peitz en Waelbroeck (2006) dus al enigszins ontkracht. Ook recent onderzoek demonstreert de invloed van het internet. Volgens Dierckx en Bartelson (2012) winnen digitale distributiekanaal zoals Steam steeds meer terrein en grijpen ook publishers, waaronder EA en diens platform Origin, de kans aan die digitale distributie biedt. Naast het internet dat mogelijkheden tot bescherming van het spel biedt en nieuwe mogelijkheden tot verkoop, laten ook het aantal leden zien dat het goed gaat met de video gamesindustrie. Steam is het tweede meest populaire online distributieplatform voor video games met meer dan 75 miljoen geregistreerde gebruikers (Conditt, 2014). Slechts Sony's Playstation Network gaat hier overheen met ongeveer 110 miljoen gebruikers wereldwijd. Xbox Live heeft daarentegen "slechts" 48 miljoen leden (Rougeau, 2014). Over de winstcijfers laten de video gamebedrijven echter weinig los. Twee zaken zijn onder andere daardoor niet direct duidelijk: enerzijds de impact van online piraterij op de verkoop van video games en anderzijds of online piraterij wel daadwerkelijk een rol speelt.

1.3 Illegaal en legaal downloaden en de gebruiker?

De bovenstaande onderzoeken naar digitale distributie van mediaproducten zijn voornamelijk geschreven vanuit het perspectief van de mediaindustrie. In dergelijke onderzoeken heeft de gebruiker enkel gefungeerd als consument. In het onderzoek van Peitz en Waelbroeck (2006) wordt hij of zij enkel aangeduid als "consument" en in het geval van video games wordt hij of zij nog wel eens "player" genoemd. Ondanks dat nog weinig bekend is over de speler of gebruiker van video games en diens relatie met digital distributie, worden wel uitspraken gedaan over de consument, al dan niet met enige voorzichtigheid. Zo zeggen Peitz en Waelbroeck (2006): "Online game subscription could be seen as direct appropriation of gamers willingness to pay." (p.470).

Hoe belangrijk zijn spelers nu eigenlijk voor de video gamesindustrie? Media theoreticus Galloway (2006) heeft eens gezegd: "Without action, games remain only in the pages of an abstract rule book. Without the active participation of players and machines, video games exist only as static computer code. Video games come into being when the machine is powered up and the software is executed; they exist when enacted." (p.2). Simpel gezegd: als er geen speler is om de console aan te zetten en het spel te spelen, is het spel niets meer dan codes. Een speler is essentieel om het bestaan van een spel te realiseren. Op distributieplatforms wordt het belang van de speler dan ook niet onderschat. Op de website van Valve's Steam (store.steampowered.com) heeft Steam allerlei mogelijkheden voor de gebruikers beschikbaar gesteld. Niet enkel het spelen van het spel is nog van belang. Op de website meldt Steam bijvoorbeeld dat gamers zich kunnen voegen bij de Steam

Community en dat ze zelf video game content kunnen maken en delen via de Steam Workshop (store.steampowered.com).

Maar hoe zit het nu eigenlijk met illegaal downloaden en hun gebruikers? Als gezegd is het downloaden van mediaproducten sinds kort ook in Nederland illegaal, maar ondanks de diverse verboden in andere landen, blijft piraterij bestaan. Dit heeft, volgens een onderzoek van Hardy et al. (2013), drie oorzaken. Ten eerste blijft online piraterij bestaan, omdat individuele gebruikers denken vanuit het kader: "iedereen doet het, dus zo erg is het niet". Daarnaast hebben ook veel gebruikers het ethische oordeel dat illegaal downloaden niet hetzelfde is als het stelen van iemands product. Tenslotte blijkt ook uit het onderzoek van Hardy et al. (2013) dat de sociale normen omtrent piraterij vrij laks zijn, waardoor gebruikers sneller overgaan op illegaal downloaden. Wat betreft illegaal downloaden, zijn gebruikers belangrijk in die zin dat zij online piraterij in stand houden door weinig waarde te hechten aan de ethische en sociale normen (Hardy et al., 2013).

1.4 Onderzoeksvraag

Legale online distributieplatforms worden dus zowel door onderzoekers als spelers in de media-industrie beschouwd als alternatief voor illegale online piraterij. Gebruikers zelf lijken ethisch en sociaal gezien niet direct dezelfde houding aan te nemen ten opzichte van illegaal downloaden. De mening van gebruikers lijkt minder kritisch ten aanzien van illegaal downloaden dan die van de spelers in de media-industrie zelf. Met het hoog aantal gebruikers is de video gamesindustrie en legale digitale distributie toch levend en wel. Zoals net vermeld, heeft de verkoop van games echter niet veel last gehad daarvan. Eén beschermingsstrategie wat betreft de verkoop van games van de game-developers is het verhogen van de kwaliteit van het originele spel, waardoor het origineel een aantrekkelijker alternatief is dan een kopie. Een andere strategie is om spellen met het internet te verbinden en daarbij gebruik te maken van een identificatienummer. Zo verbieden game-developers gebruikers van illegale versies de toegang tot allerlei extra's (Peitz & Waelbroeck, 2006). Ondanks dat zulke strategieën lijken te werken, is het nog onduidelijk hoe de gebruikers van zulke online distributieplatforms er zelf over denken. Hoe kijken zij aan tegen legale digitale distributieplatforms van video games, als alternatief voor illegaal downloaden? Het hoeft niet per definitie zo te zijn dat alle 75 miljoen leden van Steam daadwerkelijk ook een spel gekocht hebben via Steam. Digitale piraterij is namelijk een gratis oplossing en "iedereen doet het", dus waarom toch kiezen voor legale distributie? Dat maakt het feit dat illegaal downloaden van video games weinig invloed heeft gehad op de distributie van het mediaproduct merkwaardig. Welke mogelijkheden bieden legale distributieplatforms waardoor ook gebruikers het wellicht als een alternatief beschouwen? Speelt in die keuze ook de achtergrond van een gebruiker een rol? De vraag die in deze thesis centraal staat, luidt dan ook:

RQ: Welke rol spelen de gebruikersmogelijkheden van legale online distributieplatforms van video games en de relevante sociale achtergrond van gebruikers in hun keuze voor legaal en/of illegaal downloaden?

Om deze vraag te beantwoorden, is het van belang dat duidelijk is wat de verschillen en overeenkomsten zijn tussen legale en illegale online distributie van video games. Die verschillen hebben een technologische grondslag, maar ook een sociale grondslag. Daarnaast moet ook duidelijk zijn welke positie legale online distributie en illegale online distributie, ofwel online piraterij, innemen in de waardeketen van de video gamesindustrie. De verschillen en overeenkomsten van legale en illegale distributieplatforms zijn te koppelen aan bepaalde vormen van gebruik die primair geassocieerd worden met de *uses & gratifications* (U&G) theorie, namelijk consumptie, participatie en productie (Shao, 2009). Daarnaast bestaat nog een belangrijke theoretische grondslag die tevens poogt te begrijpen waarom mensen gebruik maken van bepaalde technologieën, namelijk de *Social Shaping of Technology* (SST) benadering. Deze benadering gaat ervan uit dat relevante sociale groepen bepaalde keuzes en/of gebruik maken in technologie vanwege bepaalde sociale achtergrondfactoren, waardoor zowel het ontwerp als het gebruik van de technologie beïnvloed wordt (Williams & Edge, 1996).

1.5 Wetenschappelijke en maatschappelijke relevantie

Het ontbreekt in de wetenschappelijke literatuur betreffende de online distributie van video games aan inzicht in de gebruikers. Voorgaand onderzoek heeft alleen de houdingen van de gebruikers van fysieke distributie van video games onderzocht. Uit dit onderzoek is gebleken dat mensen de prijzen van video games hoog vinden en dat ze liever spellen in de winkel kopen. Toch kiezen gebruikers niet per definitie vaker voor fysieke aankoop dan voor een illegale download (Woning, 2008). Hoewel het onderzoek van Woning (2008) wel mogelijke verwachtingen schept ten aanzien van het gedrag van consumenten ten opzichte van legaal downloaden, geeft het nog geen inzichten in gebruikers van online distributie van video games. Het onderzoek schept namelijk de verwachting dat gebruikers een neutrale houding hebben ten aanzien van zowel legale als illegale aanschaf van video games en dat de tendens jegens beide vormen van verkoop gelijk is (Woning, 2008). Dit onderzoek werpt licht op dergelijke vraagstukken en daarom is deze thesis wetenschappelijk relevant. De maatschappelijke relevantie is dat dit onderzoek de online distributieplatforms inzicht biedt op hun gebruikers. De resultaten zullen demonstreren in welke gebruikersmogelijkheden platforms als Steam zouden kunnen investeren om consumenten te stimuleren hun platforms te gaan of blijven gebruiken.

1.6 Deelvragen

Uit het bovenstaande vloeien de onderstaande deelvragen voort. De eerste twee deelvragen zijn vragen die betrekking hebben op een theoretische verkenning. Het antwoord op deze vragen vormt de theoretische grondslag voor dit onderzoek. De vragen zijn:

SQ1: *Wat zijn legale en illegale online distributieplatforms voor video games?*

Deze vraag wordt volledig gedeconstrueerd om beantwoord te kunnen worden. Eerst wordt beantwoord wat video games zijn en wat distributie van video games in zijn algemeen inhoudt. Vervolgens wordt het onderscheid gemaakt tussen legale en illegale online distributie en hun verschillen en overeenkomsten. De verschillen en overeenkomsten zijn onderzocht op het gebied van technologische en sociale aspecten.

SQ2: *Op welke manieren maken individuen gebruik van mediaproducten?*

Ook deze vraag wordt beantwoord in het theoretisch kader van dit onderzoek. Het moet duidelijk zijn welke vormen van mediagebruik er zijn en wat de redenen voor dat gebruik zijn. De U&G theorie van Shao (2009) poogt dit te verklaren. Deze vormen van gebruik zijn vervolgens gekoppeld aan de technologische en sociale aspecten van legale en illegale distributieplatforms van video games. Shao's (2009) theorie heeft betrekking op user-generated media (UGM), maar uit dit onderzoek zal blijken dat dergelijke vormen van gebruik niet enkel bestaan op het gebied van UGM. Wat betreft de motieven voor het gebruik van gebruikers van digitale platforms voor video games is ook de SST/SCOT benadering van belang (Williams & Edge, 1996; Bijker, 2010). Deze heeft bepaalde sociale achtergrondfactoren geïdentificeerd die het gebruik van bepaalde technologieën probeert te verklaren.

De laatste drie vragen worden antwoord in de resultaten van dit onderzoek. Deze vragen zijn:

SQ3: *Wie zijn de gebruikers van legale online distributieplatforms?*

Deze vraag wordt beantwoord middels de enquête. In de operationalisatie van variabelen, vallen variabelen die betrekking hebben op leeftijd, opleiding en land onder de onafhankelijke nominale variabelen (Fielding, 2008). Deze vraag is relevant, omdat hij mogelijke effecten in hun gebruik kan verklaren.

SQ4: *Welke rol spelen de gebruikersmogelijkheden van legale online distributieplatforms van video games in de keuze van gebruikers voor legaal en/of illegaal downloaden?*

SQ5: *Welke rol spelen de achtergrondfactoren van gebruikers van legale online distributieplatforms van video games in hun keuze voor legaal en/of illegaal downloaden?*

Deze twee vragen worden allemaal beantwoord door middel van de enquête. Op basis van het theoretisch kader zullen vragen worden geformuleerd die de antwoorden op deze vragen zullen leveren.

1.7 Hoofdstukindeling

Het volgende hoofdstuk in deze thesis is het theoretisch kader dat het onderzoek ondersteunt. Dit kader is opgedeeld in twee delen: Het eerste deel betreft de aanbodkant, waarin diverse vragen worden beantwoord. Het betreft vragen als: wat zijn video games eigenlijk? Hoe ziet de waardeketen van de video gamesindustrie eruit? Welke rol hebben distributie en legale en illegale digitale distributie daarin? Wat zijn de verschillen en overeenkomsten tussen legale en illegale online distributie? Het tweede deel van dit onderzoek houdt zich bezig met de vraagkant, namelijk de gebruikers. Hierin worden de drie vormen van gebruik onderscheiden: consumptie, participatie en productie. De daarbij behorende motieven en de sociale achtergrondfactoren, die een rol spelen in het gebruik van een technologie, worden verder uitgewerkt. Daarop volgen de hypothesen. Het derde hoofdstuk gaat over de data en de methode die toegepast worden in deze thesis. De research method, de sample en de operationalisering van afhankelijke en onafhankelijke variabelen worden besproken. Hierna volgt het hoofdstuk dat de resultaten bespreekt van dit onderzoek. In dit hoofdstuk worden de hypothesen getoetst. Tenslotte volgt er een conclusie, die bestaat uit een algemene conclusie en een discussie, waarin uitgelegd welke bijdrage dit onderzoek levert, welke beperkingen dit onderzoek heeft en wat mogelijke suggesties zijn voor toekomstig onderzoek.

Hoofdstuk 2 Theoretisch kader

2.1 Inleiding

De hoofdvraag vormt de basis voor de theorie en deze moet gedeconstrueerd worden om vormte kunnen geven aan het theoretisch kader. De diverse aspecten uit de hoofdvraag moeten duidelijk zijn, om het onderzoek uit te kunnen voeren. Wat is digitale distributie? Wat zijn video games? Welke rollen kunnen gebruikers eigenlijk spelen in hun omgang met de media? Deze en allerlei andere aspecten worden behandeld in het onderstaande theoretisch kader.

Allereerst is het nodig om het centrale onderwerp van dit onderzoek te verhelderen: de digitale distributie van video games. Om digitale ofwel online distributie van video games beter te begrijpen, moet dit concept eerst gedeconstrueerd worden. Het moet primair duidelijk zijn wat verstaan wordt onder video games. Vervolgens wordt uitgelegd wat distributie in het algemeen inhoudt, maar dit wordt vrijwel direct beschouwd in het licht van de video gamesindustrie. Wanneer het concept van digitale distributie belicht wordt, komt ook een andere vorm van digitale distributie aan het licht, namelijk illegale digitale distributie (online piraterij). Deze twee vormen van online distributie, zowel legaal als illegaal, zullen vervolgens vergeleken worden in hun technologische en sociale verschillen en overeenkomsten.

In het tweede deel van het theoretisch kader wordt de vraagkant, of wel, de gebruiker, van video games, belicht. De theorie die hiervoor een belangrijk hulpmiddel vormt, is de eerder genoemde *uses & gratifications* theorie (U&G). Shao (2009) heeft de diverse vormen van gebruik aan de hand van de U&G theorie uitgelegd, maar heeft deze theorie toegespitst op zogenaamde "user-generated media" (UGM). Wat dat zijn en hoe video games kunnen vallen binnen deze theorie, moet eerst helder zijn voordat de overstap naar de drie vormen van gebruik kan worden gemaakt. Hierna worden de drie vormen van gebruik uitgelegd, namelijk consumptie, participatie en productie. Achter deze vormen van gebruik gaan volgens Shao (2009) diverse motieven schuil. Echter, de U&G theorie van Shao (2009) is niet alomvattend en laat bepaalde aspecten achterwege die keuze van gebruiker ook beïnvloeden. Een theorie, die dergelijke aspecten, wel behandelt, is de *Social Shaping of Technology* (SST) benadering, ook wel aangeduid als de *Social Construction of Technology* (SCOT) benadering. De inhoud van de SST benadering wordt uitgelegd en vervolgens zal blijken wat het kan zijn dat de gebruiker beïnvloedt om een mediaproduct op een bepaalde manier te gebruiken.

2.2 DEEL I - Digitale distributie van video games

2.2.1 Video games

Wanneer gesproken wordt over de online of digitale distributie van video games, is het nodig om een stap terug te doen en de vraag te stellen: wat is een video game? Zackariasson en Wilson (2012) hebben diezelfde vraag gesteld. De auteurs hebben zowel een kort als een lang antwoord op deze vraag naar voren geschoven. Het korte antwoord is volgens hen: "... a specific kind of digital entertainment in which the gamer interacts with a digital interface and is faced with challenges of various kinds, depending on the plot of the game." (Zackariasson & Wilson, 2012, p. 5). Een videospel is dus een digitale interactie, waarin de speler voor verschillende uitdagingen komt te staan. Die uitdagingen zijn afhankelijk van het verloop van het verhaal. Zackariasson en Wilson (2012) hebben Juul (2005) aangehaald om deze algemene definitie van een spel uit te leggen. Volgens Juul (2005) hebben spellen regels, diverse uitkomsten die zowel positief als negatief kunnen zijn, afhankelijk van de moeite die een speler steekt in het spel. De speler is vervolgens blij met of teleurgesteld in de uitkomst van het spel (Juul, 2005).

Zackariasson en Wilson (2012) hebben ook een langer antwoord gegeven op de vraag wat video games eigenlijk zijn. Zij hebben bepaald dat een video game bestaat uit drie essentiële elementen: "setting, sensory stimuli, and rules (Zackariasson & Wilson, 2012, p. 6)." De setting bestaat uit het genre en het plot van het spel, dat de auteurs hebben aangeduid als "overarching situational placement." (p.6), ofwel: de overkoepelende situatie waarin een video game is geplaatst. Een dergelijke overkoepelende situatie is bijvoorbeeld het genre. Zackariasson en Wilson (2012) noemen veertien algemene genres van video games: avontuur, vechten, first-persoon shooter, massively multiplayer online (role-playing) games (MMOGs of MMORPGs), platforms, puzzels, racen, retro, role-playing games, shoot 'em up, simulatie, sport, strategie en horror (Zackariasson & Wilson, 2012). Echter, het is niet eenvoudig te bepalen hoeveel genres exact bestaan in video games. Iedere website die spellen verkoopt, heeft zijn eigen aantal genres vastgesteld. Zo heeft het online distributieplatform Steam een lijst van tien genres (store.steampowered.com). Tevens is er niet een eenduidige manier om het genre van een spel te bepalen (Zackariasson & Wilson, 2012). Het genre is primair afhankelijk van het plot, aldus Zackariasson en Wilson (2012).

Naast de setting heeft een video game ook zogeheten *sensory stimuli*. Video games maken volgens Zackariasson en Wilson (2012) gebruik van drie van de vijf zintuigen: zicht, gehoor en gevoel. Video games stimuleren deze zintuigen op zowel diëgetisch als non-diëgetisch niveau – twee termen uit de filmtheorie (Zackariasson & Wilson, 2012). De diëgetische wereld is de wereld die in beeld is op het scherm, waarin personages verschijnen en waarin gebeurtenissen te zien en te horen zijn (Wolf, 2001). De non-diëgetische wereld van film is de wereld waarvan het personage zich niet bewust is, maar de kijker wel (Pramaggiore & Wallis, 2005). De diëgetische wereld in video games is specifiek aan een bepaalde actie. Die actie wordt ondernomen door de gamer. De non-diëgetische wereld is

bijvoorbeeld het geluid op de achtergrond, dat niet in beeld is. Deze stimuli hebben vooral betrekking op zicht en gehoor. De speler kan bijvoorbeeld gevoel ervaren doordat de controller van een console trilt, op het moment dat een speler wint of juist doodgaat (Zackariasson & Wilson, 2012).

Tenslotte hebben video games regels, zoals Juul (2005) ook al heeft aangegeven. Zackariasson en Wilson (2012) hebben gesteld dat regels het basismechanisme vormen voor een spel, waarbij causaliteit centraal staat: als dit gebeurt, dan is dat het resultaat. In de programmering en in de codering van een video game is rekening gehouden met een bepaalde actie en de consequentie daarvan (Zackariasson & Wilson, 2012). Een vrij standaard voorbeeld is de programmering dat een speler doodgaat als hij niet snel genoeg schiet op zijn tegenstander. Volgens Juul (2005) zorgen de regels van een video game ervoor dat de speler voor bepaalde uitdagingen komt te staan, die niet eenvoudig te overwinnen zijn. Juul (2005) heeft gewezen op een interessante paradox wat betreft regels: regels zijn niet ambigu en gemakkelijk in gebruik, maar eenvoudig bruikbare regels moeten leiden tot uitdagingen en problemen die niet eenvoudig zijn op te lossen (Juul, 2005).

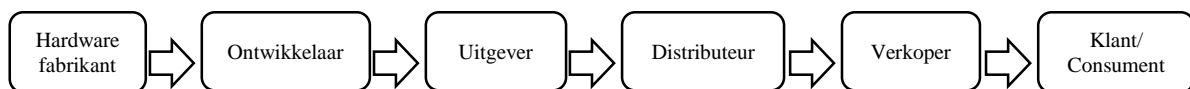
Video games kunnen in principe gespeeld worden op drie soorten platforms: game consoles, handheld video game systemen en computers (Williams, 2002). Consoles zijn apparaten als de Playstation (3 en 4), Xbox (One en 360) en Wii (U). Volgens de website VG Chartz (www.vgchartz.com), die de verkoopdata van video games publiekelijk maakt, bestaat de top tien van best verkochte spellen voornamelijk uit spellen voor game consoles. De eerste vijftien spellen in deze lijst zijn van Publisher Nintendo. Handheld video game apparaten, ofwel draagbare game consoles, bestaan zowel uit draagbare video game computers (onder andere de Playstation Vita, Nintendo 3DS), als smartphones, bijvoorbeeld iOS (Barczak & Wesley, 2010). Na consoles zijn handheld video games de best verkochte spellen (www.vgchartz.com). De spellen die gespeeld kunnen worden op een handheld console zijn eenvoudiger dan console spellen. Tenslotte kunnen video games gespeeld worden op de PC. Deze markt is kleiner dan de console- of handheldmarkt (Williams, 2002). In de Verenigde Staten is het console spel *Wii Sports* (Nintendo EAD et al., 2006) maar liefst 41,04 miljoen keer verkocht en is daarmee het meest verkochte spel allertijden, terwijl *The Sims* (Maxis & Wright, 2000) 11,22 miljoen keer verkocht is in de VS (www.vgchartz.com).

2.2.2 Digitale distributie in de waardeketen van de video gamesindustrie

Een waardeketen is een analytische constructie van een industrie. Uit die constructie is gebleken dat organisaties een variatie aan bronnen gebruiken die voor hen beschikbaar zijn. Daarmee hebben zij producten en/of diensten naar voren gebracht. Bedrijven hebben de bronnen gecombineerd die leiden tot meer verdiende waarde. Die extra waarde is winst. Dit is het basis idee van een waardeketen. Het is een keten van activiteiten die waarde opleveren voor die betrokken spelers (Kühn, 2008). Küng (2008) heeft de waardeketens van diverse media-industrieën in kaart gebracht, waaronder de boeken-, televisie- en filmindustrie. In zekere zin hebben deze waardeketens maar twee dezelfde stadia in hun

waardeketens: al deze industrieën bevatten het stadium van content creatie en het stadium van distributie. De stadia hiertussen verschillen weer per industrie. Zo heeft de boekenindustrie als tussenstadium bijvoorbeeld het publiceren van en printen van een boek, terwijl de televisie-industrie na het maken van de content enkel het stadium van programmering heeft in zijn waardeketen (Kühn, 2008).

Zackariasson en Wilson (2012) hebben geclaimd dat de waardeketen van de gamesindustrie – niet besproken door Kühn (2008) – ongeveer hetzelfde is als de waardeketen van andere media-industrieën. Volgens de auteurs is een vergelijking tussen de video gamesindustrie en 'oudere' media industrieën leerzaam. De waardeketen van de video gamesindustrie kan eerder beschouwd worden als een combinatie van die 'oudere' industrieën. De basisstadia in de waardeketen van de video gamesindustrie zijn als volgt: developer, publisher, distributeur, retailer, klant en consument. Zackariasson en Wilson (2012) betrekken nog drie andere spelers in de waardeketen van video gamesindustrie, namelijk de IP-eigenaren, platformeigenaren en hardware eigenaren. Deze participanten worden echter niet verklaard door de auteurs (Zackariasson & Wilson, 2012). Andere theoretici, bijvoorbeeld Egenfeldt-Nielsen et al. (2009) hebben tevens hardware fabrikanten in de structuur van de video gamesindustrie betrokken. De schema's van Zackariasson en Wilson (2012) en Egenfeldt-Nielsen et al. (2009) zijn in de onderstaande Afbeelding 2.1 samengevoegd:



Afbeelding 2.1 De waardeketen van de video gamesindustrie.

De hardware fabrikant is de speler in de waardeketen die consoles produceert (Egenfeldt-Nielsen et al., 2009). Zo is de Xbox One, de nieuwste gameconsole in de Xbox series, bedacht, ontwikkeld en geproduceerd door de multinational Microsoft. De developer is het bedrijf dat of de persoon die de video game ontwikkelt (Zackariasson & Wilson, 2012; Egenfeldt-Nielsen et al., 2009). Het idee is dat developers op twee manieren kunnen bestaan, namelijk als onafhankelijke, ofwel 'indie' developers of als commerciële, marktgeoriënteerde mainstream developers, die dikwijls ondergebracht zijn in een groot bedrijf. Toch is gebleken dat die scheiding wat betreft developers niet zo evident is als het lijkt; sommige commerciële mainstream bedrijven bieden kleinschalige onafhankelijke developers de mogelijkheid om spellen te ontwikkelen voor hen (Martin & Deuze, 2009). Die grote commerciële bedrijven zijn voornamelijk de derde partij in de waardeketen, namelijk de uitgever/publisher. Publishers kopen de projecten op, die 'in-house' of onafhankelijk ontwikkeld zijn. In de meeste media-industrieën is de publisher onder andere verantwoordelijk voor de montage, de eindontwikkeling en het eindontwerp (Kühn, 2008). In de video gamesindustrie heeft de publisher een gelijksoortige rol (Zackariasson & Wilson, 2012; Egenfeldt-Nielsen et al., 2009). Vervolgens komt de fase van distributie, maar die wordt pas in de volgende alinea besproken. De retailer verkoopt video

games, zowel in de winkel als online. Tenslotte schaft de consument/klant het product aan. Al deze sectoren zijn vaak nauw verbonden en dikwijls is er sprake van overlapping (Zackariasson & Wilson, 2012; Egenfeldt-Nielsen et al., 2009).

Distributie in nauwe zin is het proces van de verspreiding van content onder gebruikers (Hess & Matt, 2013). Fields (2010) heeft, wat betreft het proces van distributie, een onderscheid gemaakt tussen een traditioneel distributiemodel en een digitaal distributiemodel. Traditionele distributie heeft als grondslag dat de consument naar een winkel moest gaan en daar een spel in een doosje moest kopen. Echter, dergelijke transacties zijn nooit geheel vlekkeloos verlopen. Zo is het een probleem geweest voor retailers om te bepalen hoeveel kopieën van een video game zij moesten aanschaffen. Als de retailer te veel spellen heeft gekocht, dan heeft hij of zij verlies gemaakt. Als te weinig spellen zijn ingekocht, dan is de retailer klanten misgelopen. Daarnaast is het aankopen van fysieke producten een dure transactie geweest voor een retailer (Fields, 2010).

Dankzij de komst van breedband internet is een nieuwe mogelijkheid om video games te kunnen kopen en verkopen, ontstaan: digitale distributie (zie Afbeelding 2.2). Online digitale distributie is simpelweg het aanbieden van video games over het internet (Holmes, 2012). Door video games online te verspreiden is het eenvoudiger geworden voor de consument om een spel direct te bemachtigen. Daarnaast is digitale distributie voordelig voor de consument, omdat hij of zij de mogelijkheid heeft om direct feedback te geven aan de publisher en/of developer van het spel. Volgens Fields (2010) is, dankzij digitale distributie, de relatie tussen consument en developer verbeterd, omdat de developer informatie over zijn of haar consument kan ontvangen. Tevens is digitale distributie economisch gunstig voor de verkoper, omdat deze laatste geen risicovolle investeringen in kopieën hoeft te doen. De traditionele vorm van retail is verdwenen in het digitale distributiemodel (Fields, 2010).



Afbeelding 2.2 De voorpagina van het digitale distributieplatform Steam.

Digitale distributie is volgens Allen-Robertson (2013) ontstaan door het conflict tussen illegale – primair digitale – distributienetwerken en de rechthebbende spelers in de mediaindustrie. De digitale mediemarkt van tegenwoordig zou niet bestaan zonder alle innovaties die hackers deden op het gebied van illegaal downloaden, aldus Allen-Robertson (2013). Toch heeft digitale distributie het probleem van illegale netwerken zelf in de hand geholpen; illegale netwerken hebben zich altijd ontwikkeld door te reageren op de ontwikkelingen van digitale distributie. Allen-Robertson (2013) heeft deze ontwikkeling als volgt beschreven: "Together, the illicit and the formal markets have entered into a recursive relationship, each reacting to and feeding from one another; each side pushing the other to improve and develop in response to the threat the opposing side presents." (p. 188).

Digitale distributie van video games kan op diverse manieren voor komen. Deze manieren zijn gerelateerd aan de verschillende soorten video games. Zo heeft de console Xbox twee digitale distributieplatforms, waaronder *Xbox LIVE Indie Games* en *Xbox LIVE Arcade*. Via *Xbox LIVE Indie Games* kunnen kleine onafhankelijke game developers hun videospellen distribueren. De opbrengst van de spellen wordt gedeeld met Microsoft. *Xbox LIVE Arcade* is het distributieplatform voor zowel grote commerciële game developers als onafhankelijke developers. Om te kunnen via het *PlayStation Network* moet een game developer zich registreren als ontwikkelaar van Sony en bij *WiiWare* moet een game developer zich registreren bij Nintendo. Bij beide bedrijven deelt de game developer de opbrengst van het spel met Sony dan wel Nintendo. Naast console digital distributie bestaat ook desktop en mobiele (handheld) digitale distributie. Een voorbeeld van desktop digitale distributie is Steam die zowel onafhankelijk als afhankelijk ontwikkelde games distribueert. De onafhankelijke

game developer, die distribueert via Steam, moet een deel van de opbrengst delen met softwarebedrijf Valve. Voor mobiele digitale distributie zijn platforms als de App store beschikbaar (Iuppa et al, 2012).

De volgende vraag is hoe het idee van illegale distributie in dit proces past. Het is namelijk geen direct onderdeel van de waardeketen van de video gamesindustrie. Toch heeft digitale piraterij, wat illegale distributie heeft aangespoord, een plekje in de waardeketen (Kühn, 2008). Kühn (2008) heeft gesteld dat de filmindustrie steeds frequenter gebruik is gaan maken van digitale distributiekanaal waarop consumenten films kunnen kopen. Die digitale distributiekanaal hebben gefungeerd als een alternatief voor digitale piraterij. Kühn (2008) heeft verklaard dat digitale piraterij gezien kan worden als illegale distributie, omdat illegale distributieplatforms illegale kopieën online aanbieden. Hoewel de video gamesindustrie wel vergelijkbaar is, liggen de zaken toch net iets anders. Wat betreft video games, is namelijk niet direct sprake van een mediaproduct wat gekopieerd moet worden, maar een code die gekraakt moet worden. Video games zijn namelijk digitale producten die in principe enkel bestaan uit nullen en enen (Zackariasson & Wilson, 2012). Die codes moeten gekraakt worden en op bijvoorbeeld The Pirate Bay worden gezet. Computerspellen zijn eenvoudiger te kraken dan spellen voor de console, maar hackers slagen hier geregeld in (Hyman, 2006). Wat betreft het kopiëren van films en het kraken van video games, de eigenlijke activiteit is hetzelfde: in beide gevallen worden mediaproducten verveelvoudigd. Dat wordt weer door onder andere Stichting BREIN beschouwd als digitale piraterij (www.anti-piracy.nl).

2.2.3 Legale online distributie versus illegale online distributie

Legale en illegale online distributie hebben diverse overeenkomsten en diverse verschillen die zowel technologisch als sociaal van aard zijn. Wat betreft de technologische overeenkomsten en verschillen, verschillen legale en illegale online distributie op grond van het content distributiesysteem waarvan zij gebruik maken (Gareeb et al., 2013). Een legaal distributienetwerk als Steam maakt gebruik van het cliënt/server model om de video game content te distribueren (Chambers et al., 2005). Peer-to-Peer (P2P) wordt over het algemeen geassocieerd met de illegale routes van online distributie (Meng, 2012). Verder bieden zowel de legale online distributiesystemen als de illegale distributiesystemen spellen voor meerdere gaming platforms. Zo is het via de website van EA's Origin mogelijk om spellen te kopen voor zowel de console XboX 360 (www.origin.com), maar ook The Pirate Bay biedt torrent bestanden aan voor de XboX als wel de computer (pirateproxy.org). Daarnaast bieden sommige legale distributieplatforms, waaronder Steam, zogeheten 'mods', een afkorting voor 'computer game modification'. Gebruikers, die zulke 'mods' maken, worden 'modders' genoemd (Kücklich, 2005). Illegale distributieplatforms, bijvoorbeeld The Pirate Bay, bieden tevens zulke 'mods'.

Wat betreft het sociale aspect, bieden veel legale distributieplatforms een zogenoemde community. Zo heeft de Steam Community zijn eigen website (steamcommunity.com). Sommige illegale distributieplatforms bieden een dergelijke gemeenschap aan (isohunt.to). Daarnaast bieden legale distributieplatforms MMORPGs aan, terwijl illegale distributieplatforms dit over het algemeen niet aanbieden. Uit het onderstaande zal blijken dat het sociale verschil dat MMORPGs maken tussen legale en illegale distributieplatforms, technologisch in zijn grondslag is.

Ook bestaat nog een klein verschil tussen online legale en illegale distributiekanaalen van video games. Een video game, of elk andere vorm van media content, downloaden via een illegaal distributiekanaal, is gratis. The Pirate Bay heeft als ideologie dat de gratis flow van informatie de beste manier is om creativiteit en een vrije maatschappij te stimuleren door gratis toegankelijke informatie en media content aan te bieden (Allen-Robertson, 2012). Echter, diverse legale distributiesystemen, zoals Steam en GOG.com, bieden op hun website ook gratis video games aan.

Technologisch

Een belangrijk technologisch verschil tussen legale en illegale online distributiesystemen is dat de distributieplatforms technologisch anders functioneren. Het cliënt/server model en P2P liggen ten grondslag aan online distributiesystemen (Androutsellis-Theotokis & Spinellis, 2004). Voordat dit uitgelegd wordt, moet het eerst duidelijk zijn wat deze twee modellen zijn. Hoewel P2P frequent geassocieerd wordt met Napster en diens illegale distributie, is P2P file sharing niet per definitie illegaal. Het kan ervoor gebruikt worden, maar ook voor legale distributie. Een P2P systeem is een systeem dat gebruikers in staat stelt om content te leveren aan andere gebruikers (Miller, 2007).

Gebruikers, *peers* genoemd, communiceren met elkaar in een communicatienetwerk, dat ook wel het *underlay network* wordt genoemd. Het communicatienetwerk dat gebruikt wordt, is in dit onderzoek het internet. Idealiter hebben gebruikers allemaal dezelfde soort rol in een P2P netwerk. Een P2P systeem functioneert zonder centrale controlerende server. Daarom wordt een P2P netwerk ook wel als gedecentraliseerd aangeduid. Het netwerk organiseert zichzelf als het ware. Een peer beslist zelf wanneer en of hij of zij deelneemt aan het netwerk. Peers delen met en leveren aan elkaar een verzameling bestanden, bijvoorbeeld films of in dit geval video games (Aberer, 2011). De distributeur stelt de peer die een .torrent bestand online beschikbaar. Wanneer een persoon een video game wil downloaden, downloadt hij of zij het bestand. Vervolgens wordt het bestand geopend met een programma als *Vuze*. De peer, die het bestand nu download door middel van *Vuze* of *BitTorrent*, wordt ook wel een *leecher* genoemd. Een peer die een bestand uploadt, wordt een *seeder* genoemd (Kesidis, 2011). Uploaden is in de meeste landen illegaal (www.anti-piracy.nl).

Het cliënt/server model, dat in de jaren negentig opgekomen is, functioneert iets anders dan het P2P systeem. Van origine is het cliënt/server systeem beschouwd als een platform voor distributie (Allen-Robertson, 2012). Dit systeem is in principe ietwat eenvoudiger uit te leggen dan P2P. Het leveren van content aan gebruikers, het onderhouden van de werking van video games en dergelijke –

ofwel, de data management – wordt geregeld vanuit één of meerdere centrale servers. De distributeur onderhoudt de gecentraliseerde server en de gebruiker is in dit systeem de *client* (Özsu & Valduriez, 2011). Legale online distributieplatforms voor video games, bijvoorbeeld Steam, maakt vooral gebruik van het client/server model (Harris et al., 2003). Het cliënt/server model is erg ingewikkeld, zowel voor de gebruikers als het bedrijf dat gebruik maakt van de technologie (Windsor et al., 1999).

Eén van de belangrijkste verschillen tussen legale en illegale digitale distributie betreft dus het technologische onderliggende model waarmee de platforms content distribueren. Wat betreft overeenkomsten, hebben illegale en legale online distributie ook een aantal technologische aspecten gemeen. Zo bieden zowel legale distributieplatforms als illegale distributieplatforms van video games spellen voor meerdere platforms en diverse genres aan. Wat betreft het type platforms voor video games, bieden de meeste illegale digitale distributieplatforms spellen voor elk type video game, al dan niet voor de ene console en wel voor de andere. Wat betreft de genres, bieden de meeste legale distributieplatforms een variatie aan genres. Niet elk legaal of illegaal online distributieplatform concretiseert zijn genres. Deze informatie is beschikbaar via de websites van de legale en illegale distributieplatforms die hierboven genoemd zijn. Om een illegaal gedownload Xbox spel echter te laten functioneren, moeten de consoles zelf gehackt worden. Dit gebeurt primair aan de hand van een speciale zogeheten 'mod chip' die in de console geplaatst wordt. Tegenwoordig zijn zulke chips zelfs niet meer nodig en kunnen de consoles 'soft-hacked' worden; hacken zonder chip (Karaganis, 2011).

Naast het soort video games, bieden legale en illegale distributieplatforms ook beiden zogeheten *add-ons* of *mods* aan. *Add-ons* zijn modificaties gemaakt in een videospel, ook wel 'mods' genoemd. *Add-ons* kunnen variëren en de fan-programmeurs van deze modificaties worden op diverse manieren gedefinieerd (Postigo, 2007). Volgens Postigo (2007) bestaan fan-programmeurs uit *modders*, *mappers* en *skinners*. *Modders* zijn programmeurs die het uiterlijk van de fysieke virtuele wereld kunnen veranderen, waardoor het verhaal en het spel verandert. *Mappers* zijn programmeurs die nieuwe levels en kaarten ontwerpen voor een videospel. *Skinners* tenslotte zijn programmeurs die nieuwe personages, wapens en andere gereedschappen maken die spelers kunnen gebruiken in de virtuele wereld (Postigo, 2007). Steam heeft bijvoorbeeld een spel gedistribueerd dat een grote aantrekkingskracht op 'modders' heeft, namelijk *Counter-Strike* (Valve Corporation et al., 1999) (Sihvonen, 2011).

Een andere technologische verschil, wat eveneens ook fungeert als een technologische overeenkomst, is al dan niet de implementatie van Digital Rights Management. DRM is een technologie die door publishers geïnstalleerd wordt in een spel, zodat het gebruik van de digitale content gelimiteerd wordt. Die limitatie slaat in beginsel op het elimineren van digitale piraterij van een spel door ongeautoriseerd kopiëren van de media content te beperken (Azad et al., 2010). Zo is Valve's Steam een legaal distributieplatform, aangestuurd door DRM. Dergelijke legale distributieplatforms pogen piraterij te limiteren door online registratie te eisen. De gebruiker koopt een

licentie van een video game en moet dit installeren op een computer die bij Steam bekend is (Dann & Dann, 2011).

DRM is thans geen populaire toepassing, omdat het eerlijk gebruik beperkt en het een voorbeeld is van de manier waarop mediabedrijven hun consumenten misbruiken, zo claimen consumenten zelf (Newman, 2008). Volgens Newman (2008) is dit de primaire reden waarom video games gehackt worden. Illegale distributieplatforms bieden enkel DRM-vrije spellen, wat inhoudt dat een kopie van een spel gekraakt is door een hacker (Darroch, 2012). Sommige legale distributieplatforms bieden ook DRM-vrije spellen. Zo zegt het distributieplatform GoG.com: "DRM, also called copy protection, tries to control you and your games. We don't believe in that – all of the games on GOG.com come without any DRM at all (www.gog.com)!" Hoewel publishers als EA en zijn legale distributieplatform Origin sterk bekritiseerd worden vanwege hun gebruik van DRM, claimt de executieve Vice President EA Mobile, voormalige president van EA Labels, Frank Gibeau in een interview met *GamesIndustry International* (Brightman, 2013) dat DRM geen rol speelt in de ontwikkeling van spellen zoals *SimCity* (Maxis et al., 2013).

Sociaal

Legale en illegale distributieplatforms van video games verschillen ook in sociaal opzicht van elkaar. Dit onderscheid is echter niet zo vaststaand als de technologische verschillen. Het is namelijk zo dat beide distributieplatforms zogeheten 'online communities' aanbieden (Choi & Perez, 2007; Dann & Dann, 2011). Een community is een groep mensen die een gezamenlijk interesse of ervaring delen. Communities bestaan zowel op macroniveau – de gemeenschap waarin iemand lid van is door externe aspect van het dagelijks leven, bijvoorbeeld de Nederlandse gemeenschap – en op microniveau – de gemeenschap waar iemand voor kiest om lid van te zijn. Gaming communities zijn micro-communities. Een gaming community heeft onder andere als primaire doel om de voortgang van spellen te delen. The Pirate Bay heeft ook een community, maar deze wordt niet beschouwd als een gaming community. Het primaire doel van een community van bijvoorbeeld The Pirate Bay heeft betrekking op handelen in bepaalde producten en het functioneren van bepaalde markten (Murray, 2007).

In de praktijk lijkt dit verschil zich ook te manifesteren: de BitTorrent website IsoHunt biedt aan dat de gebruiker torrents kan downloaden of zich kan aansluiten bij een community van uploaders (isohunt.to). IsoHunt biedt geen community voor gamers aan. Uit onderzoek van Choi en Perez (2007) blijkt dat online communities van illegale distributieplatforms, laten zien waar een markt ligt. Piraterij communities bestaan voornamelijk uit hackers die bijvoorbeeld video games pogen te kraken en dat wordt gestimuleerd in zulke communities (Choi & Perez, 2007). Green Man Gaming (GMG), een legaal distributieplatform, biedt daarentegen de gebruiker de mogelijkheid een geheel eigen profiel op te zetten door middel van Playfire, een sociaal netwerk voor gamers (forums.playfire.com/gmg). Legale online distributieplatforms, zoals GMG, bieden een uitgebreid community netwerk, waarin

spelers in contact worden gebracht met elkaar en bijvoorbeeld content creëren en delen. Met een dergelijke community pogen legale distributienetwerken de user-generated content – wat later nog verklaard zal worden – onder gebruikers te stimuleren en te ondersteunen. Daarnaast stimuleren legale distributieplatforms sociale interactie tussen gamers door bijvoorbeeld gamers de mogelijkheid te geven om direct met elkaar te praten als ze een spel spelen (Dann & Dann, 2011).

Naast het verschil dat legale online distributiesystemen wel online gaming communities bieden en illegale niet, is er nog een belangrijk sociaal verschil te typeren, wat tevens beschouwd kan worden als een technologisch verschil. Legale distributieplatforms bieden namelijk zogeheten massively multiplayer online (role-playing) games (MMOs or MMORPGs) aan. MMOs zijn online video games waarin twee of meerdere spelers, die over de hele wereld gelokaliseerd zijn, tegelijkertijd kunnen spelen, zolang zij maar een internetverbinding hebben (Zhong, 2011). Deze spellen worden vaak bestudeerd in hun relatie tot sociale interactie (Ducheneaut & Moore, 2004; Steinkuehler & Williams, 2006; Cole & Griffiths, 2007; Barnett & Coulson, 2010; Zhong, 2011) Uit onderzoek van Helena Cole en Mark D. Griffiths (2007) blijkt dat MMORPGs zeer sociale spellen zijn en dat spelers vrienden maken die zij in het echte leven niet hadden gemaakt, onder andere vanwege onzekerheden over hun uiterlijk, gender, seksualiteit en/of leeftijd. Daarnaast vragen MMORPGs om teamwork en aanmoediging (Cole & Griffiths, 2007).



Afbeelding 2.3 Final Fantasy XIV: A Realm Reborn als MMORPG.

Dit is het sociale aspect van MMOs, maar het is de technologische ondergrond van dergelijke spellen die verschil maken bij legale en illegale distributie. MMOs functioneren namelijk op grond van een client/server systeem, hetzelfde systeem waarvan legale distributieplatforms gebruik maken. MMOs bestaan uit een zogeheten "Client Software", waarmee de speler een applicatie installeert die ervoor zorgt dat hij of zij kan communiceren met de server via het internet. Daarnaast bestaat een MMO uit een "Server Software", waarmee de game operator (de developer of publisher) de voortgang van spelers in het spel in de gaten kan houden. Daarnaast zijn MMOs per definitie

gebaseerd op een account: de speler moet zich registreren (Landy, 2008). Omdat spelers zich moeten registreren en omdat het spel niet kan functioneren zonder server, zijn ze, volgens Landy (2008), vrijwel resistent tegen piraterij. Echter, Landy (2008) geeft aan dat, ondanks alle mogelijke vormen van beveiliging, hackers soms slagen om een alternatieve onbetaalde server aan te bieden. Dit komt echter niet vaak voor (Landy, 2008). Illegale distributieplatforms zullen daarom niet snel MMOs aanbieden.

2.3 DEEL II – UGM, U&G, SST, SCOT: de rollen, behoeften en keuzes van gebruikers

2.3.1 De rollen van gebruikers: user-generated media

De rol van gebruikers van video games is niet specifiek gestipuleerd voor video games in voorgaand theoretisch onderzoek. Ze kan begrepen worden door haar relatie met media te bestuderen. Volgens Jenkins (2004) is sprake van 'media convergence'. Media zijn onderling gaan samenwerken en samenvloeien waardoor de relatie tussen technologieën, industrieën, markten en ook gebruikers is veranderd (Jenkins, 2004). Deuze (2007) bespreekt Jenkins' (2004) typering van de convergentiecultuur van de media. In de hedendaagse mediaomgeving, zijn gebruikers steeds meer samenwerkende producenten van media content. Daarnaast zorgen nieuwe media ervoor dat gebruikers steeds meer een eigen, persoonlijke omgeving krijgen waarin de gebruiker bepaalt wat hij of zij kijkt, hoort, doet of juist niet doet (Deuze, 2007). Deuze (2007) stelt:

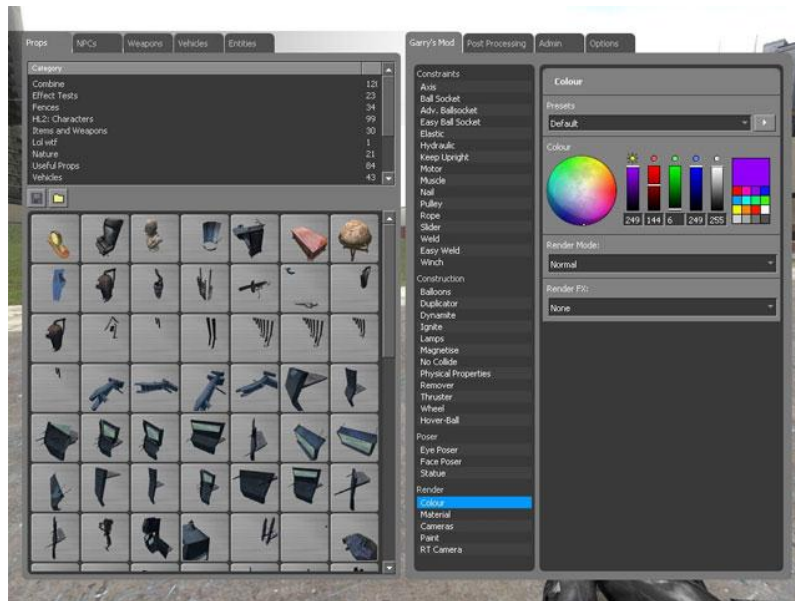
"Participatory media production and individualized media consumption are two different yet co-constituent trends typifying an emerging media ecology – an environment where consuming media increasingly includes some kind of producing media, and where our media behavior always seems to involve some level of participation, co-creation and collaboration, depending on the degree of openness or closedness of the media involved." (p. 247).

Wat Deuze (2007) dus eigenlijk zegt is dat de gebruikers in de mediaomgeving tegenwoordig zowel consumenten zijn waarbij zij hun eigen omgeving bepalen, maar ook participeren en produceren, afhankelijk van de openheid van de media. Jenkins (2006) claimt wel dat mediabedrijven nog altijd meer macht hebben dan consumenten, maar sommige consumenten zijn beter in staat om te participeren dan anderen.

De nieuwe mediaomgeving, zoals beschreven door Deuze (2007), zorgt er dus voor dat de rol van de gebruiker verandert. De rollen die gebruikers kunnen hebben, lijken aan te sluiten op de rollen die gebruikers innemen omtrent user-generated media (UGM) (Shao, 2009). Voordat die rollen

uiteengezet worden, moet het eerst helder zijn wat UGM zijn en waarom video games vallen onder deze definitie. User-generated content (UGC) zijn data die gebruikers plaatsen op het internet, die publiekelijk beschikbaar zijn voor anderen, die een bepaalde mate van creativiteit met zich meebrengt en die gecreëerd is buiten de professionele routines of praktijken (Shao, 2009; Moens, et al., 2014). User-generated media (UGM) zijn logischerwijs de media waarop die datapublicatie plaatsvindt (Shao, 2009). Wat er precies bedoeld wordt met professionele routines of praktijken, is betwistbaar (Van Dijk, 2009), maar omdat veel games geproduceerd worden door professionele developers, bijvoorbeeld EA, is het in eerste instantie wellicht ietwat merkwaardig om video games te beschouwen als UGM. Echter, een video game is wellicht geprogrammeerd in een professionele praktijk, maar de content van sommige video games wordt niet bepaald door de programmering. Wat betreft video games en user-generated content (UGC), heeft Collins (2014) een heldere definitie gegeven: "... the objects, actions, and sounds that occur in a virtual space that are contributed by players and were not predefined (i.e., preprogrammed or prescribed) by the space." (p. 342).

Een goed voorbeeld is het eerdergenoemde spel *The Sims 3* (The Sims Studio, 2009). De gebruikers van *The Sims 3* kunnen in het spel een geheel eigen huis bouwen en eigen personages creëren door alles volledig aan te passen zoals de gebruiker het wil zien. Het gebouwde huis of de gecreëerde familie, waarin de gebruiker een zekere mate van creativiteit heeft gestoken, kan hij of zij delen op de website van *The Sims* via de zogeheten "Sims Exchange" (www.thesims.com). Deze objecten zijn publiekelijk beschikbaar voor iedereen die *The Sims 3* speelt. Sihvonen (2011) heeft dergelijke objecten, geproduceerd door gebruikers en niet door de industrie, beschouwd als user-created content (UCC). UCC en UGC worden over het algemeen in één adem gebruikt en duiden op hetzelfde (Tuten, 2008). Een extremer voorbeeld is het zogeheten *Garry's Mod*, Afbeelding 2.4 (Facepunch Studios & Newman, 2004), waarin spelers de volledige vrijheid krijgen om te creëren wat zij willen (www.garrymod.com). Eén onafhankelijke gamedeveloper, genaamd Bad King Urgrain, heeft in 2010 een spel gemaakt door middel van *Garry's Mod* en dit online gedeeld met anderen, genaamd *Trouble in Terrorist Town*.



Afbeelding 2.4 Video games modificaties in *Garry's Mod*.

Shao (2009) heeft op basis van kwalitatief onderzoek uitspraken gedaan over de diverse vormen van gebruik van UGM. Het gebruik van UGM kan op drie manieren voorkomen, aldus Shao (2009): "... by consuming, by participating, and by producing." (p.9). Hoewel deze manieren om UGM te gebruiken individueel beschouwd kunnen worden, zijn ze niet per definitie enkel los van elkaar te beschouwen. Het is dus niet zo dat een consumerende gebruiker tegelijkertijd geen participerende gebruiker kan zijn. De vormen van gebruik sluiten elkaar niet uit (Shao, 2009). Verder is het zo dat deze vormen van gebruik niet enkel gebonden zijn aan UGM. Uit het idee van Deuze (2007) aangaande de participerende media productie en geïndividualiseerde media consumptie blijkt dat participatie, productie, maar ook (geïndividualiseerde media) consumptie gebonden is aan de openheid van het medium. Shao (2009) heeft dit ondersteund door te bevestigen dat het gebruik van UGM overeenkomstig het gebruik van traditionele media en entertainment is.

Shao (2009) heeft consumptie, participatie en productie gerelateerd aan de zogenoemde *uses & gratifications theory* (U&G). De U&G poogt te verklaren dat mensen bepaalde motieven hebben voor hun gedrag en probeert de consequenties te identificeren die het resultaat zijn van bepaalde motieven en gedrag (Shao, 2009). Volgens Rosengren (1974) stelt het U&G paradigma dat de verschillende manieren om media te onsumeren het resultaat zijn van verschillende motieven die ten grondslag liggen aan het zoeken van bepaalde voldoening. Die motieven om bepaalde voldoening te halen uit media, zijn het resultaat van bepaalde menselijke behoeften die per individu verschillen, verschillende individuele kenmerken als leeftijd, geslacht, afkomst en dergelijke, en de wijzen waarop media gestructureerd zijn in de maatschappij (Rosengren, 1974). Kortom: het type gebruiker, die bepaalde basisbehoeften en individuele kenmerken heeft, en de maatschappij waarin een medium zich ontwikkeld, beïnvloeden het gebruik. Shao (2009) bouwt hierop voort door de drie typen gebruikers te

relateren aan een specifiek gebruik en dat dat gebruik weer te relateren is aan bepaalde behoeften. Hieronder worden die typen gebruikers en de daarbij behorende behoeften uitgewerkt.

Een gebruiker kan een medium op de eerste plaats simpelweg consumeren, door bijvoorbeeld een video game te kopen en dit te spelen, of om een filmpje dat iemand op YouTube heeft geplaatst, te bekijken, enzovoort (Shao, 2009). Hierdoor voldoen media aan behoefte van gebruikers, bijvoorbeeld de behoefte aan entertainment of de behoefte aan informatie zoeken. De behoefte aan informatie wil zeggen dat gebruikers de behoefte hebben om hun bewustzijn en kennis over zichzelf, anderen en de wereld te begrijpen, aldus Shao (2009). De behoefte aan entertainment houdt onder andere in dat gebruikers de behoefte hebben om te ontsnappen aan problemen, te ontspannen, esthetisch plezier te beleven, tijd op te vullen en emotionele en seksuele opwinding te stimuleren (Shao, 2009).

Een gebruiker kan in de tweede plaats participeren in een medium. Participatie is meer dan alleen consumeren; een participant wil omgaan met de content van een medium waardoor een zekere mate van interactiviteit tussen gebruiker en tussen content en gebruikers plaats vindt (Shao, 2009). Interactiviteit heeft Ruggiero (2000) gedefinieerd als de mate waarin gebruikers in een communicatieproces de controle hebben over wat hen geboden wordt en de onderlinge uitwisseling van acties daarmee. Voorbeelden van interactiviteit zijn de mate waarin een medium reageert op de acties van gebruikers, de mate waarin gebruikers informatie kunnen toevoegen en de mate waarin een medium onderlinge persoonlijke interactie tussen gebruikers toestaat. Mensen hebben namelijk de behoefte aan sociale interactie, zodat ze niet geïsoleerd, eenzaam of depressief worden. Iemand participeert met daarnaast mediacontent, bijvoorbeeld omdat hij of zij de behoefte heeft om mensen met dezelfde soort interesses te vinden en gevoel van verbondenheid te creëren in een soort community (Shao, 2009).

Tenslotte kan een gebruiker omgaan met een nieuw medium in de vorm van productie. Een gebruiker kan zelf content produceren voor bijvoorbeeld een video game. Dit doet een gebruiker bijvoorbeeld omdat hij of zij de behoefte heeft om zichzelf uit te drukken of om vorm te geven aan zijn of haar eigen identiteit en persoonlijkheid (Shao, 2009). Volgens Shao (2009) hebben sommige mediagebruikers de behoefte om hun eigen persoonlijkheid op een bepaalde manier te presenteren aan anderen, maar ook de behoefte om erkenning of faam te krijgen voor hun werk.

Hoe zit het met die drie typen gebruik in video games? De consumptie van video games kan beschouwd worden als het gebruiken van een dynamisch game systeem. In principe is dat gebruik simpelweg het spelen van een video game (Crawford, 2012). Shao (2009) beschouwt consumptie van UGM als het kijken en/of lezen van content gemaakt door anderen. Video games worden, zoals Crawford (2011) zegt, gespeeld en de content is gemaakt door game developers. Shao (2009) beschouwt participatie in UGM als interactie met de inhoud – bijv. het beoordelen van content, het opslaan als favoriet, delen met andere gebruikers, commentaar geven op de content, etc. – en met andere gebruikers van de content – interactie tussen gebruikers van de content via bijvoorbeeld virtuele communities. Wat betreft video games, afhankelijk van hoe open ze staan voor interactie met

content en gebruikers, kunnen gebruikers participeren bijvoorbeeld door tijdens het spelen met elkaar te communiceren in een Massive Multiplayer Online Role-Playing Game (MMORPG). Het spelen van video games is in essentie een sociale ervaring en MMORPGs zijn daarvan een goed voorbeeld (Ang & Zaphiris, 2010). Het derde type gebruik is productie, waarbij gebruikers hun eigen content creëren en publiceren en deze delen via UGM (Shao, 2009). Wat betreft video games, bieden spellen als *Half-Life* (Valve Software, 1998) een platform voor gamers om content te produceren. Het eerder genoemde *Counter-Strike* is een modificatie geproduceerd door twee spelers die gefrustreerd waren met de gameplay (Deuze, 2007).

De vraag is op welke manieren digitale distributiesystemen van video games de door Shao (2009) genoemde vormen van gebruik eigenlijk toestaan. Consumptie wordt gefaciliteerd doordat gebruikers een digitaal distributieplatform kunnen bezoeken en daar hun video games kunnen aanschaffen en via het distributieplatform het spel kunnen spelen. Zoals eerder is aangegeven, hebben video games diverse genres en kunnen ze op verschillende soorten consoles gespeeld worden. Een consument kan via UPlay (uplay.ubi.com) video games voor twaalf verschillende soorten platforms aanschaffen, waaronder de PC, de Playstation en de iPad. Daarnaast kunnen spelers via Steam (store.steampowered.com), naast single-player spellen, kiezen voor MMOs, maar ook add-ons en demo's. Tevens hebben ze de mogelijkheid om enkel spellen van onafhankelijke developers aan te schaffen. Hoewel de meeste van deze type video games wel beschikbaar zijn via illegale distributieplatforms, zijn, als gezegd, MMOs en andere multiplayer video games niet zo eenvoudig beschikbaar via illegale platforms.

Participatie wordt ook op allerlei manieren toegestaan door online distributieplatforms voor video games. Zo hebben Steam, Origin en andere online platforms zogeheten "communities", die al dan niet gerelateerd zijn aan één enkel spel of spellenreeks. De community van Steam is bereikbaar via een forum waarop gamers spellen en andere gerelateerde zaken kunnen bespreken (steamcommunity.com). Steam beweert zelf het volgende te leveren aan de leden van de community, wat gerelateerd is aan Shao's (2009) idee van participatie: "Ontmoet nieuwe mensen, sluit je aan bij spelgroepen, richt clans op, chat terwijl je speelt en meer! Met meer dan 40 miljoen potentiële vrienden (of vijanden) komt er geen eind aan de pret" (store.steampowered.com/about). Een *The Sims* speler kan met andere spelers communiceren via het forum van het spel (www.thesims3.com), maar kan zich enkel registreren voor dit forum via Origin en een origineel serienummer. The Pirate Bay en andere illegale distributieplatforms bieden dit soort mogelijkheden ook, maar participatie wordt niet gestimuleerd op dezelfde manier. Een account aanmaken, waarmee gebruikers via legale platforms tevens direct toegang krijgen tot de community, is niet verplicht.

Diverse online distributiesystemen van video games staan naast consumptie en participatie ook productie toe. Steam heeft bijvoorbeeld het systeem Greenlight, waarmee spelers, die video games (willen) ontwerpen, informatie, screenshots en video's kunnen plaatsen op Steam. Steam geeft aan developers te ondersteunen tijdens de ontwikkelingsfase (steamcommunity.com). Postigo (2007) stelt

dat Steam een platform is waarop fan-programmeurs een grote potentie hebben om hun spellen, maar ook hun modificaties (mods, maps en skins), te ontwikkelen. Via de zogeheten "exchange" van *The Sims 3* (www.thesims3.com/exchange), die gerelateerd is aan Origin, kunnen spelers van *The Sims 3* hun zelfgemaakte in-game objecten delen, zoals meubels, huizen en families. Illegale distributieplatforms, tenminste het systeem van BitTorrent dat aan de meeste ten grondslag ligt, zijn opgericht met het idee dat onafhankelijke artiesten (bijvoorbeeld video game developers als filmmakers), via een illegaal platform naam kunnen maken voor hen zelf. Onafhankelijke artiesten hebben niet perse de financiële mogelijkheden om hun video games aan de man te brengen en via een illegaal platform hoeven zij niet te betalen (Allen-Robertson, 2013).

2.3.2 De keuzes van gebruikers: Social Shaping of Technology & Social Construction of Technology

De keuzes die de diverse soorten gebruikers maken, wat betreft legale en illegale distributiekanaal, kunnen beschouwd worden in een bredere context. Een theorie die de keuzes van gebruikers van technologieën poogt te begrijpen, is de zogenoemde *Social Shaping of Technology* (SST) theorie (MacKenzie & Wajcman, 1985; Williams & Edge, 1996). Volgens Williams en Edge (1996) is de SST theorie opgekomen als kritiek op het technologisch determinisme. De SST verklaart dat technologie zich niet puur ontwikkelt door technische logica, maar dat ze zich ontwikkelt door sociale invloeden op de creatie en het gebruik ervan. Eén concept staat centraal binnen de SST benadering: keuzes. De keuzes die worden gemaakt rondom het ontwerp en het doel van een technologie, beïnvloeden de keuzes die sociale groepen maken wat betreft het gebruik van de technologie, aldus Williams & Edge (1996). Het vormen van een technologie is thans geen eenrichtingsverkeer; bepaalde sociale groepen beïnvloeden andersom ook de vorm van een technologie en daarmee de mogelijke verschillende soorten eindresultaten wat betreft de technologie (Williams & Edge, 1996).

Het bovenstaande klinkt allemaal nog ietwat abstract. Wat zegt de SST theorie nu eigenlijk? De SST benadering gaat in principe ervan uit dat de relevante groepen, waaronder gebruikers, maar ook bedrijven, bepaalde keuzes maakt die een technologie beïnvloeden in zowel het ontwerp als het gebruik ervan. Die keuzes worden, volgens SST theoretici, niet gemaakt op basis van rationaliteit, maar op basis van 'negotiability' ofwel de mogelijkheid tot overleg. Dat wil zeggen dat meerdere mogelijke keuzes bestaan in het kiezen voor een bepaalde technologie. De relevante groep zet die keuzes tegen elkaar af en komt dan tot zijn besluit om de technologie op een bepaalde wijze te gebruiken of te ontwerpen. Dit leidt tot verschillende relaties die gebruikers kunnen hebben met een technologie en dus verschillende technologische routes die weer leiden tot verschillende uitkomsten (Mosemghdlishvili & Jansz, 2013).

Onder de brede SST benadering valt de *Social Construction of Technology* (SCOT) (Pinch & Bijker, 1984; Williams & Edge, 1996). Net als de SST benadering ziet de SCOT benadering een

multi-directionele werking, waarin technologie sociaal gevormd wordt (Pinch & Bijker, 1984; Bijker, 2010). Bijker (2010) beschrijft dat in de analyse van een technologie en diens sociale constructie drie onderzoeksstappen nodig zijn. In de eerste plaats is het zaak te kijken naar de relevante sociale groep en 'interpretatieve flexibiliteit'. Sociale groepen zijn volgens Bijker (2010) belangrijk voor een technologie wanneer ze bijdragen aan de betekenis van die technologie. Daarbij is 'interpretatieve flexibiliteit' van belang: technologie staat open voor meerdere interpretaties (Pinch & Bijker, 1984). Op een gegeven moment zwakt die interpretatieve flexibiliteit af, omdat bepaalde technologieën gaan domineren over andere. Dat leidt tot de tweede onderzoeksstap: 'closure' en 'stabilisatie' moeten worden bestudeerd. Stabilisatie houdt in dat interpretaties worden samengevoegd en dat hun evenwichtigheid leidt tot een uniform idee rondom de technologie. 'Closure' is het eindpunt van die stabilisatie. De derde onderzoeksstap is om de eerste twee stappen te plaatsen in een breder theoretisch kader: waarom is de ontwikkeling van een technologie zo gegaan en niet zo? Bijker (2010) noemt dit een technologisch frame. Zo'n raamwerk structureert de interacties, het denken, de keuzes en het handelen van en tussen de leden van een relevante sociale groep (Bijker, 2010).

Wat dus van belang is bij zowel de SST benadering als de SCOT theorie is een relevante sociale groep en diens handelen, gebruik en interpretaties. Williams en Edge (1996) noemen een voorbeeld van interpretatieve flexibiliteit, dat in dit onderzoek belangrijk is, namelijk het idee van keuze. De auteurs stellen: "The possibilities of 'interpretative flexibility' (i.e. of 'choice') seem endless ." (p. 870). De verschillende keuzes die gebruikers maken, leiden tot verschillende manieren om een technologie te gebruiken. Die keuzes zijn afhankelijk van diverse omstandigheden. Eén van die omstandigheden is hierboven in zekere zin al uitgelegd: de relevante sociale groep. Sociale achtergrond bepaalt de wijze waarop relevante sociale groepen een technologie interpreteren (Bijker, 2010). Andere relevante omstandigheden zijn onder andere het idee van 'machtsongelijkheid' en het concept van "irreversibly foreclosed choices" (Mosemghdlishvili & Jansz, 2013, p. 1599). Deze drie omstandigheden worden hier onder uitgelegd.

Als gezegd bepaalt dus onder andere de sociale achtergrond van een gebruiker een rol in diens omgang met de technologie. Bijker (2010) geeft als voorbeeld de gewone fiets en de relevante sociale groepen, waaronder de fietsproducenten, atletische fietsgebruikers, vrouwelijke fietsers en mensen die niet van fietsen houden. Machtsongelijkheid beïnvloedt de keuze, omdat bijvoorbeeld gebruikers niet gelijke macht of gelijke toegang tot bepaalde technologieën hebben. Machtsongelijkheid is ook terug te zien in de verschuiving van macht van de grote ontwikkelaars naar de amateurs. Dit slaat op de door Jenkins (2006) genoemde "participatory culture (p. 3)". Mosemghdlishvili en Jansz (2013) noemen dit "extrinsic participation (p. 1601)." Dat houdt in dat gebruikers hun eigen software kunnen creëren en zo iets nieuws introduceren waar grote bedrijven niet perse controle over hebben. De 'irreversibly foreclosed choices' zijn keuzes die gebruikers maken rondom technologieën, die beïnvloed zijn door eerdere keuzes betreffende voorlopers van die technologie. Dit suggereert dat, wat betreft het maken van keuzes door gebruikers, ook limitaties aanwezig zijn (Mosemghdlishvili & Jansz, 2013). Een

onafhankelijke gamedeveloper kan een spel maken, maar zonder een platform om te distribueren, krijgt een dergelijk persoon zijn spel niet eenvoudig aan de man gebracht. Distribueren via een legaal online distributieplatform is dan een keuze die een gamedeveloper kan maken.

Hoe spelen machtsongelijkheid, 'irreversibly foreclosed choices' en de sociale groep dan een rol in het keuzeproces van bijvoorbeeld de gebruiker, die heeft gekozen voor legale online distributie en diens houding naar illegale online distributie? Een mogelijke omstandigheid in het kader van machtsongelijkheid zouden de financiële omstandigheden van de gebruiker kunnen zijn. Iemand kan lid zijn van een legaal online distributiekanaal, bijvoorbeeld Steam, maar heeft niet de financiële middelen om *Bioshock Infinite* (Irrational Games, 2013) aan te schaffen. Een illegaal digitaal distributiekanaal, bijvoorbeeld The Pirate Bay, biedt datzelfde spel voor niets aan. Gezien het feit dat zowel legale als illegale distributiekanaalen hoge kwaliteit bieden en over het algemeen een hoge downloadsnelheid, is het de vraag waarom iemand een video game zou aanschaffen (Danaher et al., 2010). Belangrijker nog is de wijze waarop gebruikers aankijken tegen de machtsverhoudingen in een industrie (mosemghvdkishvili & Jansz, 2013). Iemand kan een positieve houding hebben ten opzichte van de legale online distributiemarkt, omdat dit een plek is waarop iemand zijn onafhankelijk ontworpen video games kan distribueren (Novak, 2012). Iemand kan echter ook vinden dat bedrijven te veel macht hebben en daarom kiezen voor illegaal downloaden. Allen-Robertson (2013) geeft een extreem voorbeeld hiervan: de oprichter van Gnutella, Justin Frankell, was tegen ongelijke machtsverhoudingen die bestond omtrent online distributie en richtte daarom Gnutella op, waarop gebruikers illegaal mediabestanden konden downloaden.

Een wijze waarop 'irreversibly foreclosed choices' nog een rol kan spelen in het keuzeproces van de gebruiker van legale distributiesystemen, is bijvoorbeeld wat betreft de keuze voor een specifiek legaal distributiesysteem. In 2013 maakte EA een fiasco mee toen gebruikers het spel *SimCity* (Maxis et al., 2013) hadden aangeschaft in zowel de winkel als het online distributiekanaal Origin. Gebruikers verweten EA dat het spel niet functioneerde vanwege DRM. EA reageerde op zijn beurt op deze beschuldiging en claimde dat het probleem niet DRM was. Als gezegd heeft de voormalige president van EA Labels, Frank Gibeau, beweerd dat DRM een falende strategie was (Brightman, 2013). Dat nam echter niet weg dat de beschuldigingen van gebruikers bleven bestaan (Sarkar, 2013b). Vernik et al. (2011) beweren dat DRM beperkingen de waarde van een mediaproduct kunnen doen dalen voor gebruikers van legale distributiesystemen en dat ze zelfs overwogen om over te stappen op digitale piraterij. DRM is op deze manier een technologie die sommige gebruikers kunnen beïnvloeden in hun keuze voor een bepaald legaal (en zelfs illegaal) online distributiesysteem. Een gebruiker zou bijvoorbeeld vanwege DRM bewust kunnen kiezen voor GoG.com, omdat dit bedrijf, als gezegd, geen gebruik maakt van DRM (www.gog.com).

De wijze waarop de sociale groep van een gebruiker een rol kan spelen, kan ietwat gecompliceerder zijn dan het bovenstaande, maar dit hoeft niet per se. In het gebruik van legale online distributie van video games, zouden de diverse groepen van fan-programmeurs een rol kunnen spelen.

Die groepen zijn in paragraaf 2.2.3 al verklaard. Sommige fan-programmeurs zijn *modders*, anderen zijn *mappers* en weer anderen zijn *skinners*. Hun toewijding aan de programmering van een spel is afhankelijk van sociale machten, waaronder de belofte van succes in de digitale economie. Een gebruiker, die tevens een fan-programmeur is, zou bijvoorbeeld kunnen kiezen voor legale online distributie, omdat hij of zij via zulke distributieplatforms naam kan maken voor zichzelf (Postigo, 2007). Toch zijn ook meer algemenere eenvoudige demografische zaken, zoals de leeftijd of het geslacht, voorbeelden van de relevante sociale groep (Bijker, 2010). Bijker (2010) stelt wel dat het niet zo is dat de ene relevante sociale groep een belangrijkere rol speelt in de ontwikkeling van een technologie dan de andere. De relevante sociale groep wordt normaal gesproken beschouwd als een groep die professioneel betrokken is bij de ontwikkeling van een technologie, maar die relevante sociale groep kan net zo goed bestaan uit een ongeorganiseerde groep individuen (Schiavone, 2014). Daarbij zou ook gedacht kunnen worden aan het land of het continent waar iemand vandaan komt. Het blijkt namelijk dat in Europa illegaal downloaden de laatste jaren snel vermenigvuldigd is (Schlesinger, 2009). Op basis hiervan kan gedacht worden dat bijvoorbeeld Europese gebruikers van online distributie eerder kiezen voor illegaal downloaden.

2.4 Hypotheses

Dit onderzoek concentreert zich op de verschillende gebruikersmogelijkheden legale en illegale online distributieplatforms van video games en de keuze van gebruikers voor legaal en/of illegaal downloaden. Vervolgens is onderzocht aan de hand van een enquête of de diverse kenmerken van legale en illegale distributieplatforms en deze wijzen waarop deze gebruikt kunnen worden, invloed hebben op de keuze voor legale digitale distributieplatforms. Met deze doelstelling in het onderzoek, is de volgende onderzoeksvraag geformuleerd:

RQ: *Welke rol spelen de gebruikersmogelijkheden van legale online distributieplatforms van video games en de relevante sociale achtergrond van gebruikers in hun keuze voor legaal en/of illegaal downloaden?*

Om deze vraag te beantwoorden, is een aantal hypothesen geformuleerd op basis van de theorieën die gepresenteerd zijn in paragrafen 2.2 en 2.3. De resultaten van het onderzoek en de daarbij behorende toetsing van de hypothesen zijn besproken in hoofdstuk 4.

De mogelijkheden die gebruikers hebben op legale online distributieplatforms van video games zijn gebaseerd op de drie soorten gebruik zoals geformuleerd door Shao (2009), te weten consumptie, participatie en productie. Legale en illegale online distributiesystemen van video games staan die vormen van gebruik in verschillende mate toe. Omdat, zoals in de inleiding is aangegeven, legale distributieplatforms beschouwd worden als alternatieve keuzes, richt dit onderzoek zich op de keuze

voor legaal downloaden. Zoals gebleken is uit het bovenstaande, lijkt het dat de gebruikersmogelijkheden consumptie, participatie en productie meer gestimuleerd worden door legale digitale distributieplatforms. Daarom zijn de volgende drie hypothesen geformuleerd:

H1: De keuze voor enkel legaal downloaden wordt beïnvloed door de mogelijkheid tot consumptie van legale digitale distributieplatforms voor video games.

H2: De keuze voor enkel legaal downloaden wordt beïnvloed door de mogelijkheid tot participatie van legale digitale distributieplatforms voor video games.

H3: De keuze voor enkel legaal downloaden wordt beïnvloed de mogelijkheid tot productie van legale digitale distributieplatforms voor video games.

Vervolgens zijn de SCOT en de SST benadering uitgelegd. Uit die theorieën blijkt dat voornamelijk drie soorten omstandigheden, die gerelateerd zijn aan de relevante sociale achtergrond van de gebruiker, invloed hebben op het maken van keuzes: machtsongelijkheid, "irreversibly foreclosed choices" en de relevante sociale groep. Omdat, zoals in de inleiding is aangegeven, legale distributieplatforms beschouwd worden als alternatieve keuzes, richt dit onderzoek zich op de keuze voor legaal downloaden. De volgende hypothesen zijn geformuleerd:

H4: De keuze voor enkel legaal downloaden wordt beïnvloed door de relevante sociale groep van de gebruiker.

H5: De keuze voor enkel legaal downloaden wordt beïnvloed door de visie op machtsongelijkheid van de gebruiker.

H6: De keuze voor enkel legaal downloaden wordt beïnvloed door de visie op "irreversible foreclosed choices" van de gebruiker.

Hoofdstuk 3 Methodologie

3.1 Inleiding

De vraag die aan het begin van dit onderzoek is gesteld, luidde: *Welke rol spelen de gebruikersmogelijkheden van legale online distributieplatforms van video games en de relevante sociale achtergrond van gebruikers in hun keuze voor legaal en/of illegaal downloaden?* Om tot een antwoord te komen op deze hoofdvraag, wordt in dit hoofdstuk de methodologie besproken. Hieronder wordt eerst de keuze voor de methode verantwoord. Vervolgens wordt de populatie en de sample en de procedure die daarmee gepaard gaat, beschreven. Daarna worden de theoretische concepten uit hoofdstuk twee geoperationaliseerd en de afhankelijke en onafhankelijke variabelen uitgelegd. Tenslotte worden de statistische methode uitgelegd, waarmee de data geanalyseerd wordt.

3.2 Methode

3.2.1 Methode

In dit onderzoek is gekozen voor een kwantitatieve en transversale onderzoeksmethode, namelijk de (online) enquête (voor de volledige enquête, zie Bijlage 1.1). Uit de inleiding is gebleken dat diverse onderzoekers de legale online distributieplatforms hebben beschouwd als een alternatief voor illegale online distributieplatforms (Casadesus-Masanell & Hervás-Drane, 2010; Hill, 2007). Het is echter niet duidelijk of de gebruikers dit ook zo zien. Ze hebben gekozen voor legale online distributieplatforms, maar waarom? Hoe gebruiken ze die platforms? En wie zijn ze eigenlijk?

Waarom kwantitatief en transversaal onderzoek? Die bovenstaande vragen verwijzen naar eigenschappen, houdingen en gedrag. Een kwalitatieve onderzoeksmethode, bijvoorbeeld een interview, kan dit wel in kaart brengen, maar omdat legale online distributieplatforms een grote populatie bereiken (zie paragraaf 3.3), weet de onderzoeker nooit of dit wel representatief genoeg is. Kwantitatief onderzoek staat toe om zulke grote populaties te onderzoeken en die te representeren (Mulder & Yaar, 2007). Tevens is in dit onderzoek een invloed gemeten, namelijk de invloed van gebruikersmogelijkheden op de keuze van gebruikers. Een kwantitatieve onderzoeksmethode staat toe om de impact van die invloed beter te beoordelen dan kwalitatief onderzoek. Daarnaast staat kwantitatief onderzoek veel meer flexibiliteit toe met de data waardoor het beeld van een gebruiker completer wordt (Mulder & Yaar, 2007). Naast een kwantitatieve methode, is hier ook gekozen voor een transversale (cross-sectional) methode, waarin alle respondenten dezelfde vragen krijgen binnen een korte tijdsspanne. De doelstelling is namelijk niet om een geschiedenis te kennen of een groep een lange tijd te observeren (Gilbert, 2008).

Wanneer kwantitatief en transversaal onderzoek gecombineerd worden, is volgens Gilbert (2008) een grote sociale survey de geschikte optie om een grote populatie te onderzoeken. Ook Simmons (2008) heeft dit beaamd; zij stelt dat met een vragenlijst, vooral een online vragenlijst, een grote populatie relatief goedkoop onderzocht kan worden op diens eigenschappen, houdingen en gedrag. De vraag is nu waarom in dit onderzoek gekozen is voor een online enquête. Online dataverzameling heeft een aantal voordelen en een aantal nadelen. Allereerst heeft online dataverzameling drie belangrijke eigenschappen: ze is sneller, makkelijker en goedkoper dan telefonische of papieren enquêtes. Online enquêtes zijn sneller, omdat het internet het mogelijk maakt om snel in contact te komen met respondenten. Ook zit minder tijd tussen het online uitzetten van de enquête en de respons op de enquête. Online enquêtes zijn makkelijker, omdat ze het onder andere eenvoudiger maken om de response rate in de gaten te houden. Verder zijn online enquêtes voordeliger, omdat de onderzoeker niet grote hoeveelheden kopieën moet maken. Nog een andere belangrijke eigenschap van online dataverzameling, is dat geografie geen rol speelt. De beoogde populatie, waar zij dan ook verspreid is, kan eenvoudiger bereikt worden via een internet enquête dan bijvoorbeeld een telefonische survey. Naast deze voordelen, hebben online enquêtes ook een paar nadelen. Zo is het lastig, al dan niet onmogelijk, om zomaar de e-mailadressen van de beoogde populatie te verkrijgen en daardoor vorm te geven aan een steekproef. Daarnaast resulteren online enquêtes, ondanks dat de onderzoeker dit in de gaten kan houden, vaak in een lage respons (Bethlehem & Biffignand, 2012).

Fan en Yan (2010) hebben een aantal oplossingen geboden om die lage respons rate tegen te gaan. Zo is het praktisch om eerst een proefversie van de survey te distribueren aan een kleine groep respondenten. Daarnaast is het belangrijk dat de survey goed beschikbaar is voor respondenten, ofwel, dat ze de enquête kunnen vinden. Verder is het zaak dat de beoogde respondenten weten hoe het internet werkt. Tenslotte is die eerder genoemde proefversie belangrijk, omdat de data zich leent voor een proefanalyse (is de data analyseerbaar?) in bijvoorbeeld SPSS (Fan & Yan, 2010). Deze oplossingen zijn toegepast in dit onderzoek.

3.2.2 Sample & procedure

De sampling frame – alle leden in de beoogde populatie die geselecteerd kunnen worden voor de sample (Sturgis, 2008) – in dit onderzoek zijn de gebruikers van legale online distributieplatforms en de sampling frame is ongeveer 300 units. Dat wil zeggen: de beoogde participant in het onderzoek moet beschikken over een lidmaatschap bij één of meerdere legale online distributieplatforms van video games. Daarvoor moet allereerst duidelijk zijn, welke legale online distributieplatforms in deze studie zijn onderzocht. In het privacybeleid van de legale online distributieplatforms wordt beschreven dat persoonlijke gegevens, waaronder e-mailadressen, niet zomaar verstrekt worden aan derden. Dergelijke "derden" moeten over het algemeen al een bepaalde relatie hebben met het distributiekanaal

(het privacybeleid is beschikbaar via de websites van de platforms, zie hieronder). De enquête is daarom gedistribueerd via de fora van de online distributiekkanalen in de weken van 28 april 2014 tot maandag 12 mei 2014. Wanneer een gebruiker zich heeft geregistreerd via een distributieplatform, moet hij of zij namelijk een account aanmaken en dat account geeft hem of haar direct toegang tot de community en het forum. Alle leden van de online distributieplatforms hebben daardoor gelijke toegang om geselecteerd te worden. Participanten zijn geïnformeerd dat de participatie geheel vrijwillig was en dat het onderzoek afgelegd in onder leiding van de Erasmus Universiteit Rotterdam.

In het totaal hebben 156 personen de enquête ingevuld. De verzamelde data is via het programma Qualtrics verwerkt tot statistische gegevens voor SPSS. In de enquête, gemaakt via Qualtrics, is het mogelijk om de respondenten te verplichten tot het geven van antwoorden. Daarnaast zijn alle antwoorden "I don't know" aangeduid als "missing data", waardoor deze resultaten niet meetellen. De survey heeft daardoor een uitvalpercentage van 2%. Na verwijdering van de missende data, zijn 153 (*N*) respondenten over gebleven. De non-respons van 3 is niet opnieuw benaderd. Van die 153 respondenten zijn 127 respondenten mannen en slechts 26 respondenten vrouwen. Op basis van voorgaand onderzoek is dit grote verschil tussen mannen en vrouwen niet vreemd: Cole en Griffiths (2007) hebben in het verleden aangetoond dat bijvoorbeeld MMORPG spelers 70% man is en 29% vrouw (en 1% heeft geen gender op gegeven). Tenslotte hebben slechts 4 respondenten aangegeven enkel illegaal te downloaden, waardoor deze categorie is samengevoegd met de categorie "beide". De afhankelijke variabele is daardoor binominaal geworden, maar dat zal verder uitgelegd worden in de meetmethode en helder worden in de resultaten.

Het is niet gelukt om een beoogde participatie van 300 units te bereiken. Diverse stappen zijn ondernomen om te respons te verhogen, maar ook deze blijken tevergeefs. Om de respons te verhogen, zijn de beoogde respondenten nog op twee andere manieren benaderd. Zo is een aantal scholen in Nederland gemaïld die een opleiding omtrent games hebben. De enige school die heeft meegewerkt om de enquête beschikbaar te stellen onder diens studenten, is Hanzehogeschool Groningen. Daarnaast is de enquête tevens gedistribueerd op Reddit. Reddit is een online community waarop mensen van over de hele wereld (in de maand mei 2014 had Reddit bezoekers uit maar liefst 186 verschillende landen, zo meldt diens statistieken) in bijna 7.000 communities samen kunnen komen en kunnen stemmen, discussiëren en hun eigen verhalen plaatsen. Reddit heeft zowel zogeheten "subreddits" voor de diverse onderstaande gaming platforms, maar ook Reddit die zich richten op gaming in zijn algemeen of zelfs specifieke spellen (zie www.reddit.com).

De wijze waarop de respons is gepoogd te verhogen, lijkt veel weg te hebben van het zogeheten 'snowball sampling'. Snowball sampling wordt gebruikt op het moment dat géén adequate lijst van respondenten beschikbaar is. Normaal gesproken wordt snowball sampling gebruikt voor kleine groepen en wordt gevraagd aan de betreffende respondenten of zij nog andere mensen kennen die dezelfde kenmerken hebben en eventueel willen deelnemen. Het grote probleem van snowball sampling is dat de groep respondenten vaak beperkt blijft tot een bepaald netwerk van individuen

(Sturgis, 2008). Door gaming opleidingen en diens studenten te benaderen, is er inderdaad een groep respondenten verworven die wellicht te veel tot een bepaald netwerk beperkt is gebleven. Echter, door de enquête te distribueren op Reddit, een volledig open sociaal netwerk, hebben alle leden van alle distributieplatforms de mogelijkheid gekregen om de enquête in te vullen. Hier is geen sprake van snowball sampling, omdat Reddit als netwerk niet klein en beperkt is.

De consequentie van de lage respons, iedere lage respons, is dat de resultaten uit het onderzoek precisie verliezen en dat een bepaalde vrijheid in het toetsen van de hypothesen verdwijnt, aldus Bowden (1989). Wat Bowden bedoelt is dat de resultaten, door een lage respons, niet zo precies zullen corresponderen met de werkelijkheid, in vergelijking met de correspondentie wanneer de respons hoger was. Wat betreft het toetsen van de hypothesen, de al dan niet acceptatie of verwerping van een hypothese wordt beperkt door de lage respons (Bowden, 1989). Verder beperkt een lage respons de mogelijkheid tot generaliseerbaarheid van de gegevens. Hoewel het lastig is te bepalen of dit ook het geval is in dit onderzoek, is het aannemelijk dat de resultaten wellicht anders waren geweest, indien de respons rate hoger was geweest.

De volgende legale online distributieplatforms zijn onderzocht (zie Bijlage 1.2 voor een nadere toelichting van de digitale distributieplatforms):

- Steam;
- Origin;
- Uplay;
- Green Man Gaming;
- Good Old Games (GOG.com);
- Desura;
- Xbox Live;
- Playstation Network;
- App Store en Google Play.

3.3 Operationalisatie

Hieronder is besproken wat de afhankelijke variabele is, namelijk de gebruikerskeuze voor legaal en/of illegaal downloaden en wat de zes onafhankelijke variabelen zijn (consumptie, participatie, productie, machtsongelijkheid, "irreversible foreclosed choices" en relevante sociale groep). Tevens is besproken op welke manier deze vragen zijn gesteld en waar dit op gebaseerd is. De beschrijving van het empirische onderzoek waarop die vraagstellingen gebaseerd zijn, waarborgt namelijk de algehele valditeit van dit onderzoek (Pallant, 2011). Dit onderzoek heeft overigens géén gebruik gemaakt van een controlevariabele. Een controlevariabele is een variabele waarvan vermoed wordt dat deze een sterke invloed zijn hebben op de afhankelijke variabele (Schoupe, 2006). Er is nochtans geen

empirisch onderzoek bekend dat suggereert dat er specifieke variabelen zijn die een rol zouden kunnen spelen in de keuze voor legaal en/of illegaal downloaden. Daarom is er géén gebruik gemaakt van een controlevariabele.

3.3.1 Afhankelijke variabele: gebruikerskeuze voor legaal en/of illegaal downloaden

De afhankelijke variabele, de keuze van de gebruiker voor legaal en/of illegaal downloaden, zal gemeten worden door te kijken of gebruikers van legale online distributieplatforms enkel legaal downloaden (=1), enkel illegaal downloaden (=2) of zowel legaal als illegaal downloaden (=3). De respondenten worden hierdoor ingedeeld in drie categorieën. Er is hier geen sprake van een continue variabele, maar een discrete afhankelijke variabele. Een continue variabele is een variabele die bestaat uit bepaalde waarden waar altijd nog andere waarden tussen kunnen liggen. Een discrete variabele, daarentegen, is een variabele die slechts in bepaalde waarden kan voorkomen (Cools et al., 2009). Dat is hier het geval: de keuze voor legaal en/of illegaal downloaden kunnen slechts op drie manieren voorkomen. Tevens is deze discrete variabele een nominale variabele; de data kan niet geordend worden en de data sluiten elkaar uit (Monette et al., 2011). Als iemand enkel kiest voor legaal downloaden, kan het niet zijn dat hij of zij kiest voor illegaal downloaden. Daarom bestaat de derde categorie: iemand die kiest voor legaal en illegaal downloaden, kan niet enkel legaal downloaden. Op deze manieren sluiten de categorieën elkaar uit. Ondanks dat de afhankelijke variabele nu nog multinomiaal is (meer dan twee waarden), zullen de resultaten gebruik maken van een afhankelijke variabele als binominale variabele (twee variabelen).

3.3.2 Onafhankelijke variabele: consumptiemogelijkheid

De eerste onafhankelijke variabele is de gebruikersmogelijkheid consumptie. Consumptie, het consumeren van een video games door het te kopen (Pisani, 2013) – in het geval van digitale distributie dus betaald te downloaden – en het te spelen (Sayre & King, 2010). De meting van deze variabele is tweevoudig: enerzijds moet duidelijk zijn hoe de consumptie van de respondenten eruit ziet en anderzijds moet helder zijn waarom zij op een dergelijke manier consumeren. Consumptie van video games wordt op diverse manieren geoperationaliseerd. Zo wordt aan de respondenten gevraagd van welk digitaal distributieplatform zij lid zijn en daarbij zijn meerdere antwoorden mogelijk. De betrokken digitale distributieplatforms zijn Steam, Origin, Green Man Gaming, Good Old Games, Uplay, Desura, Xbox Live, Playstation Network, App Store, Google Play en overige. Deze labels hebben geen specifieke waarden, omdat de respondenten meerdere antwoorden kunnen aankruisen. Vervolgens wordt aan hen de centrale vraag gesteld die relevant is voor deze variabele: hoeveel spellen zij hebben aangeschaft in de afgelopen zes maanden. De volgende antwoordcategorieën zijn geformuleerd: 1 = I haven't, 2 = between 1 and 5, 3 = between 6 and 10, 4 = between 11 and 20, 5 = between 21 and 30, 6 = between 31 and 40, 7 = More than 40 en tenslotte 8 = I don't know. Indien de

respondent "I haven't" antwoordt, wordt hij of zij meteen doorgeleid naar de volgende variabele. Indien zij één van de andere antwoorden geeft, dan kunnen zij aangeven wat voor soort spellen zij hebben gekocht. Ook bij deze vragen zijn meerdere antwoorden mogelijk en hebben deze geen specifieke waarde.

Waarom respondenten op een bepaalde manier consumeren, is inherent gerelateerd aan de motivaties achter hun consumptie (Shao, 2009). De eerste vragen hebben betrekking op de motivaties achter het consumeren van legale en/of illegale digitale distributieplatforms. Deze vragen pogen tevens de houding van gebruikers te meten ten opzichte van digitale distributie aan de hand van de Likert schaal (Procter, 2008). Stellingen als "I download/play video games via digital distribution systems to learn about new types of video games" (informatie zoeken in Shao, 2009) en "I download/play video games via digital distribution systems to relax" (entertainment in Shao, 2009) worden gebruikt om te bestuderen in hoeverre informatie zoeken, maar ook entertainment een rol spelen in de consumptie van video games (1 = not at all, 2 = to little extent, 3 = to some extent, 4 = to much extent, 5 = to great extent, en 6 = I don't know). Deze stellingen zijn tevens gebaseerd op een onderzoek van LaRose en Kim (2007) betreffende het illegaal downloaden van muziek. LaRose en Kim (2007) hebben laten zien dat economische motieven een rol spelen bij illegaal downloaden, dus deze worden ook opgenomen in de enquête. Dit onderzoek heeft echter niet gebruik gemaakt van de Likert (1932) schaal in hoeverre de respondenten het eens met de stelling, maar van de vijf punten Likert (1932) schaal in welke mate de stellingen voor de respondenten van toepassing zijn.

3.3.3 Onafhankelijke variabele: participatiemogelijkheid

De tweede onafhankelijke variabele is de gebruikersmogelijkheid participatie. Participatie betreft de interactiviteit tussen de gebruiker en content en gebruikers onderling (Shao, 2009). Ook de meting van deze variabele is opgedeeld met aan de ene kant het gedrag van de gebruiker rondom participatie en aan de andere kant de motieven van de gebruiker achter diens participatie. De eerste vragen hebben betrekking op de participatie van gebruikers met de content van een video game. Allereerst wordt aan de respondenten gevraagd hoe hun interactie met video games via legale distributieplatforms eruit ziet. Aan hen is gevraagd hoe vaak zij bepaalde interacties omtrent participatie uitvoeren. Zij krijgen acties voorgelegd als "I rate a video game", "I comment on the content of a video game" en kunnen één antwoord geven die zij kunnen selecteren uit de geformuleerde antwoorden (never=1, less than once a month=2, once a month=3, 2-3 times a month=4, once a week=5, 2-3 times a week=6, daily=7).

Nadat de vragen zijn gesteld betreffende de participatie van respondenten omtrent legale online distributieplatforms voor video games, zijn aan hen stellingen voorgelegd betreffende hun motivaties om te participeren. Shao (2009) stelt dat participatie in nieuwe media diverse redenen kan hebben: het verminderen van eenzaamheid, het verminderen van depressie, het verminderen van isolatie, het toenemen van zelfacceptatie, het toenemen van acceptatie door anderen en het verbreden

van de sociale cirkel. Net als bij de motivaties van consumptie, is bij participatie een aantal stellingen voorgelegd aan de respondenten en moeten zij aangeven in welke mate deze op hen van toepassing zijn. Indien de respondenten "never" antwoorden bij de vragen met betrekking tot participatiemogelijkheden, dan komen zij niet terecht bij deze motivatievragen. Ze kregen stellingen voorgelegd, zoals "... to decrease my loneliness", "... to feel less isolated" en zij kunnen antwoord geven op basis van een Likert (1932) schaal "not at all"=1 tot en met "to great extent"=5. Shao (2009) behandelt tevens een aantal motivaties dat gericht is op de interactie van gebruikers in online communities. Dat heeft betrekking op het gevoel van erbij horen, het gevoel dat gebruikers belangrijk zijn voor elkaar en voor de groep en het delen van het idee dat voorzien wordt in de behoeften van gebruikers en hun toewijding aan elkaar (Shao, 2009). Ook deze aspecten worden behandeld door middel van dezelfde Likert schaal (Likert, 1932).

3.3.4 Onafhankelijke variabele: gebruikersmogelijkheid productie

Productie, het zelf produceren van content (Shao, 2009), is de derde onafhankelijke variabele. Sommige digitale distributiekanaalen van video games staan gebruikers toe om zelf video game content te produceren en deze te delen. Voorbeelden zijn add-ons/mods (modificaties in een video game). Als gezegd in het theoretisch kader kunnen fan-programmeurs ingedeeld worden in *modders*, *mappers* en *skinners* (Postigo, 2007). Modificaties kunnen daarnaast gemaakt worden aan de hardware van consoles, zodat gebruikers zowel illegaal gedownload software als zelfgemaakte video games kunnen spelen (Wirman, 2012). Net als de variabelen consumptie en participatie, krijgen gebruikers ook bij de variabele productie een aantal mogelijkheden voorgelegd waarbij zij meerdere opties kunnen aankruisen, zoals "I have made modifications to games, for example weapons, furniture, etc.", "I have made modifications to the story "I have designed new levels in video games" and "I have designed new types of characters". Hier is gebruik gemaakt zeven puntens antwoordschaal (never=1, less than once a year=2, once a year=3, 2-3 times a year=4, once every 2-4 months=5, once a month=6, more than once a month=7).

Shao (2009) wijst op de tweezijdigheid van de motieven achter productie. Enerzijds produceren gebruikers voor zelfexpressie en zelfrealisatie. Zelfexpressie heeft betrekking op het uitdrukken van de eigen identiteit en het onder controle houden van de indruk die anderen van iemand hebben. Zelfrealisatie is het zoeken van erkenning, bekendheid of persoonlijke zelfeffectiviteit (Shao, 2009). Ook hier wordt weer gebruik gemaakt van de Likert schaal (1932) en de bovenstaande motieven worden als volgt geformuleerd: "... to express myself", "... to create a certain image/impression people have of me", met dezelfde antwoordcategorieën als de variabelen consumptie en participatie ("not at all"=1 tot en met "to great extent"=5).

3.3.5 Onafhankelijke variabele: machtsongelijkheid

Machtsongelijkheid is door Mosemghdlishvili en Jansz (2013) beschouwd als de machtsverschillen tussen groepen die betrokken zijn in de constructie van een technologie. Daarbij is het idee van "access to resources" en "access to decision-making" van belang. Mosemghdlishvili en Jansz (2013) hebben de verschillende wijzen waarop betrokkenen tegen machtsverschillen in het ontwikkelingsproces van een technologie aan kijken, in kaart gebracht door onder andere te informeren wie zij vinden dat de meeste macht heeft. Het onderzoek van Mosemghdlishvili en Jansz (2013) is een semigestructureerd interview en de basis van die structuur, betreffende machtsongelijkheid en "irreversible foreclosed choices", zijn in dit onderzoek overgenomen en gevormd naar enquêtevragen. Bij deze vragen is dus sprake van een ordinaal meetniveau: de antwoorden die de respondenten geven, worden gecodeerd in bepaalde rangorde (Jansen et al., 2004). Zo is aan de respondenten gevraagd wie zij vinden dat de machtigste spelers in de video games industrie zijn en wie zij vinden dat de rijkste spelers in de video games industrie zijn. Vijf spelers zijn betrokken in deze vraag: consumer (1), distributor (2), publisher (3), developer (4) en de console manufacturer (5). De respondenten moeten aangeven op basis van een vijf punten Likert (1932) schaal wie zij beschouwen als het meest en minst machtig (1= least powerful tot en met 5= most powerful) en het rijkst (1= making the least money tot en met 5= making the most money). De respondenten hebben tevens de mogelijkheid gekregen om de spelers op hetzelfde niveau te scharen, wat wil zeggen dat de respondenten bijvoorbeeld de distributor en de developer op hetzelfde niveau geplaatst kunnen worden door de respondent.

Naast de vraag wie de respondenten beschouwen als de machtigste en rijkste spelers in de video games industrie, is ook aan de respondenten gevraagd in welke mate zij invloed denken te hebben en zouden willen hebben op de processen die plaatsvinden in de video games industrie. Ook deze vragen zijn gebaseerd op het onderzoek van Mosemghdlishvili en Jansz (2013). Deze auteurs hebben gevraagd naar invloed en macht in een semi-gestructureerd interview (Mosemghdlishvili & Jansz, 2013). Hier is echter geen sprake van een interview, maar van een enquête en dus zijn hun vragen hergeformuleerd naar stellingen. Op een Likert (1932) schaal hebben de respondenten kunnen aangeven in welke mate zij het eens zijn met de stellingen ("not at all"=1 tot en met "to great extent"=5). De stellingen zijn als volgt geformuleerd: "Please select to what extent you think, as a consumer, you have influence on..." en dan volgen zaken als "... what video games are going to be sold via digital distribution systems" en dergelijke.

3.3.6 Onafhankelijke variabele: irreversible foreclosed choices

In het theoretisch kader werd "digital rights management" aangemerkt als een voorbeeld van een "irreversible foreclosed choice", met de definitie van Mosemghdlishvili en Jansz (2013) voor dit begrip in het achterhoofd. Loebbecke et al. (2010) hebben al eens onderzoek uitgevoerd naar de

houding van consumenten naar digital rights management, maar het onderzoek had betrekking op de verkoop van eBooks, oftewel digitale boeken. De vragen die Loebbecke et al. (2010) gesteld hebben ten aanzien van de houding van consumenten betreffende digital rights management, zijn overgenomen in dit onderzoek en aangepast aan de online distributie van video games. Om de validiteit te waarborgen, is de wijze waarop Loebbecke et al. (2010) deze vragen hebben geformuleerd, overgenomen. Zij hebben gevraagd, op basis van de Likert (1932) schaal, in hoeverre de respondenten het eens dan wel oneens zijn met de voorgelegde stellingen (Loebbecke, et al., 2010).

De vragen die Loebbecke et al. (2010) hebben geformuleerd zijn toegepast in dit onderzoek, maar aangepast op het onderwerp. De respondenten krijgen stellingen voorgelegd als "I find it useful that I can download from a broad range of video games from different genres", "I find it useful that I can download a video game and play it straight away" en "It is important to me that downloading a video game does not break the law". Ze moeten aangeven op basis van de Likert (1932) schaal in hoeverre ze het eens al dan niet oneens zijn met deze stellingen (strongly agree=1 tot en met strongly disagree=5).

3.3.7 Onafhankelijke variabele: relevante sociale groep

In het keuzeprocess voor een bepaalde technologie speelt volgens de SST benadering ook de relevante sociale groep een belangrijke rol (Bijker, 2010). In het theoretisch kader is het idee dat een respondent bijvoorbeeld een *skinner* is, naar voren gebracht als voorbeeld van de relevante sociale groep. Als gezegd zou een fanprogrammeur kunnen kiezen voor legale online distributie, omdat hij of zij via zulke distributieplatforms naam kan maken voor zichzelf (Postigo, 2007). Echter, deze vragen zijn al gesteld bij de onafhankelijke variabele "productie" als gebruikersmogelijkheid. Om overlapping te voorkomen, is enkel gevraagd naar de demografische kenmerken van gebruikers. Volgens Bijker (2010) kunnen zowel geslacht, leeftijd, maar ook andere sociale achtergronden een rol spelen. De respondenten hebben in een open vraag hun leeftijd kunnen invullen en in gesloten vraag kunnen aangeven wat hun geslacht is (man=1 en vrouw=2). Als volgt wordt gevraagd naar het land/continent: North America = 1, Europe = 2, Asia = 3, Russia = 4, Australasia = 5, South America = 6, Middle East = 7, Africa = 8, Other = 9. Deze verdeling is gebaseerd op de download bandwijdte van Steam users (<http://store.steampowered.com/stats/content/>).

3.4 Metingen

3.4.1 Betrouwbaarheid

Een onderzoek moet herhaalbaar zijn. Als de meetinstrumenten in een nieuw onderzoek opnieuw gebruikt worden, dan zouden, idealiter, de scores ongeveer gelijk moeten zijn aan het eerdere onderzoek. Als dat het geval is, dan is het onderzoek "betrouwbaar" (Basham et al., 2010). Volgens

Basham et al. (2010) is de test-retest de meest gestandaardiseerde vorm om betrouwbaarheid te toetsen. Deze test houdt in dat een onderzoek twee keer wordt afgenomen en tweemaal de scores worden gemeten (Basham et al, 2010). Om betrouwbaar te kunnen zijn, moeten de waarden van de samenhangende variabelen boven de ,70 zijn (Pallant, 2011). Basham et al. (2010) stellen dat er tussen het toetsen van die samenhang tijd moet zitten. Echter, omdat de periode waarin dit onderzoek wordt uitgevoerd beperkt is, is het niet mogelijk om een dergelijke test-retest uit te voeren. Een andere vorm om de betrouwbaarheid te meten is door middel van het zogeheten "split-half" betrouwbaarheid, waarbij een test maar één keer afgenomen wordt. De antwoorden op vragen worden gehalveerd en vergeleken met elkaar. De correlatiescore die daaruit komt, moet ook voldoen aan de ,70. De meest standaardvorm heet de Cronbach's Alpha (Basham et al, 2010). Deze meetmethode is toegepast in dit onderzoek om de betrouwbaarheid te meten.

Hieronder bevindt zich Tabel 3.1, die de Cronbach's Alpha van de variabelen laat zien wat betreft hun consumptie, participatie, productie, machtsongelijkheid, "irreversible foreclosed choices" en relevante sociale groep. De onafhankelijke variabelen consumptie, participatie, productie en machtsongelijkheid hebben een goede samenhang (>,70). De Cronbach's Alpha van de variabele consumptie is ,759, van de variabele participatie is ,898, van de variabele productie is ,891 en van de variabele machtsongelijkheid is ,874. De "irreversible foreclosed choices" zijn redelijk betrouwbaar (>,60). De relevante sociale groep is niet betrouwbaar (<0,60). Onbetrouwbaarheid van de resultaten sluit echter niet volledig uit dat de resultaten niet accuraat zijn (McMurray et al., 2004). Vandaar dat deze laatste groep toch is meegenomen in de analyse. Er is een poging gedaan om de variabele te betrekken in het onderzoek.

Tabel 3.1 De Cronbach's Alpha van de onafhankelijke variabelen

	consumptie	Participatie	productie	machtsongelijkheid	"irreversible foreclosed choices"	Relevante sociale groep
consumptie	,759					
participatie		,898				
productie			,891			
machtsongelijkheid				,874		
"irreversible foreclosed choices"					,601	
Relevante sociale groep						,214

Hoofdstuk 4 Resultaten

4.1 Introductie

Deze thesis heeft ten doelstelling om de rol van de gebruikersmogelijkheden van digitale distributieplatforms en de relevante sociale achtergrondfactoren van gebruikers in hun keuze voor legaal en/of illegaal downloaden te bepalen. Een onderscheid is gemaakt tussen consumptie, participatie en productie als gebruikersrollen en machtsongelijkheid, "irreversible foreclosed choices" en relevante sociale groep als sociale achtergrondfactoren. De bevindingen van het onderzoek worden hieronder beschreven. Hier onder zullen eerst de hoofd- en deelvragen nogmaals herhaald worden en vervolgens worden de hypothesen getoetst aan de hand van de data.

4.2 Hoofd- en deelvragen

De centrale onderzoeksvraag van deze thesis is:

RQ: *Welke rol spelen de gebruikersmogelijkheden van legale online distributieplatforms van video games en de relevante sociale achtergrond van gebruikers in hun keuze voor legaal en/of illegaal downloaden?*

Het idee achter deze vraag is om te onderzoeken of alle mogelijkheden die legale digitale distributiesystemen bieden aan hun gebruikers, daadwerkelijk fungeren als een alternatief zoals in de inleiding is gezegd. Digitale distributie is namelijk, als gezegd, ontstaan onder andere met het idee dat het een alternatief moet bieden voor digitale piraterij. De relatie tussen de gebruikersmogelijkheden en de keuze voor legaal en/of illegaal downloaden zal demonstreren of er daadwerkelijk sprake is van legaal downloaden als alternatief.

De deelvragen die zijn gesteld in de inleiding zijn deels al beantwoord in het theoretisch kader. De laatste drie deelvragen zijn:

SQ3: *Wie zijn de gebruikers van legale online distributieplatforms?*

SQ4: *Welke rol spelen de gebruikersmogelijkheden van legale online distributieplatforms van video games in de keuze van gebruikers voor legaal en/of illegaal downloaden?*

SQ5: *Welke rol spelen de achtergrondfactoren van gebruikers van legale online distributieplatforms van video games in hun keuze voor legaal en/of illegaal downloaden?*

Deze vragen worden beantwoord middels kwantitatieve analysemethoden. Eerst komen echter de demografische gegevens van de gebruikers aan de orde. Vervolgens worden de deelvragen beantwoord door middel van een bespreking van de hypothesen die daaraan gerelateerd zijn.

4.3 Resultaten

4.3.1 De gebruikers: algemene gegevens

Voordat de hypothesen van dit onderzoek worden getoetst, zijn nu eerst de demografische gegevens van de respondenten (N=153) in kaart gebracht en het vervolgens zijn algemene uitslagen omtrent hun houding en gedrag ten aanzien van legaal en illegaal downloaden beschreven. De respondenten bestaan uit 82,4% mannen (N=126) en 17,6% vrouwen (N=27). Zie Tabel 4.1. De meeste respondenten (42,5%) zijn tussen de 18 en 24 jaar oud, maar de gemiddelde leeftijd ligt daar net een halve punt boven: 24,53 ($SD = 7,78$ jaar). Maar liefst 61,4% van de respondenten komt uit Europa en 24,8% komt uit de Verenigde Staten en Canada. Dat de meeste gebruikers uit Europa en Noord-Amerika komen, is niet onverwachts: op de website van Steam worden deze twee continenten ook als grootste gebruikers aangemerkt (<http://store.steampowered.com/stats/content/>). Echter, Rusland is volgens Steam ook een grote bandwijdte gebruiker, maar in deze thesis komt geen enkele gebruiker uit Rusland. In dezelfde Tabel 4.1 is ook te zien hoeveel procent van alle respondenten lid is van een bepaald legaal distributieplatform. Maar liefst 83,3% van de respondenten heeft aangegeven lid te zijn van Steam en daarmee is Steam het meest gebruikte platform onder de respondenten. Steam wordt gevolgd door Google Play (55,1%), Origin (46,2%) en de Playstation Network (39,1%). Xbox Live, de gedoodverfde concurrent van het Playstation Network, heeft een relatief lager aantal leden in dit onderzoek (20,5%).

Tabel 4.1 Demografische kenmerken van respondenten (N=153)

Demografisch kenmerk	N	Percentage
Man	126	82,4
Vrouw	27	17,6
Jonger dan 18 jaar	22	14,4
18-24 jaar	65	42,5
25-30 jaar	43	28,1
Ouder dan 30 jaar	23	15,0
Europa	94	61,4
Noord-Amerika	38	24,8
Australazië	11	7,2
Azië	5	3,3
Anders	5	3,3
Steam	130	83,3
Google Play	86	55,1
Origin	72	46,2

Playstation Network	61	39,1
Uplay	48	30,8
Apple Store	40	25,6
Green Man Gaming	38	24,4
Good Old Games	38	24,4
Xbox Live	32	20,5
Desura	21	13,5
Other	17	10,9

In de onderstaande Tabel 4.2 zijn algemene gegevens omtrent het downloadgedrag en de houding van gebruikers ten opzichte van legaal en illegaal downloaden weergegeven. Uit de data blijkt dat 50,3% van de respondenten enkel gebruik maakt van legaal downloaden en circa 47,1% zowel legaal als illegaal downloadt. Er zijn slechts enkele gebruikers, die alleen illegaal downloaden, ondanks hun lidmaatschap bij een legaal online distributiesysteem (2,6%). De Tabel 4.2 laat ook zien dat 94,7% van de respondenten een positieve tot zeer positieve houding hebben ten opzichte van legaal downloaden. De tendens jegens illegaal downloaden is minder positief: slechts 31,3% heeft een positieve tot zeer positieve houding ten opzichte van illegaal downloaden. De meeste respondenten hebben eerder een neutrale houding als het gaat om illegaal downloaden (45%). 23,5% heeft een negatieve tot zeer negatieve houding.

Tabel 4.2 Algemene downloadgedrag en algemene houding van respondenten ten opzichte van legaal/illegaal downloaden (N=153)

Kenmerk	N	Percentage
Alleen legaal downloaden	77	50,3
Alleen illegaal downloaden	4	2,6
Beide	72	47,1
Houding legaal downloaden		
Zeer positief	94	61,4
Positief	51	33,3
Neutraal	7	4,6
Negatief	0	0
Zeer negatief	1	0,7
Houding Illegaal downloaden		
Zeer positief	12	7,8
Positief	36	23,5
Neutraal	69	45,1
Negatief	26	17,0
Zeer negatief	10	6,5

De onderstaande tabellen die in de resultaten zijn weergegeven, hebben een N=149. De vier respondenten die hebben aangegeven enkel illegaal te downloaden, zijn niet meegenomen in de rest van de resultaten. Ongeacht wat deze respondenten hebben geantwoord, de respons van deze categorie is per definitie lager dan vijf. De respons rate van deze categorie is dus te laag om mee te nemen in het onderzoek. Dit is problematisch, omdat dit afbreuk doet aan de representativiteit van een onderzoek.

Hierdoor kan er sprake zijn van een "biased sample", waarbij de ene categorie oververtegenwoordigd is ten opzichte van de andere categorie (Monette et al., 2011).

De Tabel 4.3 laat zien hoe gebruikers, die gekozen hebben voor enkel legaal downloaden of niet, tegen legaal en illegaal downloaden aan kijken. In het totaal kijkt 94,8% van de respondenten ($N=145$) een positieve tot zeer positieve houding ten opzichte van legaal downloaden. De respondenten die enkel legaal downloaden zijn ook positiever ten opzichte van legaal downloaden (96,1%) dan de respondenten die niet enkel legaal downloaden (93,4%). Ten opzichte van illegaal downloaden zijn gemiddeld 31,4% positief tot zeer positief, maar dat zijn bijna alleen maar de mensen die alleen legaal downloaden of aan beide vormen van downloaden doen ($N=30$). Slechts 7,8% van de respondenten die enkel legaal downloadt, kijkt positief tegen illegaal downloaden aan. De tendens is vooral neutraal (45,1%).

Tabel 4.3 De houding ten opzichte van legaal/illegaal downloaden tegenover de keuze voor enkel legaal downloaden ($N=149$).

Keuze voor legaal/illegaal downloaden ($N=149$)	Houding t.o.v. legaal downloaden	Houding t.o.v. illegaal downloaden			totaal
	positief	positief	neutraal	negatief	
Alleen legaal downloaden	96,1%	7,8%	53,2%	39,0%	77
Zowel legaal als illegaal	93,4%	55,3%	36,8%	7,9%	76
Totaal	94,8%	31,4%	45,1%	23,5%	153
Pearson Chi-square	1,198	45,4***			

*** $P = 0,05$

4.3.2 Hypothese 1: consumptie

Via zowel legale als illegale distributieplatforms kan consumptie plaatsvinden. Beiden vormen van digitale distributie bieden online video games aan. Een gebruiker kan consumeren door bijvoorbeeld een video game te kopen en dit te spelen, met het idee van consumptie in het achterhoofd (Shao, 2009). Hierdoor voldoen media aan de behoefte van gebruikers, bijvoorbeeld de behoefte aan entertainment. Video games worden aangeboden in allerlei genres (Zackariasson & Wilson, 2012), voor allerlei platforms (Williams, 2002) en door verschillende soorten developers (Zackariasson & Wilson, 2012; Egenfeldt-Nielsen). Dit geldt niet enkel voor legale online platforms, maar ook voor illegale online distributieplatforms. Op basis hiervan is de volgende hypothese geformuleerd:

H1: De keuze voor enkel legaal downloaden wordt beïnvloed door de mogelijkheid tot consumptie van legale digitale distributieplatforms voor video games.

In de enquête is de respondenten ($N=149$) gevraagd van welke legale en/of illegale online distributiesystemen zij lid zijn, hoeveel video games zij gekocht hebben en indien zij er meer dan één gekocht hebben, welk type video games dit zijn. Vervolgens is gevraagd naar de motivaties van de

respondenten. Hieronder is eerst een overzicht gegeven de algemene resultaten betreffende consumptie. Vervolgens wordt de hypothese bevestigd dan wel verworpen aan de hand van een logistische regressieanalyse.

De onderstaande Tabel 4.4 geeft een overzicht tussen de consumptie van video games en de keuze voor legaal en/of illegaal downloaden. De Tabel 4.4 laat zien dat het grootste deel (42,9%) van de mensen die enkel legaal downloadt reguliere gebruikers zijn. Zij hebben tussen de één en tien video games legaal gedownload de afgelopen maand. Maar liefst 22,1% van de mensen dat enkel legaal downloadt, is een extreme gebruiker. Dit verschilt significant met mensen die zowel legaal als illegaal downloaden. Het gros van deze laatste groep is een reguliere gebruiker van legale online distributieplatforms van video games. De verschillen tussen de groepen zijn significant (Sig.=,002). Ook laat Tabel 4.4 zien dat niet genoeg respondenten hebben aangegeven dat zij extreme gebruikers zijn. Tevens zijn er géén enkel legale downloaders die beschouwd kunnen worden als reguliere, meervoudige of extreme gebruikers. Deze Tabel 4.4 laat vooral zien dat 73,7% van de mensen dat zowel legaal als illegaal downloadt een reguliere gebruiker is van illegale digitale distributieplatforms voor video games.

Tabel 4.4 Relatie tussen de keuze voor legaal/illegaal downloaden en legale/illegale consumptie (N=149)

Keuze voor legaal/illegaal downloaden (N=149)	Legaal - Consumptie			Illegaal - Consumptie			Totaal
	reguliere gebruiker	Meervoudige gebruiker	Extreme gebruiker	reguliere gebruiker	Meervoudige gebruiker	Extreme gebruiker	
Alleen legaal downloaden	42,90%	29,90%	22,10%				77
Zowel legaal als illegaal	60,50%	15,80%	7,90%	73,70%	10,50%	3,9%*	76
Totaal	51,60%	22,90%	15,00%	36,60%	5,20%	2,0%*	153
Pearson Chi-Square	14,8***			120,7***			

* Cells have expected count less than 5.

*** $p < 0,05$

De onderstaande Tabel 4.5 toont de relatie tussen de consumptie van video games op legale en illegale online distributieplatforms voor video games (N=149). Deze laat zien dat er géén significante verschillen zijn tussen de consumptie via legale en illegale distributiesystemen. De Tabel 4.5 laat zien dat 44,7% van de mensen dat tussen één en tien video games heeft gedownload via legale platforms tussen de één en tien video games heeft gedownload via illegale platforms. 26,1% van de meervoudige gebruikers van video games is een reguliere gebruiker van illegale distributieplatforms.

Tabel 4.5 Relatie tussen legale en illegale consumptie (N=149)

Legaal - Consumptie	Illegaal - Consumptie		Totaal
	reguliere gebruiker	meervoudige gebruiker	
reguliere gebruiker	44,7%	1,8%*	100,0%
meervoudige gebruiker	26,1%	0%*	100,0%
Totaal	41,8%	2,0%*	100,0%
Pearson Chi-Square	5,124		

* Cells have expected count less than 5.

Tabel 4.6 laat de relatie zien tussen de keuze voor legaal/illegaal downloaden en het type gekochte video games. Uit deze Tabel 4.6 blijkt dat de verschillen tussen enkel legaal downloaden en beide vormen van downloaden significant zijn bij het aanschaffen van single players, multiplayer games en computerspellen. 87% van de respondenten die enkel legaal downloadt, heeft single player video games aangeschaft ($N=53$), 80,5% van diezelfde groep heeft multiplayer games aangeschaft ($N=62$) en 88,3% van die respondenten heeft computergames aangeschaft in de afgelopen zes maanden ($N=68$). Zij hebben deze typen video games significant meer aangeschaft dan respondenten die zowel legaal als illegaal downloaden.

Tabel 4.6 Relatie tussen de keuze voor legaal/illegaal downloaden en het type gekochte video games (N=149)

Keuze voor legaal/illegaal downloaden (N=149)	Welk type video games heb je gekocht?						
	Single players	Multi players			PC, mac, linux	Consoles	Handhelds
		MMORPGs	CO-OPs	Demo's			
Alleen legaal	87,0%	80,5%	19,5%	41,6%	88,3%	32,5%	32,5%
Beide	69,7%	63,2%	13,2%	36,8%	75,0%	32,9%	31,6%
Totaal	78,4%	71,9%	16,3%	39,2%	81,7%	32,7%	32,0%
Pearson Chi-Square	6,7***	5,7***	1,119	0,357	4,5***	0,003	0,014

Mainstream and independent developed games have expected count less than 5.

*** $p < 0,05$

De onderstaande Tabel 4.7 toont de relatie tussen de keuze voor legaal en/of illegaal downloaden en de motivaties van gebruikers wat betreft consumptie. De antwoordcategorieën "to little extent", "to some extent", "to much extent" en "to great extent" zijn samengevoegd tot antwoord "yes". Deze laatste antwoordcategorie is te zien in Tabel 4.7. De verschillen tussen de mensen die enkel legaal downloaden en mensen die zowel legaal als illegaal downloaden en hun motivaties zijn over het algemeen niet significant. Enkel het verschil tussen het leren over nieuwe spellen ("to learn about video games that I did not know about") is significant. Voor enkel legale downloaders is dit ook de voornaamste reden (81,9%) om video games te downloaden via legale online distributieplatforms. Plezier en ontspanning zijn volgens de respondenten de voornaamste redenen om video games te spelen via legale distributieplatforms.

Tabel 4.7 Relatie tussen de keuze voor legaal/illegaal downloaden en de motivaties voor consumptie ($N=149$)

	Keuze voor legaal/illegaal downloaden			Pearson Chi-Square
	Alleen legaal	Beide	Totaal	
Ik download video games via legale distributie systemen...				
... om up-to-date informatie te verkrijgen over video games.	70,8%	64,6%	67,9%	,606
... om video games te vinden die ik ergens anders niet vind.	79,2%	81,8%	80,4%	,154
... om video games te ontdekken die ik niet ken.	81,9%	66,7%	74,6%	4,2***
... om visueel prachtige spellen te vinden/zien.	75,0%	78,8%	76,8%	,277
... om eenvoudig informatie te vinden over video games.	78,6%	71,2%	75,0%	,981
Ik speel video games die ik heb gedownload via legale distributie systemen...				
... om mijn tijd op te vullen.	90,4%	89,4%	89,9%	,040
... om plezier te beleven.	100,0%	98,5%	99,3%	1,114
... om te ontspannen.	100,0%	95,5%	97,8%	3,3**
... om spanning te beleven.	94,5%	95,5%	95,0%	,063
... om een emotionele uitlaatklep te hebben.	94,5%	95,5%	95,0%	,060
... om van de echte wereld te ontsnappen.	80,8%	75,4%	78,3%	,597
... om dingen te ervaren die ik in de echte wereld niet kan ervaren.	86,3%	81,8%	84,2%	,523

** $p < 0,10$
*** $p < 0,05$

Onderstaande Tabel 4.8 toont een kruistabel, die de relatie laat zien tussen de motivaties voor consumptie via legale digitale distributiesystemen en consumptie via illegale digitale distributiesystemen ($N=149$). De Tabel 4.8 laat zien dat 51,2% van de respondenten, dat naar legale distributiewebsites gaat om up-to-date informatie te krijgen, tevens illegale distributiesystemen bezoeken om up-to-date informatie te krijgen. Voor de meeste respondenten, die hun tijdopvullen, plezier willen beleven, spanningen zoeken en willen ontsnappen van de echte wereld via legale digitale distributiekanaalen, zijn tijdopvulling (91,5%), plezier (93,8%), spanning (90,5%) en ontsnappen van de echte wereld (89,8%) de voornaamste motivaties om illegale digitale distributiesystemen te bezoeken. Simpel gezegd: bijna alle respondenten, die zowel legaal als illegaal downloaden, hebben vrijwel dezelfde redenen om video games te spelen via legale en illegale distributiesystemen. Echter, de percentages betreffende het downloaden van video games (dus niet het spelen an sich), liggen wat lager. Zo gaat slechts de helft van de mensen, die video games consumeert via legale systemen om visueel mooie video games te zien, om dezelfde reden naar illegale distributiesystemen. De percentages liggen thans vrij hoog. De meeste mensen hebben voor het spelen van video games via legale en illegale distributiesystemen dezelfde motivaties. Ongeveer de helft van de respondenten heeft dezelfde redenen om te downloaden via legale en illegale distributiesystemen.

De onderstaande Tabel 4.9 laat een binominale logistische regressieanalyse zien die de relatie betreft tussen de getransformeerde afhankelijke variabele "keuze voor legaal/illegaal downloaden" en de consumptie via legale en illegale kanalen en de motivaties omtrent consumptie van legale online distributiesystemen. De Tabel 4.9 laat zien dat legale consumptie en legale motivaties een significante rol spelen in de kans om enkel legaal te downloaden. Uit de Hosmer en Lemeshow Test (1989) blijkt

dat er géén significante verschillen bestaan tussen de frequentie van de diverse factoren die in de data wordt waargenomen en de frequentie zoals die door het model voorspeld wordt (Sig. =,967). De *Wald Statistic* toont aan dat consumptie via legale distributiesystemen de grootste verklaringskracht heeft (*Wald*=6,739), gevolgd door de motivaties voor consumptie via legale distributiekanaalen (*Wald*=4,428). Wat betreft consumptie via legale systemen, neemt de kans om enkel legaal te downloaden toe met 5,486 ($e=1,702$). Anders gezegd, de kans om enkel legaal te downloaden neemt toe met 70,2% $((1,702-1)\times 100)$ als de consumptie toeneemt. Het effect is positief omdat de *Exp(B)* groter is dan 1. Wat betreft motivaties neemt de kans dat iemand enkel legaal downloadt toe met 31,1% $((1,311-1)\times 100)$ naar de motivaties toenemen.

Tabel 4.8 Relatie tussen de motivaties voor consumptie via legale digitale distributiesystemen en consumptie via illegale digitale distributiesystemen (N=149)

Legale consumptie	Illegale consumptie											
	... om up-to-date informatie te verkrijgen over video games..	... om video games te vinden die ik ergens anders niet vind.	... om video games te ontdekken die ik niet ken.	... om visueel prachtige spellen te vinden/zien.	... om eenvoudig informatie te vinden over video games.	... om mijn tijd op te vullen.	... om plezier te beleven.	... om te ontspannen.	... om spanning te beleven.	... om een emotionele uitlaatklep te hebben.	... om van de echte wereld te ontsnappen.	... om dingen te ervaren die ik in de echte wereld niet kan ervaren.
... om up-to-date informatie te verkrijgen over video games.	51,2%											
... om video games te vinden die ik ergens anders niet vind.		74,1%										
... om video games te ontdekken die ik niet ken.			56,8%									
... om visueel prachtige spellen te vinden/zien.				51,9%								
... om eenvoudig informatie te vinden over video games.					55,6%							
... om mijn tijd op te vullen.						91,5%						
... om plezier te beleven.							93,8%					
... om te ontspannen.								92,1%				
... om spanning te beleven.									90,5%			
... om een emotionele uitlaatklep te hebben.										85,7%		
... om van de echte wereld te ontsnappen.											89,8%	
... om dingen te ervaren die ik in de echte wereld niet kan ervaren.												87,0%
Pearson Chi-Square	7,0***	1,187	5,1***	9,0***	4,5***	35,2***	12,3***	2,235	19,9***	40,0***	30,4***	25,4***

Tabel 4.9 De gebruikersmogelijkheid consumptie en motieven van gebruikers van legale digitale distributiesystemen ($N=149$).

Factoren	B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)	95% C.I. for EXP(B)	
							Lower	Upper
Legaal – consumptie	1,702	,656	6,739	1	,009***	5,486	1,517	19,834
Illegaal – consumptie	-23,901	3340,934	,000	1	,994	,000	0,000	
Legaal – motivaties	,270	,129	4,428	1	,035***	1,311	1,019	1,686
Constant	-,916	,819	1,252	1	,263	,400		

Nagelkerke's $R^2=,899$

Hypothese 1, die stelt dat de keuze voor enkel legaal downloaden wordt beïnvloed door de mogelijkheid tot consumptie van legale digitale distributieplatforms voor video games, kan hier de bovenstaande resultaten worden bevestigd. Naar mate mensen meer consumeren, neemt de kans dat zij enkel legaal downloaden toe. Ook de motivaties zijn van belang. Naar mate de motivaties toenemen, neemt ook de kans dat iemand enkel legaal downloadt toe.

4.3.3 Hypothese 2: participatie

Via zowel legale als illegale online distributieplatforms van video games kan participatie plaatsvinden. Beide vormen van digitale distributie bieden in meerdere of mindere mate mogelijkheden tot participatie aan. Een gebruiker kan participeren door bijvoorbeeld via een community, wat aansluit op Shao's (2009) en Ruggiero's (2000) idee van participatie, namelijk de interactiviteit tussen gebruiker en content en gebruikers onderling. Spelers kunnen bijvoorbeeld met elkaar communiceren via MMO(RPG)s, wat belangrijk is voor MMORPGs (Zhong, 2011). De hypothese, die op basis van deze theorieën is geformuleerd, luidt:

H2: De keuze voor enkel legaal downloaden wordt beïnvloed door de participatiemogelijkheden die legale online distributieplatforms van video games bieden.

In de enquête is de respondenten ($N=149$) gevraagd hoe vaak zij participeren in bepaalde activiteiten op de legale en/of illegale online distributiesystemen en wat hun motivaties daarvoor zijn. Hieronder is eerst een overzicht gegeven van die activiteiten die gebruikers van legale distributieplatforms uitvoeren. Vervolgens is een overzicht gegeven van de motivaties die daarbij al dan niet een rol spelen. Daarna wordt de hypothese bevestigd dan wel verworpen aan de hand van een binominale logistische regressieanalyse.

De onderstaande Tabel 4.10 geeft een overzicht van de relatie tussen de keuze voor legaal/illegaal downloaden en de participatieactiviteiten die respondenten uitvoeren op legale online distributieplatforms voor video games. De antwoordcategorieën "never" en "I don't know" zijn weg gelaten in deze Tabel 4.10. De antwoordcategorie "less than once a month" is veranderd naar de

categorie "reguliere gebruiker" en de overige categorieën worden aangeduid met "zware gebruiker". De Tabel 4.10 laat zien dat commentaar geven op content, video games toevoegen aan favorieten, statusupdates en met andere spelers communiceren in de commentaarsectie zorgen voor significante verschillen in gebruik tussen mensen die enkel legaal downloaden en mensen die beide vormen hanteren. Zo is maar liefst 45,5% van de mensen die enkel legaal downloadt iemand die heel veel commentaar geeft op de content van video games, tegenover 21,1% van de mensen die beide vormen van downloaden hanteert. De grootste participatieactiviteit is het behalen van prestaties (65,4%), maar het verschil tussen mensen die enkel legaal downloaden (71,4%) en mensen die beide vormen van downloaden gebruiken (59,2%) is niet significant. Het geven van commentaar op content laat het grootste verschil zien tussen enkel legale gebruikers en legale/illegale downloaders. Tabel B2.1 in Bijlage 2.1 laat zien dat er geen significante verschillen zijn tussen reguliere participanten en zware participanten op legale distributieplatforms, in relatie tot hun activiteiten op illegale distributieplatforms. Te weinig respondenten hebben aangegeven regulier of veel te participeren op illegale distributieplatforms waardoor deze resultaten niet relevant zijn.

Tabel 4.10 Relatie tussen de keuze voor legaal/illegaal downloaden en de participatieactiviteiten van respondenten op legale distributieplatforms (N=149)

Participatie		Keuze voor legaal/illegaal downloaden			Pearson Chi-Square
		Alleen legaal	Beide	Totaal	
Ik geef een video game een cijfer.	Regulier	36,4%	34,2%	35,3%	5,6**
	Zwaar	31,2%	17,1%	24,2%	
Ik geef commentaar op de inhoud van een video game.	Regulier	24,7%	35,5%	30,1%	10,2***
	Zwaar	45,5%	21,1%	33,3%	
Ik voeg het spel toe aan "mijn favorieten".	Regulier	35,1%	26,3%	30,7%	6,0***
	Zwaar	41,6%	31,6%	36,6%	
Ik probeer "achievements" te behalen.	Regulier	9,1%	17,1%	13,1%	3,066
	Zwaar	71,4%	59,2%	65,4%	
Ik voeg informatie over een video game toe.	Regulier	29,9%	15,8%	22,9%	4,7**
	Zwaar	16,9%	15,8%	16,3%	
Ik gebruik fora om te communiceren met andere spelers.	Regulier	27,3%	17,1%	22,2%	3,812
	Zwaar	50,6%	48,7%	49,7%	
Ik voeg vrienden toe aan mijn profiel.	Regulier	27,3%	27,6%	27,5%	4,8**
	Zwaar	59,7%	46,1%	52,9%	
Ik update mijn status zodat andere spelers dit kunnen zien.	Regulier	37,7%	22,4%	30,1%	7,7***
	Zwaar	31,2%	25,0%	28,1%	
Ik praat met andere spelers via de "comment" sectie.	Regulier	27,3%	13,2%	20,3%	9,1***
	Zwaar	48,1%	40,8%	44,4%	
Ik ga om met andere spelers via MMORPGs, CO-OPs en andere multiplayer games.	Regulier	13,0%	14,5%	13,7%	5,0**
	Zwaar	70,1%	53,9%	62,1%	

** p=<0,10

*** p=<0,05

De onderstaande Tabel 4.11 laat de relatie zien tussen de keuze voor legaal en/of illegaal downloaden en de motivaties van gebruikers (N=149) wat betreft die participatie. De respondenten die

"not at all" of "I don't know" hebben geselecteerd, zijn niet betrokken in de motivaties. De overige antwoordcategorieën zijn samengevoegd en te zien in de onderstaande Tabel 4.11. De Pearson Chi² van alle motivaties toont aan dat geen enkele motivatie wat betreft participatie significant is, omdat er géén significante verschillen bestaan tussen groepen ($p > 0,05$).

Tabel 4.11 Relatie tussen de keuze voor legaal/illegaal downloaden en de participatiemotivaties van mensen ($N=149$)

Motivaties om te participeren	Keuze voor legaal/illegaal downloaden			Pearson Chi-Square
	Alleen legaal	Beide	Totaal	
... om mijn eenzaamheid te verminderen.	29,9%	23,7%	26,8%	,746
... om me minder depressief te voelen.	22,1%	22,4%	22,2%	,002
... om me minder geïsoleerd te voelen.	23,4%	21,1%	22,2%	,120
... om me beter te voelen over mezelf.	27,3%	25,0%	26,1%	,102
... om me meer geaccepteerd te voelen bij anderen.	23,4%	18,4%	20,9%	,568
... om mijn sociale contact te verbreden.	36,4%	36,8%	36,6%	,004
... om mijn sociale cirkel uit te breiden.	36,4%	28,9%	32,7%	,956
... om te voelen dat ik bij een sociale groep hoor.	36,4%	27,6%	32,0%	1,340
... om me belangrijk te voelen bij andere spelers.	35,1%	30,3%	32,7%	,401
... om te voelen dat andere spelers belangrijk zijn voor mij.	39,0%	26,3%	32,7%	2,7**
... om te weten dat, wanneer ik iets nodig heb, dat anderen klaar te staan voor me.	36,4%	30,3%	33,3%	,641
... om te weten dat, wanneer anderen iets nodig heb, ik voor hen klaar sta.	40,3%	32,9%	36,6%	,894

** $p < 0,10$

De Tabel 4.12 op de volgende pagina exposeert de relatie tussen de motivaties voor participatie via legale online distributieplatforms en de motivaties voor participatie via illegale online distributieplatforms ($N=149$). Dit zijn enkel de significante motivaties. Tabel 4.12 laat zien dat, om welke reden dan ook, mensen die in weinig tot hoge mate gemotiveerd zijn te participeren op legale platforms, deze motieven vrijwel niet hebben voor illegale platforms. Degenen die in weinig tot hoge mate gemotiveerd zijn te participeren op legale distributieplatforms en in weinig tot hoge mate gemotiveerd zijn te participeren op illegale distributieplatforms, ligt slechts rond de 15%.

De onderstaande Tabel 4.13 laat een binominale een binominale logistische regressieanalyse zien die de relatie betreft tussen de getransformeerde afhankelijke variabele "keuze voor legaal/illegaal downloaden" en de participatie van mensen. Hoewel de motivaties al hebben gedemonstreerd geen significant verschil te laten zien tussen mensen die enkel legaal downloaden en mensen die beide vormen hanteren, zijn de vier motivaties in Tabel 4.12 toch meegenomen in de analyse. Toch demonstreert de onderstaande Tabel 4.13 dat die motivaties géén significante rol spelen in de kans op enkel legaal downloaden. Participatie op legale distributieplatforms speelt wel een significante rol. Uit de Hosmer en Lemeshow Test (1989) blijkt dat er géén significante verschillen bestaan tussen de frequentie van de diverse factoren die in de data wordt waargenomen en de frequentie zoals die door het model voorspeld wordt (Sig. =,364). De *Wald Statistic* toont aan dat participatie via legale distributiesystemen de grootste verklaringskracht heeft ($Wald=13,848$). Wat betreft participatie via

legale systemen, neemt de kans op enkel legaal downloaden toe met 1,177 ($e^{,163}$). Anders gezegd, de kans op enkel legaal downloaden neemt toe met 17,7% $((1,177-1) \times 100)$ als de participatie op legale systemen toeneemt. Het effect is positief, omdat de $Exp(B)$ groter is dan 1.

Tabel 4.13 Participatie en motivaties van gebruikers van legale digitale distributiesystemen voor video games ($N=149$).

Factoren	B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)	95% C.I. for EXP(B)	
							Lower	Upper
legaal - participatie	,163	,044	13,848	1	,000***	1,177	1,080	1,282
illegaal - participatie	-18,805	2524,203	,000	1	,994	,000	0,000	
... om mijn eenzaamheid te verminderen.	1,729	1,086	2,532	1	,112	5,633	,670	47,371
... om me minder depressief te voelen.	-1,301	,884	2,166	1	,141	,272	,048	1,540
... om me beter te voelen over mezelf.	-1,464	,888	2,718	1	,099	,231	,041	1,318
... om me meer geaccepteerd te voelen bij anderen.	,540	,818	,436	1	,509	1,717	,345	8,533
Constant	-1,071	,428	6,273	1	,012	,343		

Nagelkerke's $R^2=,453$

Hypothese 2, die stelt dat de keuze voor enkel legaal downloaden wordt beïnvloed door de participatiemogelijkheden die legale online distributieplatforms van video games bieden, kan door het bovenstaande worden geaccepteerd. Participatie speelt een significante rol in de keuze voor enkel legaal downloaden. Participatie via illegale distributiesystemen en de achterliggende motivaties voor participatie via legaal dan wel illegale platforms doen er niet toe.

Tabel 4.12 Relatie tussen de motivaties voor participatie via legale en via illegale digitale distributieplatforms voor video games (N=149)

		Illegaal							
		... om mijn eenzaamheid te verminderen.		... om me minder depressief te voelen.		... om me beter te voelen over mezelf.		... om me meer geaccepteerd te voelen bij anderen.	
legaal		helemaal niet	in kleine tot veel mate	helemaal niet	in kleine tot veel mate	helemaal niet	in kleine tot veel mate	helemaal niet	in kleine tot veel mate
... om mijn eenzaamheid te verminderen.	helemaal niet	97,3%	2,7%*						
	in kleine tot veel mate	85,4%	14,6%						
	Totaal	94,1%	5,9%						
... om me minder depressief te voelen.	helemaal niet			97,5%	2,5%*				
	in kleine tot veel mate			85,3%	14,7%				
	Totaal			94,8%	5,2%				
... om me beter te voelen over mezelf.	helemaal niet					95,6%	4,4%		
	in kleine tot veel mate					85,0%	15,0%		
	Totaal					92,8%	7,2%		
... om me meer geaccepteerd te voelen bij anderen.	helemaal niet							95,0%	5,0%
	in kleine tot veel mate							84,4%	15,6%
	Totaal							92,8%	7,2%
Pearson Chi-Square		7,7***		7,9***		4,9***		4,3***	

* Cells have an expected count less than five.

4.3.4 Hypothese 3: productie

Productie slaat op het produceren van mediacontent door de gebruiker (Shao, 2009). Legale en illegale distributieplatforms faciliteren in verschillende mate productie bij gebruikers. Dit faciliteren varieert van zowel het ontwerpen van objecten, kaarten en personages (Postigo, 2007), tot het geheel zelf ontwerpen van video games. Steam faciliteert dit bijvoorbeeld (steamcommunity.com). Volgens Allen-Robertson (2013) zijn sommige illegale platforms, bijvoorbeeld BitTorrent, opgericht met het idee dat kunstenaars via illegale systemen naam voor zichzelf kunnen maken. De oprichters van dergelijke illegale systemen vinden dat dit via een legaal systeem te lastig en te duur is (Allen-Robertson, 2013). Op basis hiervan is de volgende hypothese geformuleerd:

H3: De keuze voor enkel legaal downloaden wordt beïnvloed door de productiemogelijkheden die legale online distributieplatforms van video games bieden.

In de enquête is de respondenten ($N=149$) gevraagd hoe vaak zij produceren en de content delen via legale en illegale online distributiesystemen van video games en wat hun motivaties daarvoor zijn. Hieronder is eerst een overzicht gegeven van die productieactiviteiten die gebruikers van legale distributieplatforms uitvoeren. Vervolgens is een overzicht gegeven van de motivaties die daarbij al dan niet een rol spelen. Daarna wordt de hypothese bevestigd dan wel verworpen aan de hand van een binominale logistische regressieanalyse.

De onderstaande Tabel 4.14 geeft een overzicht van de relatie tussen de keuze voor legaal/illegaal downloaden en de productieactiviteiten die respondenten uitvoeren op legale digitale distributieplatforms voor video games. De categorie "less than once a year" is hier aangeduid als een lichte gebruiker. Mensen die een paar keer per jaar deelnemen aan deze activiteiten zijn reguliere gebruikers en mensen die deze activiteiten meerdere keren per maand uitvoeren zijn zware gebruikers. Volgens Postigo (2007) kost het maken van modificaties veel tijd (een kleine mod vergt circa 20 tot 40 uur per maand), vandaar dat mensen die maandelijks modificaties maken worden aangeduid als zware gebruikers. Tabel 4.14 demonstreert twee dingen: de verschillen betreffende productieactiviteiten tussen enkel legale downloaders en downloaders die zowel op legale als illegale platforms te vinden zijn, zijn niet significant en er zijn zo weinig mensen die produceren op legale distributieplatforms dat de meeste gegevens niet relevant zijn. Alle respondenten doen nog het meest aan het creëren van in-game content, maar het is slechts 13,1% van alle respondenten dat heeft aangegeven deze productieactiviteit uit te voeren. Tabel B2.2 in Bijlage 2.2 laat zien dat er geen relevante verschillen zijn tussen veel actief zijn op legale distributieplatforms en mensen die weinig actief zijn op legale distributieplatforms, ten opzichte van hun productieactiviteiten op illegale platforms. Te weinig respondenten hebben aangegeven deel te nemen aan productie op illegale distributiesystemen.

Tabel 4.14 Relatie tussen de keuze legaal/illegaal downloaden en de productieactiviteiten van respondenten op legale distributiesystemen ($N=149$)

Productie		Keuze voor legaal/illegaal downloaden			Pearson Chi-Square
		Alleen legaal	Beide	Totaal	
Ik creëer in-game content.	licht	5,2%*	7,9%	6,5%	,520
	regulier	7,8%	6,6%	7,2%	
	zwaar	13,0%	13,2%	13,1%	
Ik creëer geheel nieuwe bruikbare objecten voor een spel.	licht	3,9%*	2,6%*	3,3%	1,020
	regulier	6,5%	7,9%	7,2%	
	zwaar	2,6%*	5,3%*	3,9%	
Ik maak modificaties aan het verhaal van een spel.	licht	3,9%*	7,9%	5,9%	3,471
	regulier	2,6%*	3,9%*	3,3%	
	zwaar	1,3%*	5,3%*	3,3%	
Ik creëer nieuwe levels voor video games.	licht	6,5%	9,2%	7,8%	,449
	regulier	7,8%	6,6%	7,2%	
	zwaar	2,6%*	2,6%*	2,6%*	
Ik ontwerp nieuwe skins voor video games.	licht	6,5%	2,6%*	4,6%	5,008
	regulier	7,8%	7,9%	7,8%	
	zwaar	3,9%*	7,9%	5,9%	
Ik ontwerp nieuwe maps/world voor video games.	licht	6,5%	10,5%	8,5%	3,101
	regulier	6,5%	2,6%*	4,6%	
	zwaar	3,9%*	7,9%	5,9%	
Ik ontwerp mijn eigen video games.	licht	5,2%	3,9%*	4,6%	,344
	regulier	2,6%*	3,9%*	3,3%	
	zwaar	2,6%*	2,6%*	2,6%*	

* Cells have an expected count less than five.

De onderstaande Tabel 4.15 laat de relatie zien tussen de keuze voor legaal/illegaal downloaden en de motivaties van gebruikers wat betreft die productie ($N=149$). De respondenten die "not at all" of "I don't know" hebben geselecteerd, zijn hieronder niet weergegeven. De antwoordcategorieën "to little extent", "to some extent", "to much extent" en "to great extent" zijn samengevoegd, omdat de antwoordcategorieën anders te klein waren (en daardoor niet relevant). Deze antwoordcategorie is te zien in Tabel 4.15. De Pearson χ^2 laat zien dat géén enkele motivatie zorgt voor een significant verschil tussen enkel legale downloaders en mensen die zowel legaal als illegaal downloaden. Ondanks dat de motivaties géén rol spelen in de keuze voor legaal en illegaal downloaden, laat Tabel B2.3 in Bijlage 2.2 wel significante verschillen zien tussen de mate waarin de motivaties voor productie op legale platforms van toepassing zijn en de motivaties voor productie op illegale platforms. Tussen de 72,7% en 80,8% van de respondenten dat in zekere mate gemotiveerd is te produceren op legale platforms, is dat helemaal niet wat betreft illegale platforms. Zo produceert 80,8% van de respondenten, dat behoefte heeft om zich te laten zien op legale platforms, niet op illegale platforms om te laten zien wie het is. Iemand die dus video games content produceert op een legaal platform en dit doet om te laten zien wie hij of zij is, zal niet snel video games content

produceren en dit delen op illegale platforms om te laten zien wie hij of zij is. Voor meer informatie, zie Tabel B2.3, Bijlage 2.2.

Tabel 4.15 Relatie tussen de keuze voor legaal/illegaal downloaden en de motivaties voor productie via legal distributieplatforms ($N=149$)

motivaties	Keuze voor legaal/illegaal downloaden			Pearson Chi-Square
	Alleen legaal	Beide	Totaal	
... om mezelf uit te drukken.	20,8%	15,8%	18,3%	,637
... om een bepaald image/indruk te creëren van mezelf bij anderen.	11,7%	14,5%	13,1%	,261
... om een bepaald image/indruk onder controle te houden van mezelf bij anderen.	10,4%	14,5%	12,4%	,587
... om mijn eigen ideeën te publiceren.	24,7%	22,4%	23,5%	,113
... om mensen te laten zien wie ik ben.	13,0%	21,1%	17,0%	1,764
... om door andere herkend te worden als een creatieve artiest.	14,3%	14,5%	14,4%	,001
... om respect te krijgen van anderen.	11,7%	17,1%	14,4%	,912
... om bekend te worden.	7,8%	14,5%	11,1%	1,729
... om een geloof in mezelf te ontwikkelen dat ik iets van impact kan hebben.	13,0%	15,8%	14,4%	,244
... om nieuwe vaardigheden te leren en mijn oude te verbeteren.	18,2%	25,0%	21,6%	1,051

Ondanks dat het al van de bovenstaande Tabellen 4.14 en 4.15 duidelijk is dat de mogelijkheid tot productie geen significante rol lijkt te spelen, is toch een binominale logistische regressieanalyse uitgevoerd om te bevestigen dat productie geen invloed heeft. Het is niet mogelijk om met productie via illegale distributiesystemen en de motivaties uit Tabel B2.2, Bijlage 2.2 een logistische regressie analyse uit te voeren, omdat deze te veel missende variabelen heeft. De onderstaande Tabel 4.16 laat een binominale logistische regressieanalyse zien die de relatie betreft tussen de getransformeerde afhankelijk variabelen "keuze voor legaal/illegaal downloaden" en de productie door de respondenten op legale platforms. Uit de Hosmer en Lemeshow Test (1989) blijkt dat er géén significante verschillen bestaan tussen de frequentie van de diverse factoren die in de data wordt waargenomen en de frequentie zoals die door het model voorspeld wordt (Sig.=,611).

Tabel 4.16 Productie van gebruikers op legale digitale distributiesystemen ($N=149$)

Factoren	B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)	95% C.I. for EXP(B)	
							Lower	Upper
Legaal - productie	-,033	,039	,734	1	,391	,967	,897	1,044
Constant	,091	,185	,240	1	,624	1,095		

Nagelkerke's $R^2=,006$

Hypothese 3, die stelt dat de keuze voor enkel legaal downloaden wordt beïnvloed door de productiemogelijkheden die legale online distributieplatforms van video games bieden, kan door het bovenstaande worden verworpen. Productie speelt geen significante rol in de keuze voor enkel legaal downloaden. Ook de achterliggende motivaties doen er niet toe.

4.3.5 Hypothese 4: relevante sociale groep

De Social Shaping of Technology benadering gaat er van uit dat technologieën zich niet ontwikkelen puur door technische logica, maar ook door sociale invloeden op de creatie en het gebruik ervan (Williams & Edge, 1996). Het boek *Digital Culture Industry* van Allen-Robertson (2013) demonstreert wel dat online distributie zich heeft ontwikkeld op basis van zowel technische ontwikkelingen, maar ook sociale, economische en politieke invloeden. De relevante sociale groep is van invloed op de wijze waarop een technologie, zoals online distributie, gebruikt wordt (Bijker, 2010). Zo kan een gebruiker wat betreft online distributie dus kiezen voor legaal of illegaal downloaden. De gebruiker als fan-programmeur kan een relevante sociale achtergrond zijn, maar omdat dit al behandeld is in de vorige paragraaf en behoort tot de hypothese betreffende productie, is hier gebruik gemaakt van de meer eenvoudige demografische achtergrondkenmerken als onderdeel van de relevante sociale groep, namelijk leeftijd, geslacht en het continent waar iemand woont. De hypothese, die op basis hiervan geformuleerd is, luidt:

H4: De keuze voor enkel legaal downloaden wordt beïnvloed door de relevante sociale groep van de gebruiker.

In de enquête is de respondenten ($N=149$) gevraagd wat hun geslacht is, hoe oud ze zijn en waar ze momenteel wonen. Deze gegevens zijn al gegeven in Tabel 4.1. Hieronder worden deze gegevens gekoppeld aan de keuze voor legaal en/of illegaal downloaden. Vervolgens wordt de hypothese bevestigd dan wel verworpen aan de hand van een binominale logistische regressieanalyse.

De onderstaande Tabel 4.17 toont de relatie tussen de keuze voor legaal/illegaal downloaden en het geslacht, de leeftijd en de woonplaats van de respondenten ($N=149$). Ongeveer 35% van de respondenten die enkel legaal downloadt, komt uit de Verenigde Staten en ongeveer 48% komt uit Europa. 14,5% van de respondenten die of illegaal downloadt of beide vormen hanteert, komt uit de Verenigde Staten. Er bestaat dus een significant verschil tussen de mensen die enkel legaal downloaden en de mensen die of enkel illegaal downloaden of beide vormen gebruiken, wat betreft het land waarin zij wonen. De verschillen tussen enkel illegale downloaders en de andere categorie wat betreft gender en leeftijd zijn nihil en niet significant. Tevens valt op dat 75% van de respondenten die of enkel illegaal downloadt of beide vormen hanteert uit Europa komt, tegenover ongeveer 48% dat enkel legaal downloadt. Het is dus mogelijk te stellen dat Europeanen vaker alleen illegaal downloaden en legaal en illegaal downloaden, dan Amerikanen. Amerikanen downloaden vaker enkel legaal.

Tabel 4.17 Relatie tussen de keuze voor legaal/illegaal downloaden en geslacht, leeftijd en woonplaats ($N=149$)

Keuze voor legaal/illegaal downloaden	Gender		Leeftijd				Land		
	Man	Vrouw	Jonger dan 18 jaar	18-24 jaar	25-30 jaar	Ouder dan 30 jaar	Noord		
			Amerika	Europa	Anders				
Alleen legaal	85,7%	14,3%	14,3%	41,6%	28,6%	15,6%	35,1%	48,1%	16,9%
Beide	78,9%	21,1%	14,5%	43,4%	27,6%	14,5%	14,5%	75,0%	10,5%
Totaal	82,4%	17,6%	14,4%	42,5%	28,1%	15,0%	24,8%	61,4%	13,7%
Pearson Chi-Square	1,205		,076				12,1***		

De onderstaande Tabel 4.18 laat een binominale logistische regressieanalyse zien die de relatie betreft tussen de getransformeerde afhankelijke variabele "keuze voor legaal/illegaal downloaden" en de relevante sociale groep van de respondenten ($N=149$). De Tabel 4.18 laat zien dat het land waarin de respondenten wonen een significante rol speelt in de kans om enkel legaal te downloaden. Uit de Hosmer en Lemeshow Test (1989) blijkt dat er géén significante verschillen bestaan tussen de frequentie van de diverse factoren die in de data wordt waargenomen en de frequentie zoals die door het model voorspeld wordt (Sig. =,627). De *Wald Statistic* toont aan dat het land waarin de respondenten wonen, de grootste verklarende kracht heeft ($Wald=11,519$). Europa is het continent van herkomst dat de grootste verklarende kracht heeft ($Wald=10,076$). Wat betreft Europa, neemt de kans om enkel legaal te downloaden met ,266 af ($e^{-1,323}$). Anders gezegd, de kans om enkel legaal te downloaden neemt af met 73,4% ($((0,266-1) \times 100)$) als de respondent uit Europa komt. Dit komt overeen met de gegevens uit de bovenstaande Tabel 4.19. Het effect van woonplaats is negatief omdat de $Exp(B)$ kleiner is dan 1. Na een herberekening van de relevante sociale groep laat vooral Nagelkerke's R^2 (=,000) zien dat de relevante sociale groep 0% de variantie in de keuze voor legaal/illegaal downloaden verklaart.

Tabel 4.18 De relevante sociale groep van gebruikers van legale digitale distributiesystemen ($N=149$)

Factoren	B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)	95% C.I. for EXP(B)	
							Lower	Upper
Gender (Man)	,465	,453	1,054	1	,305	1,592	,655	3,870
Leeftijd	,094	,191	,245	1	,621	1,099	,756	1,597
Land			11,519	2	,003***			
Land, Noord Amerika (1)	-,389	,580	,449	1	,503	,678	,217	2,113
Land, Europa (2)	-1,323	,417	10,076	1	,002***	,266	,118	,603
Constant	,277	,732	,143	1	,705	1,319	,655	3,870

*** $p < 0,05$

Nagelkerke's $R^2 = ,114$

Hypothese 4, die stelt dat de keuze voor enkel legaal downloaden wordt beïnvloed door de relevante sociale groep van de gebruiker, lijkt door het bovenstaande te worden geaccepteerd, hoewel de hypothese niet sterk wordt onderbouwd. Het is echter niet zo dat het idee van een relevante sociale groep moet voldoen aan al deze bovenstaande factoren (Bijker, 2010). De enige relevante sociale groep die een rol speelt, is het feit of de respondent uit Europa komt. Dan neemt de kans af dat hij of

zij enkel legaal downloadt. Echter, uit de Cronbach's Alpha, die in hoofdstuk 3 aan de orde is gekomen, is gebleken dat de relevante sociale groep niet betrouwbaar is ($<,7$). De hypothese wordt dus verworpen.

4.3.6 Hypothese 5: machtsongelijkheid

Conform de SST kiezen gebruikers voor een bepaalde technologie op basis van diverse sociale omstandigheden, waaronder machtsongelijkheid. Machtsongelijkheid zou zich kunnen vertalen naar de financiële omstandigheden van een gebruiker, maar ook naar de wijze waarop een gebruiker aankijkt tegen de machtsverhoudingen in een media industrie (Mosemghvdlishvili & Jansz, 2013). Iemand kan bijvoorbeeld kiezen voor illegaal downloaden omdat hij of zij vindt dat bedrijven te veel macht hebben (Allen-Robertson, 2013). De hypothese, die in het theoretisch kader gegeven is, luidt:

H5: De keuze voor enkel legaal downloaden wordt beïnvloed door de visie op machtsongelijkheid van de gebruiker.

In de enquête is de respondenten ($N=149$) gevraagd naar hun kijk op de machtsrelaties in de video gamesindustrie. Twee vragen zijn aan de respondenten gesteld omtrent dit onderwerp. Bij de eerste vraag moesten de respondenten van een schaal van één tot vijf aangegeven waar zij de betrokken spelers in de video gamesindustrie plaatsen wat betreft de meeste macht. Vervolgens moesten de respondenten hetzelfde doen, maar dan wat betreft wie het meeste geld verdiende in de video gamesindustrie. Tevens is aan de respondenten gevraagd waarop zij denken invloed te hebben en waarop zij invloed zouden willen uitoefenen. Hieronder worden gemiddelden gegeven van deze gegevens. De kruistabellen, die de verschillen tussen groepen laten zien, zijn opgenomen in Bijlage B2.4 tot en met B2.8. De verschillen tussen enkel legale downloaders en de andere groep zijn namelijk niet significant (zie Bijlage 2.3). Vervolgens wordt bestudeerd of deze gegevens significante invloed hebben op de keuze voor enkel legaal downloaden in een binominale logistische regressieanalyse.

De onderstaande Tabel 4.19 toont de gemiddelden die de respondenten ($N=149$) hebben gegeven aan de machtsposities die spelers hebben in de video gamesindustrie, gekoppeld aan hun keuze voor legaal/illegaal downloaden. Wat meteen opvalt, is dat ongeacht of iemand voor enkel legaal downloaden kiest of enkel illegaal of beide, dat de toegekende macht ongeveer gelijk is voor alle spelers in de video gamesindustrie. Gemiddeld geven de respondenten aan dat de publisher met 3,82 ($SD = 1,238$) de grootste machthebber is in de video gamesindustrie. Mensen die enkel illegaal downloaden of beide vormen hanteren geven de publisher met 3,89 ($SD = 1,239$) iets meer macht dan mensen die enkel legaal downloaden (3,75; $SD = 1,299$), maar Tabel B2.8 in Bijlage 2 laat zien dat dit verschil niet significant is.

Tabel 4.19 Gemiddelden die respondenten geven aan de machtspositie van spelers uit de video gamesindustrie ($N=149$). 1=least powerful tot en met 5=most powerful.

Keuze voor legaal/illegaal downloaden		Consumer	Distributor	Publisher	Developer	Console manufacturer
Alleen legaal	Mean	3,36	3,30	3,75	3,16	3,01
	N	77	77	77	77	77
	Std. Deviation	1,432	1,148	1,299	1,148	1,343
Beide	Mean	3,57	3,46	3,89	3,49	3,30
	N	76	76	76	76	76
	Std. Deviation	1,389	1,125	1,239	1,249	1,497
Totaal	Mean	3,46	3,38	3,82	3,32	3,16
	N	153	153	153	153	153
	Std. Deviation	1,410	1,136	1,268	1,207	1,424

De onderstaande Tabel 4.20 toont de gemiddelden die de respondenten ($N=149$) hebben gegeven aan de financiële positie die spelers hebben in de video gamesindustrie, gekoppeld aan hun keuze voor legaal/illegaal downloaden. Ook hier zijn de verschillen tussen de verschillende typen respondenten niet significant (zie Bijlage 2.4). Wat wel opvalt ten opzichte van de gemiddelden betreffende de machtsverhoudingen, is dat de gemiddelden verder uit elkaar liggen wat betreft de verschillende spelers. Consumenten verdienen volgens de respondenten met 1,29 ($SD = 1,290$) het minste geld in de video gamesindustrie, terwijl de publisher hier met 4,34 ($SD = ,954$) als grootste verdiener wordt beschouwd. Wat betreft deze onderstaande Tabel 4.20 en de bovenstaande Tabel 4.19, is het mogelijk te stellen dat de respondenten de publisher, bijvoorbeeld bedrijven als Take-Two Interactive, Ubisoft, Electronic Arts, Nintendo en Sony, als grootste machthebber en veelverdiener beschouwen.

Tabel 4.20 Gemiddelden die respondenten geven aan de van spelers uit de video gamesindustrie die het meeste geld verdienen ($N=149$) 1=least money tot en met 5=most money.

Keuze voor legaal/illegaal downloaden		Consumer	Distributor	Publisher	Developer	Console manufacturer
Alleen legaal	Mean	1,23	3,68	4,30	3,05	3,35
	N	77	77	77	77	77
	Std. Deviation	,809	1,208	,961	1,037	1,167
Beide	Mean	1,34	3,86	4,38	3,22	3,53
	N	76	76	76	76	75
	Std. Deviation	,888	1,174	,952	1,196	1,277
Totaal	Mean	1,29	3,76	4,34	3,14	3,44
	N	153	153	153	153	152
	Std. Deviation	,848	1,191	,954	1,118	1,222

De onderstaande Tabel 4.21 laat zien in welke mate respondenten ($N=149$) denken invloed te hebben en invloed willen hebben op de diverse processen binnen de video gamesindustrie. De antwoordcategorieën "to much extent" en "to great extent" zijn samengevoegd en te zien in de onderstaande Tabel 4.21. Ook hier valt het meteen op dat er géén significante verschillen bestaan tussen de verschillende typen respondenten. De verschillen tussen wat respondenten denken en wat zij

willen is wel interessant: Bijna de helft (46,4%) van alle respondenten zou invloed willen hebben op het soort video games dat distributiesystemen veropen, maar gemiddeld denkt slechts 17% van hen daadwerkelijk invloed daarop te hebben. Behalve de invloed die respondenten denken te hebben en willen hebben op onafhankelijke gamedevelopers, zijn de verschillen tussen wat respondenten willen en wat ze volgens henzelf hebben groot. Zo geeft slechts 12,4% van de respondenten aan veel invloed te hebben op het soort video games dat mainstream developers ontwikkelen, terwijl bijna 55% veel invloed zou willen hebben.

Tabel 4.21 De mate waarin respondenten invloed denken te hebben en willen hebben en hun keuze voor legaal/illegaal downloaden ($N=149$).

Keuze voor legaal/illegaal downloaden	In welke mate denk je invloed te hebben op...				
	... welke video games verkocht worden.	... welke video games gepubliceerd worden.	... welke video games mainstream ontwikkelaars zullen ontwikkelen.	... welke video games onafhankelijke ontwikkelaars zullen ontwikkelen.	... welke aanpassingen gemaakt worden aan platforms.
Alleen legaal	15,6%	10,4%	10,4%	20,8%	23,4%
Beide	18,4%	17,1%	14,5%	19,7%	21,1%
Totaal	17,0%	13,7%	12,4%	20,3%	22,2%
Pearson Chi-Square	,785	2,061	1,000	,324	1,055

Keuze voor legaal/illegaal downloaden	In welke mate zou je invloed willen hebben op...				
	... welke video games verkocht worden.	... welke video games gepubliceerd worden.	... welke video games mainstream ontwikkelaars zullen ontwikkelen.	... welke video games onafhankelijke ontwikkelaars zullen ontwikkelen.	... welke aanpassingen gemaakt worden aan platforms.
Alleen legaal	51,9%	53,2%	57,1%	36,4%	59,7%
Beide	40,8%	47,4%	52,6%	36,8%	65,8%
Totaal	46,4%	50,3%	54,9%	36,6%	62,7%
Pearson Chi-Square	2,108	,935	1,092	,878	2,370

Tenslotte laat de onderstaande Tabel 4.22 een binominale logistische regressieanalyse zien die de relatie betreft tussen de getransformeerde variabele "keuze voor legaal/illegaal downloaden" en de visie van respondenten op de machtsongelijkheid in de video gamesindustrie. Ondanks dat al duidelijk was dat er géén significante verschillen bestaan tussen mensen die enkel legaal downloaden en de andere categorie, laat de onderstaande analyse zien dat géén enkele vorm van machtsongelijkheid een significante rol speelt in de kans om enkel legaal te downloaden. Uit de Hosmer en Lemeshow Test (1989) van zowel de aspecten van machtsongelijkheid los van elkaar ($Sig=,079$) als machtsongelijkheid samen berekend tot één variabele ($Sig=,456$) blijkt dat er géén significante verschillen bestaan tussen de frequentie van de diverse factoren die in de data wordt waargenomen en de frequentie zoals die door het model voorspeld wordt. De extreem lage Nagelkerke's R^2

demonstreert dat machtsongelijkheid 0,5% de variantie in de keuze voor legaal/illegaal downloaden verklaart.

Tabel 4.22 De visie van gebruikers betreffende de machtsongelijkheid in de video gamesindustrie ($N=149$).

Factors	B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)	95% C.I. for EXP(B)	
							Lower	Upper
Machtspositie	-,476	,590	,650	1	,420	,622	,196	1,975
Financiële positie	,433	,790	,301	1	,583	1,542	,328	7,249
Invloed hebben op...	-,212	,370	,328	1	,567	,809	,392	1,671
Invloed willen hebben op...	,455	,383	1,416	1	,234	1,577	,745	3,339
Constant	-,441	1,179	,140	1	,709	,644	,196	1,975
Nagelkerke's $R^2=,025$								
Machtsongelijkheid	-,225	,284	,625	1	,429	,799	,457	1,395
Constant	,622	,787	,624	1	,429	1,863		
Nagelkerke's $R^2=,005$								

Hypothese 5, die stelt dat de keuze voor enkel legaal downloaden wordt beïnvloed door de visie op machtsongelijkheid van de gebruiker, kan door het bovenstaande worden verworpen. Machtsongelijkheid speelt geen significante rol in de keuze voor enkel legaal downloaden. Het speelt géén rol wat de respondenten vinden van de machtsrelaties, waar ze volgens hen invloed op hebben of waar ze invloed op zouden willen hebben.

4.3.7 Hypothese 6: "Irreversible foreclosed choices"

Mosemghvdlshvili en Jansz (2013) stellen dat naast een relevante sociale groep en machtsongelijkheid zoiets als "irreversible foreclosed choices" een rol kunnen spelen in de sociale ontwikkeling van een technologie. Een "irreversible foreclosed choice" is een keuze die de gebruiker maakt ten aanzien van een technologie, die beïnvloed wordt door de onderliggende keuzes gemaakt om die technologie. Simpel gezegd: de maker en de gebruiker van een technologie hebben in het verleden dingen gedaan met een technologie waardoor gebruikers tegenwoordig alleen maar een bepaalde kant op kunnen met een technologie (Mosemghvdlshvili & Jansz, 2013). Een voorbeeld is de implementatie van DRM op video games, maar ook andere mediaobjecten. Omdat video games makkelijk te hacken waren in het verleden en dus illegaal gedownload konden worden, is DRM geïmplementeerd als anti-piraterij strategie (Lobato & Thomas, 2013). Een gebruiker kan kiezen voor illegaal downloaden, omdat video games op zulke distributiekanaal per definitie DRM vrij zijn. De hypothese, die in het theoretisch kader gegeven is, luidt:

H6: De keuze voor enkel legaal downloaden wordt beïnvloed door de visie op "irreversible foreclosed choices" van de gebruiker.

In de enquête is de respondenten ($N=149$) een aantal vragen gesteld wat betreft hun mening over de handigheid en gemak in gebruik van legale en/of illegale online distributiesystemen van video games. Deze vragen hebben allemaal betrekking op de in het theoretisch kader genoemde "irreversible foreclosed choice" van Digital Rights Management. De respondenten hebben aangegeven in welke mate zij het eens zijn met stellingen die betrekking hebben op DRM. DRM zelf is niet genoemd als begrip, omdat, zoals in het theoretisch kader en methodologie ook al is aangegeven, dit begrip een negatieve connotatie kan hebben. Zo zijn de antwoorden van de respondent niet beïnvloedt (Loebbecke, 2010). Hieronder worden de stellingen besproken met betrekking tot DRM en de mate waarin de respondenten het (sterk) eens dan wel (sterk) oneens zijn met die stellingen, gekoppeld aan hun keuze voor legaal/illegaal downloaden. Vervolgens volgt een binominale logistische regressieanalyse van die stellingen, waarmee de hypothese wordt verworpen dan wel bevestigd.

Op de volgende pagina bevindt zich Tabel 4.23, die de relatie weergeeft tussen de mate waarin de respondenten ($N=149$) het (sterk) eens dan wel (sterk) oneens zijn met de stellingen gerelateerd aan DRM, gekoppeld aan de keuze voor legaal/illegaal downloaden. Twee verschillen tussen mensen die enkel legaal downloaden en mensen die beide vormen hanteren, zijn significant. Zo is 97,4% van de respondenten die enkel legaal downloadt, het (sterk) eens met de stelling dat het handig is dat ze op een legaal distributieplatform kunnen downloaden van een breed genreaanbod, terwijl dat percentage bij mensen die zowel legaal als illegaal downloaden lager ligt (86,1%). Een nog opvallender verschil tussen enkel legale downloaders en de andere categorie is het feit dat maar liefst 48,7% van de enkel legale downloaders het (sterk) eens is met de stelling dat het belangrijk is dat downloaden niet breekt met de wet. Bij mensen die zowel legaal als illegaal downloaden ligt dit percentage echter een stuk lager: slechts 27,8% van die categorie is het (sterk) eens met de stelling. Het percentage dat het (sterk) oneens is met de stelling dat downloaden de wet niet breekt, ligt een stuk hoger (41,7%) ten opzichte van mensen die enkel illegaal downloaden (6,6%).

Wat betreft de totale houding van de respondenten ten opzichte van DRM, lijken de respondenten vrij positief ten opzichte van de restricties die DRM oplegt. Zo geeft maar liefst 87,8% van de respondenten aan dat hij of zij het handig vindt dat een video game meteen gedownload en gespeeld kan worden, terwijl rechthebbenden en content distributiesystemen vaak onzeker zijn over de de handigheid van het implementeren van DRM (Loebbecke, 2010). Tabel B2.14 in Bijlage 2.5 laat tevens zien dat mensen die het (sterk) eens zijn met de stelling, dat het handig is dat een video game meteen gespeeld kan worden via legale distributieplatforms, dit ook vaak vinden van het downloaden van video games via illegale distributieplatforms (73,8%).

Tabel 4.23 De relatie tussen de Digital Rights Management relateerde stellingen en de keuze voor legaal/illegaal downloaden (N=149).

	Keuze voor legaal/illegaal downloaden									Pearson Chi-Square
	Alleen legaal			Beide			Totaal			
	(Sterk) mee eens	Neutraal	(Sterk) mee oneens	(Sterk) mee eens	Neutraal	(Sterk) mee oneens	(Sterk) mee eens	Neutraal	(Sterk) mee oneens	
DRM										
Ik vind het handig dat ik van een breed genre van video games kan downloaden.	97,4%	1,3%*	1,3%*	86,1%	11,1%	2,8%*	91,9%	6,1%	2,0%*	6,7***
Ik vind het handig dat ik van een breed aanbod voor specifieke consoles kan downloaden.	61,8%	30,3%	7,9%	63,9%	29,2%	6,9%	62,8%	29,7%	7,4%	0,085
Ik vind het handig dat ik een video game kan downloaden en het meteen kan spelen.	90,8%	6,6%	2,6%*	84,7%	12,5%	2,8%*	87,8%	9,5%	2,7%*	1,528
Het is belangrijk voor me dat een video game spelen niet breekt met de werk.	48,7%	44,7%	6,6%	27,8%	30,6%	41,7%	38,5%	37,8%	23,6%	25,4***
Het is makkelijk om video games te kopen en downloaden.	93,4%	3,9%	2,6%*	83,3%	11,1%	5,6%*	88,5%	7,4%	4,1%	3,758
Het is makkelijk om video games te downloaden, vanwege de downloadsnelheid.	60,5%	25,0%	14,5%	61,1%	22,2%	16,7%	60,8%	23,6%	15,5%	0,237
Het is makkelijk om een video game te spelen vanwege de internetverbinding.	35,5%	22,4%	42,1%	37,5%	31,9%	30,6%	36,5%	27,0%	36,5%	2,646
Het is makkelijk om een video game te spelen op een ander apparaat.	22,4%	43,4%	34,2%	36,1%	26,4%	37,5%	29,1%	35,1%	35,8%	5,5**

** p=<0,1

*** p=<0,05

De onderstaande Tabel 4.24 toont een binominale logistische regressieanalyse die de relatie betreft tussen de getransformeerde variabele "keuze voor legaal/illegaal downloaden" en houding van respondenten ten opzichte van DRM. De twee zaken die blijken een significante rol te spelen zijn de handigheid om van een breed genreaanbod te kunnen downloaden en het belang dat downloaden niet breekt met de wet. De houding ten opzichte van DRM in zijn geheel is tevens significant. Uit de Hosmer en Lemeshow Test (1989) van de losse DRM aspecten blijkt dat er géén significante verschillen bestaan tussen de frequentie van de diverse factoren die in de data wordt waargenomen en de frequentie zoals die door het model voorspeld wordt (Sig. =,773). Wat betreft DRM in zijn geheel is er wel sprake van een significant verschil. Dit geeft echter niet, want deze test is acceptabel bij $N > 400$ (King, 2008). De *Wald Statistic* toont aan dat het breken van de wet de grootste verklaringskracht heeft ($Wald=20,036$), gevolgd door de handigheid om van een breed genreaanbod te kunnen downloaden ($Wald=12,758$). Wat betreft het genreaanbod, neemt de kans om enkel legaal te downloaden af met ,238 ($e = -1,435$). Dat wil zeggen dat de kans dat een respondent enkel legaal downloadt afneemt met 71,7% ($((0,238-1) \times 100)$) naar mate de respondent het minder eens is met de handigheid van een uitgebreid genreaanbod. Omgedraaid is het iets simpeler: iemand die een uitgebreid genreaanbod heel handig vindt, heeft een grotere kans om enkel legale downloader te zijn. Wat betreft downloaden en het breken van de wet, neemt de kans om enkel legaal te downloaden af met ,415 ($e = -,879$). Dat wil zeggen dat de kans dat een respondent enkel legaal downloadt afneemt met 58,5% ($((0,415-1) \times 100)$) naar mate hij of zij het minder eens is met het idee dat downloaden de wet niet moet breken. Ook dit is omgekeerd wellicht duidelijker: hoe meer iemand vindt dat downloaden de wet niet mag breken, hoe groter de kans dat hij of zij enkel legaal downloadt. Tabel 4.21 laat tenslotte ook zien dat de *Wald Statistic* van Digital Rights Management een grote verklaringskracht heeft ($Wald=6,544$). Wat betreft DRM, neemt de kans op enkel legaal downloaden af met ,897 ($e = -,109$). De kans om enkel legaal te downloaden neemt dus af met 10,3% naar mate iemand het minder eens is met DRM. De kans dat iemand alleen legaal downloadt, neemt toe naar mate iemand het meer eens is met DRM.

Tabel 4.24 De houding van gebruikers ten opzichte van DRM ($N=149$)

DRM Factors	B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)	95% C.I. for EXP(B)	
							Lower	Upper
Ik vind het handig dat ik van een breed genre van video games kan downloaden.	-1,435	,402	12,758	1	,000***	,238	,108	,523
Ik vind het handig dat ik van een breed aanbod voor specifieke consoles kan downloaden.	,282	,220	1,647	1	,199	1,326	,862	2,039
Ik vind het handig dat ik een video game kan downloaden en het meteen kan spelen.	,496	,315	2,487	1	,115	1,643	,886	3,043
Het is belangrijk voor me dat een video game spelen niet breekt met de werk.	-,879	,196	20,036	1	,000***	,415	,282	,610
Het is makkelijk om video games te kopen en downloaden.	-,093	,325	,083	1	,774	,911	,482	1,722
Het is makkelijk om video games te downloaden,	-,068	,212	,103	1	,749	,934	,617	1,415

vanwege de downloadsnelheid.								
Het is makkelijk om een video game te spelen vanwege de internetverbinding.	,126	,173	,531	1	,466	1,135	,808	1,594
Het is makkelijk om een video game te spelen op een ander apparaat.	,238	,203	1,375	1	,241	1,268	,852	1,888
Constant	2,479	,908	7,457	1	,006	11,928		
Nagelkerke's R ² = ,276								
Hosmer and Lemeshow Test >,0,05								
Digital Rights Management	-,109	,043	6,544	1	,011***	,897	,825	,975
Constant	2,026	,789	6,587	1	,010	7,583		
Nagelkerke's R ² = ,062								
Hosmer and Lemeshow Test <0,05								

Hypothese 6, die stelt dat de keuze voor enkel legaal downloaden wordt beïnvloed door de visie op "irreversible foreclosed choices" van de gebruiker, kan op basis van de bovenstaande Tabel 4.24 geaccepteerd worden. Een "irreversible foreclosed choice", zoals DRM, beïnvloedt de kans op enkel legaal downloaden positief naar mate iemand het meer en meer eens is met DRM. Het brede genreaanbod en het niet breken van de wet spelen hierbij een significante rol.

Hoofdstuk 5 Conclusie

5.1 Samenvatting & beantwoording hoofdvraag

Om te verhelderen waar dit onderzoek over ging, is hieronder een samenvatting gegeven van de theoretische grondslag. Tegenwoordig het nog steeds mogelijk is om video games met hoesje en CD-rom aan te schaffen in de winkel, maar online distributie is tegenwoordig een steeds groter wordend succes. Fysieke distributie bracht allerlei beperkingen met zich mee (Casadesus-Masanell & Hervas-Drane, 2010) en consumenten kregen steeds meer de mogelijkheid om hun mediaproducten illegaal te consumeren (Allen-Robertson, 2013). Als reactie op de massale toename van illegaal downloaden, ontstond online distributie. Dit werd beschouwd als een alternatieve keuze voor het illegale P2P file sharing, maar ook voor fysieke verkoop. Het is digitale piraterij geweest dat een gevaar heeft gevormd voor fysieke verkoop en mediabedrijven hebben erop gereageerd door digitale distributieplatforms op te richten (Casadesus-Masanell & Hervas-Drane, 2010). De video gamesindustrie hanteert allerlei strategieën om legale online distributie aantrekkelijk te maken voor hun gebruikers door de gebruikers allerlei extra's en mogelijkheden te bieden (Peitz & Waelbroeck, 2006), maar het is nog geheel onduidelijk hoe gebruikers van zulke online distributieplatforms zelf aankijken tegen die mogelijkheden. Wat speelt een rol volgens gebruikers? De centrale vraag van deze thesis luidt dan ook:

RQ: *Welke rol spelen de gebruikersmogelijkheden van legale online distributieplatforms van video games en de relevante sociale achtergrond van gebruikers in hun keuze voor legaal en/of illegaal downloaden?*

Om de deelvraag te kunnen beantwoorden wat legale en illegale online distributieplatforms voor video games zijn, is het zaak om deze vraag te deconstrueren. Video games zijn een soort digitale interactie, waarin de speler voor verschillende uitdagingen komt te staan (Zackariasson & Wilson, 2012). Wat betreft de waardeketen van de video gamesindustrie: een video game start bij de developer, gaat naar de uitgever, die stuurt het spel naar de distributeur en de distributeur stuurt een game naar de verkoper, waardoor het uiteindelijk terecht komt bij de consument. De developer is nog afhankelijk van het type hardware dat de consument moet gebruiken (Egenfeldt-Nielsen et al., 2009; Zackariasson & Wilson, 2012). Met de komst van digitale distributie zijn de spelers 'distributeur' en 'verkoper' gaan overlappen; in het model van digitale distributie is de retailer verdwenen (Fields, 2010). Video games, ongeacht voor welke hardware ze zijn ontwikkeld, worden tegenwoordig massaal online gedistribueerd.

Legale en illegale digitale distributieplatforms hebben allerlei technologische en sociale overeenkomsten en verschillen. Wat betreft de technologische overeenkomsten en verschillen, verschillen legale en illegale online distributie op grond van het content distributiesysteem waarvan zij gebruik maken (Gareeb et al., 2013). Een legaal distributienetwerk als Steam maakt gebruik van het cliënt/server model om de video game content te distribueren (Chambers et al., 2005). Illegale netwerken maken gebruik van P2P (Meng, 2012). Verder bieden zowel de legale online distributiesystemen als de illegale distributiesystemen spellen voor meerdere gaming platforms. Wat betreft het sociale aspect, bieden veel legale distributieplatforms een zogenoemde community. Daarnaast bieden legale distributieplatforms MMORPGs aan, terwijl illegale distributieplatforms dit over het algemeen niet aanbieden. MMOs functioneren technologisch gezien op grond van een client/server systeem, hetzelfde systeem waarvan legale distributieplatforms gebruik maken.

Om het idee van "gebruikersmogelijkheden" en "relevante sociale achtergrond" te verhelderen en daarmee de deelvraag te beantwoorden op welke manieren individuen gebruik maken van mediaproducten, zijn twee benaderingen gebruikt: de uses & gratifications theorie en de Social Shaping of Technology benadering. De rollen, behoeften en keuzes van gebruikers kunnen begrepen worden door middel van de U&G. De U&G poogt te verklaren dat mensen bepaalde motieven hebben voor hun gedrag en probeert de consequenties te identificeren die het resultaat zijn van bepaalde motieven en gedrag (Shao, 2009). Volgens Shao (2009) kunnen gebruikers primair op drie manieren gebruik maken media, namelijk door te consumeren, te participeren en te produceren. Wat betreft de online distributie van video games, wordt consumptie gefaciliteerd doordat gebruikers een digitaal distributieplatform kunnen bezoeken en daar hun video games kunnen aanschaffen en via het distributieplatform het spel kunnen spelen. Participatie wordt toegestaan door bijvoorbeeld communities aan te bieden of mensen de mogelijkheid te geven om een video game te bekritisieren. Productie wordt toegestaan door een platform te bieden waarop gamers hun eigen gecreëerde video game content kunnen delen met anderen.

De keuzes voor media kunnen verder begrepen worden door middel van de Social Shaping of Technology en de Social Construction of Technology. De SST verklaart dat technologie zich niet puur ontwikkelt door technische logica, maar dat ze zich ontwikkelt door sociale invloeden op de creatie en het gebruik ervan (Williams & Edge, 1996). Die sociale invloeden zijn onder andere de relevante sociale groep, machtsongelijkheid en "irreversible foreclosed choices". De relevante sociale groep is bijvoorbeeld het geslacht, de leeftijd of afkomst. Machtsongelijkheid kan betrekking hebben op de houding die mensen hebben ten aanzien van de video gamesindustrie. "Irreversible foreclosed choices" zijn keuzes die gebruikers maken rondom technologieën, die beïnvloed zijn door eerdere keuzes betreffende voorlopers van die technologie. DRM is hier een voorbeeld van.

De hoofdvraag van deze thesis was dus welke rol de gebruikersmogelijkheden van legale online distributieplatforms van video games en de relevante sociale achtergrond van gebruikers in hun keuze voor legaal en/of illegaal downloaden spelen. Deze vraag is beantwoord aan de hand van een

online enquête, die uitgezet is op de fora van Steam, Origin, Uplay, Green Man Gaming, Good Old Games, Desura, Xbox Live, Playstation Network, App Store en Google Play. De eerste deelvraag luidde: wie zijn de gebruikers van legale online distributieplatforms? Het aantal volledig ingevulde enquêtes is $N=149$, waarvan 82,4% man is en 17,6% vrouw. De meeste respondenten zijn tussen de 18-24 jaar (42,5%) en de gemiddelde leeftijd is 24,53 ($SD=7,78$ jaar). Het gros van de respondenten (61,4%) komt uit Europa en de rest uit Noord-Amerika (24,8%) of andere continenten (13,8%). Dit beantwoordt de derde deelvraag. Respondenten zijn positief tot zeer positief ten aanzien van legaal downloaden, terwijl de meeste respondenten een neutrale houding hebben ten aanzien van illegaal downloaden (45,1%). De resultaten zijn geanalyseerd aan de hand van een binominale logistische regressieanalyse.

De vierde deelvraag luidde: welke rol spelen de gebruikersmogelijkheden van legale online distributieplatforms van video games in de keuze van gebruikers voor legaal en/of illegaal downloaden? De gebruikersrollen consumptie en participatie spelen een significante rol in de keuze van de onderzochte respondenten voor legaal en/of illegaal downloaden. Als een respondent consumeert via legale online distributiekanaalen voor video games, dan neemt de kans met 70,2% toe dat hij alleen legaal downloadt. De achterliggende motivaties spelen daarbij tevens een significante rol: naar mate respondenten meer gemotiveerd zijn om te consumeren op legale distributiekanaalen, neemt de kans dat ze alleen legaal downloaden toe met 31,1%. De gebruikersmogelijkheid consumptie faciliteert dus de keuze voor enkel legaal downloaden in deze thesis. Wat betreft de gebruikersmogelijkheid participatie, is ook een positief effect te zien. Naar mate een respondent actiever deelneemt aan sociale interactie met zowel andere spelers als video games content op legale distributiekanaalen, neemt de kans dat hij of zij alleen legaal downloadt toe met 17,7%. De mogelijkheid tot participatie speelt dus een bevorderende rol in de keuze voor enkel legaal downloaden in deze thesis. De mogelijkheid tot productie speelt hier echter géén rol in de keuze voor legaal en/of illegaal downloaden. Er is niet eens sprake van een negatief effect ($Sig.=,391$ en dus $p=>0,05$).

De vijfde deelvraag luidde: welke rol spelen de achtergrondfactoren van gebruikers van legale online distributieplatforms van video games in hun keuze voor legaal en/of illegaal downloaden? Wat betreft de sociale relevante achtergronden, die het gebruik van een technologie kunnen bepalen, speelt enkel de "irreversible foreclosed choices" een rol. Welk geslacht iemand heeft ($Sig.=,305$ en dus $p=>0,05$) en hoe oud iemand is ($Sig.=,621$ en dus $p=>0,05$), speelt géén significante rol in de keuze voor legaal en/of illegaal downloaden in de hier onderzochte groep, net als houdingen van respondenten ten aanzien van de machts(on)gelijkheid in de video gamesindustrie ($Sig.=,429$ en dus $p=>0,05$). Wat betreft de relevante sociale groep doet het er overigens wel toe of iemand uit Europa komt of niet ($Sig.=,002$ en dus $p=<0,05$). Als een respondent uit Europa komt, dan neemt de kans dat hij of zij enkel legaal downloadt af met 73,4%. De kans is groter dat hij of zij beide vormen van downloaden hanteert. De onafhankelijke variabele relevante sociale groep is echter niet betrouwbaar,

zo blijkt uit de *intercoder reliability test* ($\Rightarrow,7$). Wat betreft de "irreversible foreclosed choices", in dit onderzoek DRM, is een negatief effect te zien. De verwachting, op basis van het theoretisch kader, was dat respondenten kiezen voor illegaal downloaden, wanneer ze DRM hekelen. Mensen die geen problemen zouden hebben met DRM, zouden dan eerder (ook) legaal downloaden. De resultaten zijn geheel in lijn met deze verwachtingen: naar mate de houding ten aanzien van DRM negatiever wordt (ofwel het minder eens is met de aspecten van DRM), neemt de kans dat respondenten alleen legaal downloaden af met 10,3%.

5.2 Discussie

Dit onderzoek heeft een bijdrage geleverd aan de discussie omtrent online distributie en illegale online piraterij, maar ook aan het begrip van de uses & gratifications theorie en de Social Shaping/Construction of Technology benadering. Online piraterij, het stelen van intellectueel eigendomsrecht van digitale mediaproducten, vormt een grote bedreiging voor de rechtshebbenden in de digitale mediaindustrie (Hill, 2007). Digitale distributie is ontstaan als een reactie op de illegale netwerken die zijn ontstaan in de jaren negentig en begin eenentwintigste eeuw (Allen-Robertson, 2013). Met enorme groei van illegale piraterij, zijn video gameontwerpers hun beschermingsstrategieën gaan aanpassen en hun producten aantrekkelijker gaan maken ten opzichte van de illegale kopie. De meeste digitale media industrieën zijn zwaar geraakt door illegaal downloaden, maar de video gamesindustrie is niet zo zwaar geraakt als andere industrieën (Peitz & Waelbroeck, 2006). Volgens Allen-Robertson (2013) is de ontwikkeling van zowel legale online distributie en illegaal downloaden in elke digitale mediaindustrie circulair; zodra de legale digitale distributieplatforms zich ontwikkelen, ontwikkelen de illegale netwerken zich. Zodra deze zich weer ontwikkelen, moet legale distributie zich weer verder ontwikkelen (Allen-Robertson, 2013). De resultaten van deze thesis suggereren dat de legale online distributiewereld van de video gamesindustrie, om de keuze voor enkel legaal downloaden te bepalen voor hun gebruikers, zich het beste zou kunnen toeleggen op het ontwikkelen van consumptie- en participatiemogelijkheden en DRM. Deze mogelijkheden zorgen er namelijk voor dat gebruikers eerder kiezen voor enkel legaal downloaden.

Deze thesis heeft tevens een bijdrage geleverd aan het onderzoek naar de uses & gratifications theorie. De U&G theorie, zoals beschreven door Shao (2009), wordt ter discussie gesteld door de resultaten van dit onderzoek. Respondenten kiezen voor een bepaald medium, maar de behoeften die daarmee gepaard gaan, spelen niet per definitie een rol in die keuze. Volgens Shao (2009) zijn consumptie, participatie en productie verbonden aan bepaalde behoeften, maar enkel bij consumptie spelen de behoeften van respondenten daadwerkelijk een rol in de keuze van respondenten voor een bepaalde vorm van mediagebruik. De resultaten stellen bijvoorbeeld ter discussie dat gebruikers produceren vanwege zelfexpressie en zelfrealisatie (Shao, 2009). Die behoeften spelen in dit

onderzoek geen rol. Dit onderzoek demonstreert dus dat een bepaalde vorm van mediagebruik niet zo nauw verbonden is met de specifieke behoeften die Shao (2009) lijkt te suggeren.

Ook is het onderzoek naar de Social Shaping/Construction of Technology (SST/SCOT) benadering ter discussie gesteld. Bijker (2010) heeft gesteld dat de relevante sociale groep, bijvoorbeeld de leeftijd of het geslacht, een rol speelt in de keuze en het gebruik van een mediatechnologie. Dit onderzoek heeft gedemonstreerd dat dit in de keuze door respondenten voor legale online distributie van video games geen rol speelt. Ook wat betreft machtsongelijkheid tussen de spelers in de video gamesindustrie, die bij App ontwikkeling wel een rol speelt – spelers veranderen door machtsverschuivingen in een soort "gatekeepers" (Mosemghvdlishvili & Jansz, 2013) –, speelt in de video gamesindustrie geen rol.

Verder hebben onderzoekers enorme nadruk gelegd op wat de video gamesindustrie te bieden heeft, maar niet naar datgene wat de consument eigenlijk wil. In het onderzoek van Allen-Robertson (2013) lijkt het onbelangrijk welke rol gebruikers hebben gehad in het idee van digitale distributie als alternatief voor illegaal downloaden. Ontwikkelaars van zowel legale als illegale platforms lijken steeds de wensen van de consument en de ontwikkelaar zelf tegemoet willen komen, maar wat die wensen van de consument eigenlijk zijn, is niet duidelijk. Ook Zackariasson en Wilson (2012) bespreken de waardeketen van de video gamesindustrie zeer helder, maar de consument is daarin niemand meer dan de persoon die de video games aanschaft. De resultaten van dit onderzoek stellen dergelijke besprekingen van de video gamesindustrie ter discussie, omdat ze licht schijnen op het willen en weten van de consument. Het stelt bijvoorbeeld ter discussie of het daadwerkelijk nodig is om video games te verkopen voor zoveel verschillende consoles. In dit geval is het antwoord voor de respondenten van dit onderzoek "ja", want consumptie speelt een significante rol. Postigo (2007) heeft wel licht gescheden op de consument, door te exposeren hoe de fan-programmeurs cultuur eruit ziet en hoe diep geworteld deze is in online gaming communities. Echter, onder de respondenten van dit onderzoek, blijkt dat het produceren van video games content geen significante rol speelt in hun keuze voor legaal dan wel illegaal downloaden. Die resultaten doen de vraag oproepen hoe diep die programmeurscultuur eigenlijk geworteld zit.

Overigens is in dit onderzoek bewust de keuze gemaakt om enkel Digital Rights Management te beschouwen als een "irreversible foreclosed choice". Uit het theoretisch kader blijkt dat er nog andere keuzes wat betreft legaal dan wel illegaal downloaden gemaakt kunnen worden, waaronder het onderliggende technologische mechanisme (P2P versus cliënt/server). Het grote verschil tussen DRM en P2P/ cliënt/server als "irreversible foreclosed choices" is dat video gamers waarschijnlijk beter bekend zijn met DRM dan met de technologische mechanismen als P2P of cliënt/server. DRM is, zoals eerder als is gebleken, geregeld kritisch besproken op websites gericht op gaming (Sarkar, 2013b). Vooral het cliënt/server mechanisme is vrij onbekend bij gebruikers, omdat het een zeer ingewikkeld systeem is (Windsor, 1999). Vandaar dat DRM in eerste instantie betrokken is in dit

onderzoek. Tevens is ook wegens praktische redenen, namelijk de lengte van de survey, de kwestie van “irreversible foreclosed choices” beperkt tot DRM.

5.3 Beperkingen

Het empirische onderzoek in deze thesis is gelimiteerd door de grootte van het onderzoek. De Hosmer en Lemeshow (1989) toets, die is uitgevoerd om de Goodness-of-fit te toetsen van de data en het originele model, is acceptabel bij een minimum van $N=400$. Dit onderzoek is uitgevoerd met slechts $N=149$. Om een grote populatie te representeren is een groot aantal respondenten essentieel (Mulder & Yaar, 2007). De populatie in dit onderzoek is niet exact te definiëren, maar de diverse cijfers van Steam, het Playstation Network en andere digitale distributiesystemen laten zien dat de populatie meer dan honderd miljoen is. De representativiteit van respons is twijfelachtig. Bethlehem en Biffignand (2012) hebben gewaarschuwd dat online enquêtes, de hier gebruikte empirische methode, vaak een lage respons hebben en dit onderzoek ondersteunt die waarschuwing. Ondanks de oplossingen van Fan en Yan (2010), is de respons nog steeds uitermate laag.

Een andere beperking van dit onderzoek is dat er géén rekening is gehouden met het economische aspect in de keuze voor legaal en/of illegaal downloaden. Een aantal respondenten heeft in de "comment box" aangegeven: "price plays a massive role in my willingness to buy legally" en "I missed the main reason for my use of illegal platforms, which is that I don't have to pay." Er bestaat een theorie die een antwoord zou kunnen bieden, namelijk de theorie van de rationale keuze. Volgens deze theorie kiezen mensen voor de optie die hun eigen winst het meest maximaliseert en hun eigen kosten het meest minimaliseert (Zey, 1998). Er is echter nog geen onderzoek bekend dat rationele keuze aan de keuzes in media relateert.

Tenslotte is ook in de resultaten de keuze gemaakt om de respondenten, die hebben aangegeven zowel legaal als illegaal te downloaden, en de respondenten, die enkel illegaal downloaden, samen te voegen. Het aantal respondenten dat heeft aangegeven enkel illegaal te downloaden, was zodanig laag ($N=4$), dat het onmogelijk was om deze als aparte categorie te bestuderen. Dit onderzoek heeft daardoor weinig licht kunnen schijnen op het gebruik en motieven omtrent illegaal downloaden; er is geen categorie waarmee “beide” gebruikers ($N=72$) vergeleken kunnen worden. Ongeacht wat de enkel illegale downloaders hebben geantwoord, de respons van deze categorie is per definitie lager dan vijf. De respons rate van deze categorie is dus te laag om mee te nemen in het onderzoek. Dit is problematisch, omdat dit afbreuk doet aan de representativiteit van een onderzoek. Hierdoor kan er, als gezegd, sprake zijn van een "biased sample", waarbij de ene categorie oververtegenwoordigd is ten opzichte van de andere categorie (Monette et al., 2011).

De resultaten van het onderzoek maken het dus mogelijk uitspraken te doen die betrekking hebben op de keuze door respondenten voor legaal downloaden, maar niet voor illegaal downloaden.

5.4 Implicaties voor toekomstig onderzoek

Toekomstig onderzoek naar de online distributie van video games, maar ook de media in zijn geheel, zou onder andere de relatie tussen rationele keuze theorie (Zey, 1998) en de keuzes voor media kunnen onderzoeken. Het meeste onderzoek naar de keuzes voor media is sociologisch en de theorie voor rationele keuze zou interessante, andere inzichten kunnen laten zien op die keuzes voor bepaald mediagebruik. Verder zou het onderzoek, uitgevoerd in deze thesis, uitgevoerd moeten worden op grotere schaal. Voordat het onderzoek gerepliceerd wordt, moet echter meer onderzoek gedaan worden naar de rol van de relevante sociale groep in de keuze voor video games en online distributie. Het doet namelijk vragen oproepen als: zijn de grenzen tussen relevante sociale groepen vervaagd door de komst van het internet? Speelt leeftijd en geslacht geen rol meer in het online aanschaffen van mediaproducten? Ook zou dit onderzoek uitgebreid kunnen worden door gebruikers van enkel illegale platforms te benaderen. Hierdoor zou wellicht een helder onderscheid gemaakt kunnen worden tussen “enkel legale downloaders” en “enkel illegale downloaders” en hun gebruik en motieven. Dat ontbreekt in dit onderzoek. Tenslotte verdient ook digitale distributie van video games meer aandacht. Het debat rondom online distributie versus illegaal downloaden heeft zich vooral gericht op de muziekindustrie, omdat deze industrie zwaar geleden heeft over de komst van illegaal downloaden (Casadesus-Masanell & Hervas-Drane, 2010). De video gamesindustrie heeft veel minder last gehad van illegaal downloaden en het stijgend aantal gebruikers laat zien dat de video gamesindustrie "iets goed doet". Wat doen video gamesbedrijven, waardoor digitale distributie steeds meer gebruikers heeft? De video gamesindustrie moet meer wetenschappelijke aandacht krijgen, zowel van sociologen als bedrijfskundigen.

En tenslotte...



Bron: <http://imgur.com/gTJqH>

Literatuurlijst

- Aberer, K. (2011). *Peer-to-Peer data management*. San Rafael: Morgan & Claypool. Doi: 10.2200/S00338ED1V01Y201104DTM015.
- Allen-Robertson, J. (2013). *Digital culture industry: a history of digital distribution*. New York: Palgrave MacMillan. Doi: 10.1057/9781137033475.
- Androutsellis-Theotokis, S., & Spinellis, D. (2004). A Survey of peer-to-peer content distribution technologies. *ACM Computing Surveys*, 36, 335-371.
- Ang, C.S., & Zaphiris, P. (2010). Social roles of players in MMORPG guilds: a social network analytic perspective. *Information, Communication & Society*, 13, 592-614.
- Barczak, G., & Wesley, D. *Innovation and marketing in the video game industry: avoiding the performance trap*. Surrey: Gower Publishing Limited.
- Barnett, J. & Coulson, M. Virtually real: a psychological perspective on massively multiplayer online games. *Review of General Psychology*, 14, 167-179. Doi: 10.1037/a0019442.
- Basham, R.E., Jordan, C., & Hoefler, R.A. (2010) > Reliability and validity in quantitative measurements. In B.A. Thyer (Red), *The handbook of social work research methods* (pp. 51-64). Thousand Oaks: SAGE Publications, Inc.
- Beck, A. (2014, 26 Maart). GDC 14: Getting paid to play with Green Man Gaming and Playfire. *Hardcore Gamer*. Geraadpleegd op <http://www.hardcoregamer.com>.
- Belleflamme, P. & Peitz, M. (2010). *Digital piracy: theory* (CESifo, Oktober 2010). Geraadpleegd op <https://www.cesifo-group.de>
- Bethlehem, J. & Biffignandi, S. *Handbook of web surveys*. Hoboken: John Wiley & Sons, Inc.
- Bijker, W.E. (2010). How is technology made? – That is the question! *Cambridge Journal of Economics*, 34, 63-76.
- Bowden, R.J. (1989). *Statistical games and human affairs: the view from within*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Brightman, J. (2013, 27 Maart). EA: "DRM is a failed dead-end strategy". *GamesIndustry International*. Geraadpleegd op <http://www.gamesindustry.biz>.
- Casadesus-Masanell, R. & Hervas-Drane, A. (2010). Competing against online sharing. *Management Decision*, 48, 1247-1260. Doi: 10.1108/00251741011076771.
- Chambers, C., Feng, W., Sahu, S., & Saha, D. (oktober 2005). *Measurement-based characterization of a collection of on-line games*. Paper gepresenteerd op de vijfde ACM SIGCOMM conference on internet Measurement, Berkeley, Verenigde Staten. Geraadpleegd via <http://dl.acm.org>.
- Choi, D.Y. & Perez, A. (2007). Online piracy, innovation, and legitimate business models. *Technovation*, 27, 168-178. Doi: 10.1016/j.technovation.2006.09.004.

- Cole, H. & Griffiths, M.D. (2007). Social interactions in massively multiplayer online role-playing gamers. *CyberPsychology & Behavior*, 10, 575-583. Doi: 10.1089/cpb.2007.9988.
- Collins, K. (2014). Breaking the fourth wall? User-generated sonic content in virtual worlds. In M. Grimshaw (Red.), *The Oxford handbook of virtuality* (pp. 351-363). New York: Oxford University Press.
- Conditt, J. (2013, 15 Jan). Steam has 75 million active users, Valve announces at Dev Days. *Joystiq*. Geraadpleegd op <http://www.joystiq.com>
- Cools, K., Geerts, P.G.F.A., Kroeze, M.J. & Pijls, A.C.W. (2009). *Het recht van enquête: een empirisch onderzoek*. Deventer: Kluwer BV.
- Crawford, G. (2012). *Video gamers*. Oxon: Routledge.
- Dann, S. & Dann, S. (2011). *E-marketing: theory and application*. Hampshire: Palgrave MacMillan.
- Darroch, C. (2012). Problems and progress in the protection of videogames: a legal and sociological perspective. *The Manchester Review of Law, Crime and Ethics*, 136-172.
- De Prato, G., Lindmark, S. & Simon, J.P. (2012). The evolving European video games software ecosystem. In P. Zackariasson & T.L. Wilson (Red.), *The video game industry: formation, present state, and future* (pp. 221-243) New York: Routledge.
- Deuze, M. (2007). Convergence culture in the creative industries. *International Journal of Cultural Studies*, 10, 243-263. Doi: 10.1177/1367877907076793.
- Dierckx, M. & Bartelson, E. (2012). Nederlandse gamesindustrie maakt van een achterstand een internationale voorsprong. *Gamesmonitor*, 2012, 58-77.
- Ducheneaut, N. & Moore, R.J. (November 2004). *The social side of gaming: a study of interaction patterns in a massively multiplayer online game*. Paper gepresenteerd op de ACM Conference on Computer Supported Co-operative Work, New York, Verenigde Staten. Doi:10.1145.1031607.1031667.
- Egenfeldt-Nielsen, S., Heide Smith, J., & Pajares Tosca, S. (2009). *Understanding video games: the essential introduction*. New York: Routledge.
- Facepunch Studios (Developer) & Garry Newman (Designer). (2004). *Garry's Mod* [video game]. Bellevue: Valve Corporation.
- Fan, W. & Yan, Z. (2010). Factors affecting response rates of the web survey: a systematic review. *Computers in Human Behavior*, 26, 132-139. Doi: 10.1016/j.chb.2009.10.015.
- Fielding, J. (2008). Coding and managing data. In N. Gilbert (red.), *Researching social life* (pp. 323-352). London: SAGE Publications, Ltd.
- Fields, T. (2010). *Distributed game development: harnessing global talent to create winning games*. Burlington: Focal Press.
- Galloway, A. *Gaming: essays on algorithmic culture*. Minneapolis: University of Minnesota Press
- Ghareeb, M., Rouibia, S., Parrein, B., Raad, M., & Thareau, C. (juni 2013). *P2Pweb: a client/server and P2P hybrid architecture for content delivery over internet*. Paper gepresenteerd op de

- derde International Conference on Communications and Information Technology, Beirut, Libanon. Geraadpleegd via <http://ieeexplore.ieee.org>.
- Gilbert, N. (2008). Research, theory and method. In N. Gilbert (Red.), *Researching social life* (3dedruk) (pp. 21-40). London: SAGE Publications Ltd.
- H.V. (2013, 24 Juli). Android's Google Play beats App Store with over 1 million apps, now officially largest. *Phone Arena.com*. Geraadpleegd op <http://www.phonearena.com>.
- Hardy, W., Krawczyk, M. & Tyrowicz, J. (2013). *Why is online piracy ethically different from theft? A vignette experiment* (University of Warsaw, 2013). Geraadpleegd op <http://www.wne.uw.edu.pl>
- Harris, D., Smith, M., Stephanidis, C., & Duffy, V. (2003). *Human-centered computing: cognitive, social, and ergonomic aspects*. London: Taylor & Francis, Ltd.
- Hess, T., & Matt, C. (2013). The internet and the value chains of the media industry. In S. Diehl & M. Karmasin (Red.), *Media and convergence management* (pp. 37-55). Heidelberg: Springer. Doi: 10.1007/978-3-642-36163-0.
- Hill, C. W. L. (2007). Digital piracy: causes, consequences, and strategic responses. *Asia Pacific Journal of Management*, 24, 9-25.
- Holmes, D. (2012). *A mind forever voyaging: a history of storytelling in video games*. North Charleston: CreateSpace Independent Publishing Platform.
- Hudson Soft (Developer). (2002). *MarioParty 4* [video game]. Kyoto: Nintendo. Redwood City: Electronic Arts.
- Hyman, P. (2006). State of the industry: video game piracy. *Game Developer*, 13, 13-18.
- Iuppa, N., Borst, T., & Simpson, C. (2010). *End-to-End game development: creating independent serious games and simulations from start to finish*. Burlington: Focal Press.
- Jackson, M. (2013, 23 Juli). EA Origin passes 50 million users milestone. Registered mobile users top 22 million. *Computer and Video Games*. Geraadpleegd op <http://www.computerandvideogames.com>.
- Jansen, E.P.W.A., Joostens, T.H., en Kemper, D.R. (2004). *Enquêteren: het opstellen en gebruiken van vragenlijsten* (derde druk). Groningen: Wolters-Noordhoff.
- Jenkins, H. (2004). The cultural logic of media convergence. *International Journal of Cultural Studies*, 7, 33-43. Doi: 10.1177/136787790404603.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: where old and new media collide*. New York: New York University Press.
- Juul, J. (2005). *Half-real: video games between real rules and fictional worlds*. Cambridge: MIT Press Books.
- Kain, E. (2013, 30 Mei). Good Old Games: GOG.com and the DRM-free revolution. *Forbes*. Geraadpleegd op <http://www.forbes.com>.

- Karaganis, J. (2011). Chapter 1: rethinking piracy. In J. Karaganis (Red.), *Media piracy in emerging economies* (pp. 1-74). New York: Social Science Research Council.
- Kesidis, G. (2011). *An introduction to models of online Peer-to-Peer social networking*. San Rafael: Morgan & Claypool Publishing. Doi: 10.2200/S00313ED1V01Y201011CNT008.
- King, J.E. (2008). Binary logistic regression. In J. Osborne (Red.), *Best practices in quantitative methods* (pp. 358-384). Thousand Oaks: SAGE Publications, Inc.
- Kirkman, R. (2003-heden). *The Walking Dead*. Berkeley: Image Comics.
- Kücklich, J. (2005). Precarious playbour: modders and the digital games industry. *The Fibreculture Journal*, 5 (11).
- Kühn, L. (2008). *Strategic management in the media: from theory to practice*. London: SAGE Publications Ltd.
- Landy, G.K. (2008). *The IT/Digital legal companion: a comprehensive business guide to software, IT, internet, media and IP Law*. Burlington: Syngress Publishing, Inc.
- LaRose, R. & Kim, J. (2007). Share, steal or buy? A social cognitive perspective of music downloading. *CyberPsychology & Behavior*, 10, 267-277. DOI: 10.1089/cpb.2006.9959
- Lemley, M.A. & Reese, R.A. (2004). Reducing digital copyright infringement without restricting innovation. *Stanford Law Review*, 56, 1345-1434.
- Levin, A.M., Conway Dato-on, M. & Manolis, C. (2007). Deterring illegal downloading: the effects of threat appeals, past behavior, subjective norms, and attributions of harm. *Journal of Consumer Behavior*, 6, 111-122. Doi: 10.1002/cb/211.
- Likert, R. (1932). A technique for the measurement of attitudes. *Archives of Psychology*, 140.
- Lobato, R. & Thomas, J. (2013). The business of anti-piracy: new zones of enterprise in copyright wars. In M. Castells & G. Cardoso (Red.), *Piracy cultures: how a growing porting of the global population is building media relationships through alternate channels of obtaining content* (pp. 186-202). Bloomington: Xlibris Corporation.
- Loebbecke, C., Bartscher, P., Weiss, T., & Weniger, S. (2010, June). Consumers' Attitudes to Digital Rights Management (DRM) in the German Trade eBook Market. In *International Conference on Mobile Business (ICMB) and Global Mobility Roundtable (GMR)*, IEEE, Athens, Greece, June (pp. 337-344).
- MacKenzie, D., & Wajzman, J. (1985). *The social shaping of technology: how the refrigerator got its hum*. Milton Keynes: Open University Press.
- Martin, C. B., & Deuze, M. (2009). The independent production of culture: a digital games case study. *Games and Culture*, 4, 276-295.
- Maxis (Developer) & Will Wright (Designer). (2000). *The Sims* [video game]. Redwood City: Electronic Arts.
- Maxis (Developer), Quigley, O. (designer), & Librande, S. (designer). (2013). *SimCity* [video game]. Redwood City: Electronic Arts.

- McMurry, A.J., Pace, R.W., & Scott, D. (2004). *Research: a commonsense approach*. Southbank: Thompson Social Science Press.
- Meng, B. (2012). Underdetermined globalization: media consumption via P2P networks. *International Journal of Communication*, 6, 467-483. Doi: 1932-8036/20120467.
- Miller, R. (2007). Cookin' with P2P: recipe for succes or flash in the pan? *Streaming Media Magazine (jun/jul)*, 32-38.
- Moens, M., Li, J. & Chua, T. (2014). Mining user generated content and its applications. In M. Moens, J. Li & T. Chua (Red.), *Mining user generated content* (pp. 3-18). Boca Raton: CRC Press.
- Monette, D.R., Sullivan, T.J. & DeJong, C.R. (2011). *Applied social research: a tool for the human services*. Belmont: Brooks/Cole.
- Mosemghvdlishvili, L. & Jansz, J. (2013). Negotiability of technology and its limitations. *Information, Communication & Society*, 16, 1596-1618. Doi: 10.1080/1369118X.2012.735252.
- Mulder, S. & Yaar, Z. (2007). *The user is always right: a practical guide to creating and using personas for the web*. Berkeley: New Riders.
- Murray, A. (2007). *The regulation of cyberspace: control in the online environment*. Oxon: Routledge-Cavendish.
- Newman, J. (2008). *Playing with videogames*. Oxon: Routledge.
- Nintendo Entertainment Analysis & Development (Developer), Ohta, K. (designer), Shimamura, T. (designer), & Yamashita, Y. (designer). (2006). *Wii Sports* [video game]. Kyoto: Nintendo.
- Novak, J. (2012). *Game development essentials: an introduction* (derde druk). New York: Delmar.
- Özsu, T., & Valduriez, P. (2011). *Principles of distributed database systems*. New York: Springer.
- Palfrey, J. & Gasser, U. (2013). *Born digital: understanding the first generation of digital natives*. Philadelphia: Basic Books.
- Pallant, J. (2011). *SPSS survival manual: a step by step guide to data analysis using SPSS* (vierde druk). Crows Nest: Allen & Unwin.
- Peitz, M., & Waelbroeck, P. (2006). Piracy of digital products: a critical review of the theoretical literature. *Information Economics and Policy* 18, pp. 449-476.
- Pinch, T., & Bijker, W.E. (1984). The social construction of facts and artefacts: or how the sociology of science and the sociology of technology might benefit each other. *Social Studies of Science*, 14, 399-441.
- Pink, H.G. (designer), Langley, A. (designer), & Ainsworth, S. (designer). (2012). *The Walking Dead: Season One* [video game]. Culver City: Skybound Entertainment.
- Pisani, M. (2013). *Consumption, informal markets, and the underground economy: Hispanic consumption in South Texas*. Hampshire: Palgrave Macmillan.
- Postigo, H. (2007). Of mods and modders: chasing down the value of fan-based digital game modifications. *Games and Culture*, 2, 300-313. Doi: 10.1177/1555412007307955.

- Pramaggiore, M., & Wallis, T. (2005). *Film: a critical introduction*. Londen: Laurence King Publishing Ltd.
- Procter, M. (2008). Measuring attitudes. In N. Gilbert (Red.), *Researching social life* (3de druk) (pp. 206-225). London: SAGE Publications Ltd.
- Proost, R. (2010). *My Kitchen Rules*. Darlinghurst, Aus: Seven Network.
- Rosengren, K. E. (1974). Uses and gratifications: A paradigm outlined. In J. G. Blumler & E. Katz (Red.), *The uses of mass communications: Current perspectives on gratifications research* (pp. 269-286). Beverly Hills, CA: Sage.
- Rougeau, M. (2014, 15 Jan). Steam rises to 75 million active users as Gabe hints at Greenlight goodbye. *Techradar*. Geraadpleegd op <http://www.techradar.com>
- Rowinski, D. (2013, 20 Aug.). The harsh reality for mobile developers trying to hit the top of App Store charts: how to retain your app users after they download from the App Store or Google Play. *Read Write*. Geraadpleegd op <http://readwrite.com>.
- Ruggiero, T. E. (2000). Uses and gratifications theory in the 21st century. *Mass Communication and Society*, 3, 3-37. Doi: 10.1207/S15327825MCS0301_02.
- Sarkar, S. (2013a, 19 Feb). Ubisoft now selling third-party games on Uplay Shop and its own games on EA's Origin. *Polygon*. Geraadpleegd op <http://www.polygon.com>.
- Sarkar, S. (2013b, 27 Maart). DRM wasn't a factor in SimCity's online-only design, says EA. *Polygon*. Geraadpleegd op <http://www.polygon.com>.
- Sayre, S. & King, C. (2010) *Entertainment and society: influences, impacts, and innovations* (2de editie). New York: Routledge.
- Schiavone, F. (2014). *Communities of practice and vintage innovation: a strategic reaction to technological change*. New York: Springer.
- Schlesinger, M. (2009). Legal issues in peer-to-peer file sharing, focusing on the making available right. In A. Strowel (Red.), *Peer-to-peer file sharing and secondary liability in copyright law* (pp. 43-70). Cheltenham: Edward Elgar Publishing Limited.
- Schouppe, H. (2006). *Algemene psychologie: een inleiding in de functieleer*. Assen: Koninklijke Van Gorcum BV.
- Shao, G. (2009). Understanding the appeal of user-generated media: a uses and gratification perspective. *internet Research*, 19, 9-25. Doi: 10.1108/10662240910927795.
- Sihvonen, T. (2011). *Players unleashed! Modding The Sims and the culture of gaming*. Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Simmons, R. (2008). Questionnaires. In N. Gilbert (Red.), *Researching social life* (3de druk) (pp. 182-205). London: SAGE Publications Ltd.
- Social Quantum (developer). (2013). *Megapolis* [video game].

- Steinkuehler, C.A. & Williams, D. (2006). Where everybody knows your (screen) name: online games as "Third Places". *Journal of Computer-Mediated Communication*, 11, 885-909. Doi: 10.1111/j.1083-6101.2006.00300.x.
- Sturgis, P. (2008). Designing samples. In N. Gilbert (Red.), *Researching social life* (3de druk) (pp. 165-181). London: SAGE Publications Ltd.
- The Sims Studio (Developer). (2009). *The Sims 3* [video game]. Redwood City: Electronic Arts.
- Tuten, T.L. (2008). *Advertising 2.0: social media marketing in a Web 2.0 world*. Westport: Praeger Publishers.
- Van Dijk, J. (2009). Users like you? Theorizing agency in user-generated content. *Media Culture Society*, 31, 41-58. Doi: 10.1177/0163443708098245.
- Vernik, D.A., Purohit, D., & Desai, P.S. (2011). Music downloads and the flip side of Digital Rights Management. *Marketing Science*, 30, 1011-1027.
- Williams, R., & Edge, D. (1996). The social shaping of technology. *Research Policy* 25, pp. 865-899.
- Windsor, J., Kappelman, L.A. & Guynes, C.S. (1999). Managing end-user development in a client/server environment. In P.C. Tinnirello (Red.), *Project Management* (pp. 149-156). Boca Raton: CRC Press LLC.
- Wirman, H.E. (2012). Game modifications. In M.J.P. Wolf (Red.), *Encyclopedia of video games: the culture, technology, and art of gaming* (pp. 235-238). Santa Barbara: ABC-CLIO LLC.
- Wolf, M.J.P. (2001). Chapter five: narrative in the video game. In M.J.P. Wolf (Red.), *The medium of the video game* (pp. 93-112). Austin: University of Texas Press.
- Woning, E. (2008). *Online distributie van digitale media: een onderzoek naar de invloeden van digitale distributie op mediaproductie en mediaconsumptie*. (Masterscriptie). Erasmus Universiteit, Rotterdam.
- Zackariasson, P. & Wilson, T.L. (2012). Introduction. In P. Zackariasson & T.L. Wilson (Red.), *The video game industry: formation, present state, and future* (pp. 1-16). New York: Routledge.
- Zey, M. (1998). *Rational choice theory and organizational theory: A critique*. Thousand Oaks: SAGE Publications, Inc. doi: <http://dx.doi.org/10.4135/9781483326863>
- Zhong, Z. (2011). The effects of collective MMORPG (massively multiplayer online role-playing games) play on gamers' online and offline social capital. *Computers in Human Behavior*, 27, 2352-2363. Doi: 10.1016/j.chb.2011.07.014.

Bijlagen

Bijlage 1 Methode

Bijlage 1.1 Enquête

Survey

FOR QUESTIONS ABOUT THE STUDY, CONTACT:

Sophie Herbergs

384934sh@student.eur.nl

DESCRIPTION

You are invited to participate in a research about legal and illegal digital distribution of video games and legal and illegal downloading. The purpose of the study is to understand what you do and why on legal as well as illegal distribution systems.

Your acceptance to participate in this study means that you accept to participate in a survey. In general terms, the questions of the survey will be related to your behavior with and attitude towards legal and illegal downloading.

You are always free to stop participating at any point. Depending on the answers you give, it will take 10-15 minutes to fill in this survey and the number of pages is between 7 and 12 pages long.

I am aware that the questions regarding illegal downloading behavior is a sensitive matter, as it is against the law. However, you may be assured of complete confidentiality and anonymity. No IP addresses will be stored.

PARTICIPANTS' RIGHTS

If you have decided to accept to participate in this project, please understand your participation is voluntary and you have the right to withdraw your consent or discontinue participation at any time without penalty. You have the right to refuse to answer particular questions. If you prefer, your identity will be made known in all written data resulting from the study. Otherwise, your individual privacy will be maintained in all published and written data resulting from the study.

Demographics

How old are you?

What is your gender?

- Male
- Female

Where do you live?

- North America/Canada
- Europe
- Asia
- Russia
- Australasia
- South America
- Middle East
- Africa
- Other

Legal digital distribution versus illegal digital distribution

This section is about your general behavior with legal and illegal digital distribution systems of video games. Steam, Origin, and other digital distribution systems will be referred to as **legal digital distribution systems** and downloading via these systems will be referred to as **legal downloading**. The Pirate Bay, TorrentZ, and other digital distribution systems will be referred to as **illegal digital distribution systems** and downloading via these systems will be referred to as **illegal downloading**.

Please answer open and truthfully. These answers won't be traced back to you.

Please select to which of the following **legal** digital distribution systems for video games you are currently subscribed:

- Steam

- Origin
- Green Man Gaming
- Good Old Games
- Uplay
- Desura
- Xbox Live
- Playstation Network
- Apple Store
- Google Play
- Other

Since you became a member of a legal digital distribution platform, how have you downloaded your video games?

- Alleen legal. (i.e. via Steam, Origin, or others).
- Only illegal (i.e. via The Pirate Bay, TorrentZ, or others).
- Both.

Where do you stand on the subject of...

	Very positive	Positive	Neutral	Negative	Very negative
... <u>legally</u> downloading video games?	<input type="radio"/> Very positive	<input type="radio"/> Positive	<input type="radio"/> Neutral	<input type="radio"/> Negative	<input type="radio"/> Very negative
... <u>illegally</u> downloading video games?	<input type="radio"/> Very positive	<input type="radio"/> Positive	<input type="radio"/> Neutral	<input type="radio"/> Negative	<input type="radio"/> Very negative

Consumption of video games via legal digital distribution systems

These questions are about your consumption behavior of legal digital distribution systems (Steam, Origin, etc.).

Please answer open and truly. These answers won't be traced back to you.

Please estimate how many video games you have bought and downloaded via legal digital distribution systems in the past six months:

- I haven't yet.
- Between 1 and 5.
- Between 6 and 10.
- Between 11 and 20.

- Between 21 and 30.
- Between 31 and 40.
- More than 40.
- I don't know.

Which of the following types of video games have you bought and downloaded legally in the past six months? You can select multiple answers.

- Single player games
- Multiplayer games/MMORPGs/Co-op games
- Demo's
- Game mods/add-ons
- I don't know

For what types of gaming platforms have you bought and downloaded video games legally in the past six months? You can select multiple answers.

- PC, Mac and/or Linux
- Consoles, such as Xbox 360, Xbox One, Playstation 3, Playstation 4, Nintendo Wii(U) etc.
- Haldheld platforms, such as the PSP, Playstation Vita, Nintendo (3)DS, iOS, Android, etc.
- I don't know

From what type of video game developers have you legally downloaded video games in the past six months? You can select multiple answers.

- Mainstream/major video game developers, such as Electronic Arts, Ubisoft, Nintendo, Sony, Sega, Activision, Capcom etc.
- Independent or "indie" developers, such as Team Meat (*Super Meat Boy*), Facepunch Studios (*Garry's Mod*, *Rust*), etc.
- I don't know

Please indicate to what extent the following reasons apply to you. Why do you download video games via legal digital distribution systems? I download video games via legal distribution systems (i.e. Steam, Origin, etc.) ...

	Not at all	To little extent	To some extent	to much extent	to great extent	I don't know
... to get up-to-date information on	<input type="radio"/> Not at all	<input type="radio"/> To little extent	<input type="radio"/> To some extent	<input type="radio"/> To much extent	<input type="radio"/> To great extent	<input type="radio"/> Not at all

video games.

... to find video games that I can't find elsewhere.

... to learn about video games that I did not know about.

... to find/see visually beautiful video games (i.e. beautiful graphics)

... to conveniently find information about video games.

Not at all
 To little extent
 To some extent
 To much extent
 To great extent
 Not at all

Not at all
 To little extent
 To some extent
 To much extent
 To great extent
 Not at all

Not at all
 To little extent
 To some extent
 To much extent
 To great extent
 Not at all

Not at all
 To little extent
 To some extent
 To much extent
 To great extent
 Not at all

Please indicate to what extent the following reasons apply to to you. Why do you play video games via legal digital distribution systems? I play video games that I have downloaded from legal distribution systems (i.e. Steam, Origin, etc.) ...

	Not At All	To little extent	To some extent	to much extent	to great extent	I don't know
... to fill my time.	<input type="radio"/> Not at all	<input type="radio"/> To little extent	<input type="radio"/> To some extent	<input type="radio"/> To much extent	<input type="radio"/> To great extent	<input type="radio"/> Not at all
... to have fun.	<input type="radio"/> Not at all	<input type="radio"/> To little extent	<input type="radio"/> To some extent	<input type="radio"/> To much extent	<input type="radio"/> To great extent	<input type="radio"/> Not at all
... to relax.	<input type="radio"/> Not at all	<input type="radio"/> To little extent	<input type="radio"/> To some extent	<input type="radio"/> To much extent	<input type="radio"/> To great extent	<input type="radio"/> Not at all
... to find excitement.	<input type="radio"/> Not at all	<input type="radio"/> To little extent	<input type="radio"/> To some extent	<input type="radio"/> To much extent	<input type="radio"/> To great extent	<input type="radio"/> Not at all
... to seek emotional release.	<input type="radio"/> Not at all	<input type="radio"/> To little extent	<input type="radio"/> To some extent	<input type="radio"/> To much extent	<input type="radio"/> To great extent	<input type="radio"/> Not at all
... to escape from the real world.	<input type="radio"/> Not at all	<input type="radio"/> To little extent	<input type="radio"/> To some extent	<input type="radio"/> To much extent	<input type="radio"/> To great extent	<input type="radio"/> Not at all
... to experience things I can't experience in the real world	<input type="radio"/> Not at all	<input type="radio"/> To little extent	<input type="radio"/> To some extent	<input type="radio"/> To much extent	<input type="radio"/> To great extent	<input type="radio"/> Not at all

Consumption of video games via illegal digital distribution systems

These questions are about your consumption behavior of illegal digital distribution systems (The Pirate Bay, TorrentZ, etc.).

Please answer open and truly. These answers won't be traced back to you. This is a sensitive subject and privacy is of primary importance.

Please select to which of the following illegal digital distribution systems for video games you are currently subscribed or you have downloaded video games from:

- The Pirate Bay
- Torrentz
- Kick Ass Torrents
- IsoHunt
- Torrent Reactor
- Other

Please estimate how many video games you have downloaded via illegal digital distribution systems in the past six months:

- I haven't.
- Between 1 and 5.
- Between 6 and 10.
- Between 11 and 20.
- Between 21 and 30.
- Between 31 and 40.
- More than 40.
- I don't know.

Which of the following types of video games have you downloaded illegally in the past six months? You can select multiple answers.

- Single player games
- Multiplayer games/MMORPGs/Co-op games
- Demo's
- Game mods/add-ons
- I don't know

For what types of gaming platforms have you downloaded video games illegally in the past six months? You can select multiple answers.

- PC, Mac and/or Linux
- Consoles, such as Xbox 360, Xbox One, Playstation 3, Playstation 4, Nintendo Wii(U) etc.

- Handheld platforms, such as the PSP, Playstation Vita, Nintendo (3)DS, iOS, Android, etc.
- I don't know

From what type of video game developers have you illegally downloaded video games in the past six months? You can select multiple answers.

- Mainstream/major video game developers, such as Electronic Arts, Ubisoft, Nintendo, Sony, Sega, Activision, Capcom etc.
- Independent or "indie" developers, such as Team Meat (*Super Meat Boy*), Facepunch Studios (*Garry's Mod, Rust*), etc.
- I don't know

Please indicate to what extent the following reasons apply to you. Why do you download video games via illegal digital distribution systems? I download video games via illegal distribution systems (i.e. The Pirate Bay, Torrentz, etc.) ...

	Not at all	To little extent	To some extent	to much extent	to great extent	I don't know
... to get up-to-date information on video games.	<input type="radio"/> Not at all	<input type="radio"/> To little extent	<input type="radio"/> To some extent	<input type="radio"/> To much extent	<input type="radio"/> To great extent	<input type="radio"/> Not at all
... to find video games that I can't find elsewhere.	<input type="radio"/> Not at all	<input type="radio"/> To little extent	<input type="radio"/> To some extent	<input type="radio"/> To much extent	<input type="radio"/> To great extent	<input type="radio"/> Not at all
... to learn about video games that I did not know about.	<input type="radio"/> Not at all	<input type="radio"/> To little extent	<input type="radio"/> To some extent	<input type="radio"/> To much extent	<input type="radio"/> To great extent	<input type="radio"/> Not at all
... to conveniently find information about video games.	<input type="radio"/> Not at all	<input type="radio"/> To little extent	<input type="radio"/> To some extent	<input type="radio"/> To much extent	<input type="radio"/> To great extent	<input type="radio"/> Not at all
... to find/see visually beautiful video games (i.e. beautiful graphics)	<input type="radio"/> Not at all	<input type="radio"/> To little extent	<input type="radio"/> To some extent	<input type="radio"/> To much extent	<input type="radio"/> To great extent	<input type="radio"/> Not at all

Please indicate to what extent the following reasons apply to you. Why do you play the video games you have downloaded via illegal digital distribution systems? I play video games that I have downloaded from illegal distribution systems (i.e. The Pirate Bay, Torrentz, etc.) ...

	Not at all	To little extent	To some extent	to much extent	to great extent	I don't know
... to fill my time.	<input type="radio"/> Not at all	<input type="radio"/> To little extent	<input type="radio"/> To some extent	<input type="radio"/> To much extent	<input type="radio"/> To great extent	<input type="radio"/> Not at all
... to have fun.	<input type="radio"/> Not at all	<input type="radio"/> To little extent	<input type="radio"/> To some extent	<input type="radio"/> To much extent	<input type="radio"/> To great extent	<input type="radio"/> Not at all
... to relax.	<input type="radio"/> Not at all	<input type="radio"/> To little extent	<input type="radio"/> To some extent	<input type="radio"/> To much extent	<input type="radio"/> To great extent	<input type="radio"/> Not at all
... to find excitement.	<input type="radio"/> Not at all	<input type="radio"/> To little extent	<input type="radio"/> To some extent	<input type="radio"/> To much extent	<input type="radio"/> To great extent	<input type="radio"/> Not at all
... to seek emotional release.	<input type="radio"/> Not at all	<input type="radio"/> To little extent	<input type="radio"/> To some extent	<input type="radio"/> To much extent	<input type="radio"/> To great extent	<input type="radio"/> Not at all
... to escape from the real world.	<input type="radio"/> Not at all	<input type="radio"/> To little extent	<input type="radio"/> To some extent	<input type="radio"/> To much extent	<input type="radio"/> To great extent	<input type="radio"/> Not at all
... to experience things I can't experience in the real world	<input type="radio"/> Not at all	<input type="radio"/> To little extent	<input type="radio"/> To some extent	<input type="radio"/> To much extent	<input type="radio"/> To great extent	<input type="radio"/> Not at all

Participation via legal digital distribution systems of video games.

These questions are about your participation via legal digital distribution systems of video games (Steam, Origin, etc.).

Please answer open and truthfully. These answers won't be traced back to you.

How often do you participate in the following interactions, if provided by legal digital distribution systems for video games (Steam, Origin, etc.)?

	Never	Less than Once a Month	Once a Month	2-3 Times a Month	Once a Week	2-3 Times a Week	Daily	I don't know
I rate a video game.	<input type="radio"/> Never	<input type="radio"/> Less than Once a Month	<input type="radio"/> Once a Month	<input type="radio"/> 2-3 Times a Month	<input type="radio"/> Once a Week	<input type="radio"/> 2-3 Times a Week	<input type="radio"/> Daily	<input type="radio"/> I don't know
I comment on the content of a video game.	<input type="radio"/> Never	<input type="radio"/> Less than Once a Month	<input type="radio"/> Once a Month	<input type="radio"/> 2-3 Times a Month	<input type="radio"/> Once a Week	<input type="radio"/> 2-3 Times a Week	<input type="radio"/> Daily	<input type="radio"/> I don't know
I add the video game to "my favorites"	<input type="radio"/> Never	<input type="radio"/> Less than Once a Month	<input type="radio"/> Once a Month	<input type="radio"/> 2-3 Times a Month	<input type="radio"/> Once a Week	<input type="radio"/> 2-3 Times a Week	<input type="radio"/> Daily	<input type="radio"/> I don't know
I try to unlock achievements.	<input type="radio"/> Never	<input type="radio"/> Less than Once a Month	<input type="radio"/> Once a Month	<input type="radio"/> 2-3 Times a Month	<input type="radio"/> Once a Week	<input type="radio"/> 2-3 Times a Week	<input type="radio"/> Daily	<input type="radio"/> I don't know
I add information about the game, for	<input type="radio"/> Never	<input type="radio"/> Less than Once a Month	<input type="radio"/> Once a Month	<input type="radio"/> 2-3 Times a Month	<input type="radio"/> Once a Week	<input type="radio"/> 2-3 Times a Week	<input type="radio"/> Daily	<input type="radio"/> I don't know

example walk through guides, screen shots, and tips.

I use the message boards to interact with other players.

Never Less than Once a Month Once a Month 2-3 Times a Month Once a Week 2-3 Times a Week Daily I don't know

I add friends to my profile

Never Less than Once a Month Once a Month 2-3 Times a Month Once a Week 2-3 Times a Week Daily I don't know

I update my status for other players to see.

Never Less than Once a Month Once a Month 2-3 Times a Month Once a Week 2-3 Times a Week Daily I don't know

I interact with other players in the comment section

Never Less than Once a Month Once a Month 2-3 Times a Month Once a Week 2-3 Times a Week Daily I don't know

I interact with other players via MMO(RPG)s, CO-OP games or other multiplayer games.

Never Less than Once a Month Once a Month 2-3 Times a Month Once a Week 2-3 Times a Week Daily I don't know

Please indicate to what extent the following reasons apply to you. Why do you participate in the interactions listed above via legal digital distribution systems for video games?

I participate with video game content and other gamers via legal digital distribution systems...

	Not at all	To little extent	To some extent	to much extent	to great extent	I don't know
... to decrease my loneliness.	<input type="radio"/> Not at all	<input type="radio"/> To little extent	<input type="radio"/> To some extent	<input type="radio"/> To much extent	<input type="radio"/> To great extent	<input type="radio"/> Not at all
... to feel less depressed.	<input type="radio"/> Not at all	<input type="radio"/> To little extent	<input type="radio"/> To some extent	<input type="radio"/> To much extent	<input type="radio"/> To great extent	<input type="radio"/> Not at all
... to feel less isolated.	<input type="radio"/> Not at all	<input type="radio"/> To little extent	<input type="radio"/> To some extent	<input type="radio"/> To much extent	<input type="radio"/> To great extent	<input type="radio"/> Not at all
... to feel better about myself.	<input type="radio"/> Not at all	<input type="radio"/> To little extent	<input type="radio"/> To some extent	<input type="radio"/> To much extent	<input type="radio"/> To great extent	<input type="radio"/> Not at all
... to feel more accepted by others.	<input type="radio"/> Not at all	<input type="radio"/> To little extent	<input type="radio"/> To some extent	<input type="radio"/> To much extent	<input type="radio"/> To great extent	<input type="radio"/> Not at all
... to gain social contact.	<input type="radio"/> Not at all	<input type="radio"/> To little extent	<input type="radio"/> To some extent	<input type="radio"/> To much extent	<input type="radio"/> To great extent	<input type="radio"/> Not at all

... to broaden my social circle.	<input type="radio"/> all	<input type="radio"/> Not at all	<input type="radio"/> extent	<input type="radio"/> To little extent	<input type="radio"/> some extent	<input type="radio"/> To	<input type="radio"/> much extent	<input type="radio"/> To	<input type="radio"/> extent	<input type="radio"/> To great	<input type="radio"/> all	<input type="radio"/> Not at all
... to feel like I belong to a social group.	<input type="radio"/> all	<input type="radio"/> Not at all	<input type="radio"/> extent	<input type="radio"/> To little extent	<input type="radio"/> some extent	<input type="radio"/> To	<input type="radio"/> much extent	<input type="radio"/> To	<input type="radio"/> extent	<input type="radio"/> To great	<input type="radio"/> all	<input type="radio"/> Not at all
... to feel important for other players.	<input type="radio"/> all	<input type="radio"/> Not at all	<input type="radio"/> extent	<input type="radio"/> To little extent	<input type="radio"/> some extent	<input type="radio"/> To	<input type="radio"/> much extent	<input type="radio"/> To	<input type="radio"/> extent	<input type="radio"/> To great	<input type="radio"/> all	<input type="radio"/> Not at all
... to feel that other players are important to me.	<input type="radio"/> all	<input type="radio"/> Not at all	<input type="radio"/> extent	<input type="radio"/> To little extent	<input type="radio"/> some extent	<input type="radio"/> To	<input type="radio"/> much extent	<input type="radio"/> To	<input type="radio"/> extent	<input type="radio"/> To great	<input type="radio"/> all	<input type="radio"/> Not at all
... I to know that if I need something, others will help me.	<input type="radio"/> all	<input type="radio"/> Not at all	<input type="radio"/> extent	<input type="radio"/> To little extent	<input type="radio"/> some extent	<input type="radio"/> To	<input type="radio"/> much extent	<input type="radio"/> To	<input type="radio"/> extent	<input type="radio"/> To great	<input type="radio"/> all	<input type="radio"/> Not at all
... to know that if others need something, I am there to help them.	<input type="radio"/> all	<input type="radio"/> Not at all	<input type="radio"/> extent	<input type="radio"/> To little extent	<input type="radio"/> some extent	<input type="radio"/> To	<input type="radio"/> much extent	<input type="radio"/> To	<input type="radio"/> extent	<input type="radio"/> To great	<input type="radio"/> all	<input type="radio"/> Not at all

Participation via illegal digital distribution systems of video games.

These questions are about your participation via illegal digital distribution systems of video games (The Pirate Bay, Torrentz, etc.).

Please answer open and truthfully. These answers won't be traced back to you. This is a sensitive subject and privacy is of primary importance.

How often do you participate in the following interactions, if provided by illegal digital distribution systems for video games (The Pirate Bay, Torrentz, etc.)?

	Never	Less than Once a Month	Once a Month	2-3 Times a Month	Once a Week	2-3 Times a Week	Daily	I don't know
I comment on the content of a video game.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/> Less than Once a Month	<input type="radio"/> Once a Month	<input type="radio"/> 2-3 Times a Month	<input type="radio"/> Once a Week	<input type="radio"/> 2-3 Times a Week	<input type="radio"/> Daily	<input type="radio"/> I don't know
I add information about the game, for example walk through guides, updates, screen shots, and tips.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/> Less than Once a Month	<input type="radio"/> Once a Month	<input type="radio"/> 2-3 Times a Month	<input type="radio"/> Once a Week	<input type="radio"/> 2-3 Times a Week	<input type="radio"/> Daily	<input type="radio"/> I don't know
I use the message boards to interact with other players.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/> Less than Once a Month	<input type="radio"/> Once a Month	<input type="radio"/> 2-3 Times a Month	<input type="radio"/> Once a Week	<input type="radio"/> 2-3 Times a Week	<input type="radio"/> Daily	<input type="radio"/> I don't know
I interact with other	<input type="radio"/>	<input type="radio"/> Less than Once a Month	<input type="radio"/> Once a Month	<input type="radio"/> 2-3 Times a Month	<input type="radio"/> Once a Week	<input type="radio"/> 2-3 Times a Week	<input type="radio"/> Daily	<input type="radio"/> I don't know

players in the comment section I interact with other players via MMO(RPG)s, CO-OP games or other multiplayer games.

Never Less than Once a Month Once a Month 2-3 Times a Month Once a Week 2-3 Times a Week Daily I don't know

Please indicate to what extent the following reasons apply to you. Why do you participate in the interactions listed above via illegal digital distribution systems for video games?

I participate with video game content and other gamers via illegal digital distribution systems...

	Not at all	To little extent	To some extent	to much extent	to great extent	I don't know
... to decrease my loneliness.	<input type="radio"/> Not at all	<input type="radio"/> To little extent	<input type="radio"/> To some extent	<input type="radio"/> to much extent	<input type="radio"/> to great extent	<input type="radio"/> I don't know
... to feel less depressed.	<input type="radio"/> Not at all	<input type="radio"/> To little extent	<input type="radio"/> To some extent	<input type="radio"/> to much extent	<input type="radio"/> to great extent	<input type="radio"/> I don't know
... to feel less isolated.	<input type="radio"/> Not at all	<input type="radio"/> To little extent	<input type="radio"/> To some extent	<input type="radio"/> to much extent	<input type="radio"/> to great extent	<input type="radio"/> I don't know
... to feel better about myself.	<input type="radio"/> Not at all	<input type="radio"/> To little extent	<input type="radio"/> To some extent	<input type="radio"/> to much extent	<input type="radio"/> to great extent	<input type="radio"/> I don't know
... to feel more accepted by others.	<input type="radio"/> Not at all	<input type="radio"/> To little extent	<input type="radio"/> To some extent	<input type="radio"/> to much extent	<input type="radio"/> to great extent	<input type="radio"/> I don't know
... to gain social contact.	<input type="radio"/> Not at all	<input type="radio"/> To little extent	<input type="radio"/> To some extent	<input type="radio"/> to much extent	<input type="radio"/> to great extent	<input type="radio"/> I don't know
... to broaden my social circle.	<input type="radio"/> Not at all	<input type="radio"/> To little extent	<input type="radio"/> To some extent	<input type="radio"/> to much extent	<input type="radio"/> to great extent	<input type="radio"/> I don't know
... to feel like I belong to a social group.	<input type="radio"/> Not at all	<input type="radio"/> To little extent	<input type="radio"/> To some extent	<input type="radio"/> to much extent	<input type="radio"/> to great extent	<input type="radio"/> I don't know
... to feel important for other players.	<input type="radio"/> Not at all	<input type="radio"/> To little extent	<input type="radio"/> To some extent	<input type="radio"/> to much extent	<input type="radio"/> to great extent	<input type="radio"/> I don't know
... to feel that other players are important to me.	<input type="radio"/> Not at all	<input type="radio"/> To little extent	<input type="radio"/> To some extent	<input type="radio"/> to much extent	<input type="radio"/> to great extent	<input type="radio"/> I don't know
... I to know that if I need something, others will help me.	<input type="radio"/> Not at all	<input type="radio"/> To little extent	<input type="radio"/> To some extent	<input type="radio"/> to much extent	<input type="radio"/> to great extent	<input type="radio"/> I don't know

... to know that if others need something, I am there to help them. Not at all To little extent To some extent To much extent To great extent Not at all

Production via legal digital distribution systems of video games

The following questions are about your production via legal digital distribution systems of video games (Steam, Origin, etc.).

Please answer open and truthfully. These answers won't be traced back to you.

How often do you execute the following actions and share them via legal digital distribution systems or other websites related to the legal distribution system?

	Never	Less than once a year	Once a year	2-3 times a year	Once every 2-4 months	Once a month	More than once a month	I don't know
I create in-game content (content as provided by the game itself), such as houses, objects, patterns, etc.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/> Less than once a year	<input type="radio"/> Once a year	<input type="radio"/> 2-3 times a year	<input type="radio"/> Once every 2-4 months	<input type="radio"/> Once a month	<input type="radio"/> More than once a month	<input type="radio"/> I don't know
I create entirely new usable objects for a game, such as weapons, furniture, etc.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/> Less than once a year	<input type="radio"/> Once a year	<input type="radio"/> 2-3 times a year	<input type="radio"/> Once every 2-4 months	<input type="radio"/> Once a month	<input type="radio"/> More than once a month	<input type="radio"/> I don't know
I make modifications to the story of the game.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/> Less than once a year	<input type="radio"/> Once a year	<input type="radio"/> 2-3 times a year	<input type="radio"/> Once every 2-4 months	<input type="radio"/> Once a month	<input type="radio"/> More than once a month	<input type="radio"/> I don't know
I create entirely new levels for video games.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/> Less than once a year	<input type="radio"/> Once a year	<input type="radio"/> 2-3 times a year	<input type="radio"/> Once every 2-4 months	<input type="radio"/> Once a month	<input type="radio"/> More than once a month	<input type="radio"/> I don't know
I design entirely new characters or skins for video games.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/> Less than once a year	<input type="radio"/> Once a year	<input type="radio"/> 2-3 times a year	<input type="radio"/> Once every 2-4 months	<input type="radio"/> Once a month	<input type="radio"/> More than once a month	<input type="radio"/> I don't know
I design entirely new maps or worlds for video games.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/> Less than once a year	<input type="radio"/> Once a year	<input type="radio"/> 2-3 times a year	<input type="radio"/> Once every 2-4 months	<input type="radio"/> Once a month	<input type="radio"/> More than once a month	<input type="radio"/> I don't know
I design my own video games.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/> Less than once a year	<input type="radio"/> Once a year	<input type="radio"/> 2-3 times a year	<input type="radio"/> Once every 2-4 months	<input type="radio"/> Once a month	<input type="radio"/> More than once a month	<input type="radio"/> I don't know

a year year months a month

Please select to what extent which of the following reasons apply to you. Why to you execute the actions listed above?

I produce and share video game content via legal digital distribution systems or websites related to them...

	Not at all	To little extent	To some extent	to much extent	to great extent	I don't know
... to express myself.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/> To little extent	<input type="radio"/> To some extent	<input type="radio"/> To much extent	<input type="radio"/> To great extent	<input type="radio"/> Not at all
... to create a certain image/impression people have of me.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/> To little extent	<input type="radio"/> To some extent	<input type="radio"/> To much extent	<input type="radio"/> To great extent	<input type="radio"/> Not at all
... to control a certain image/impression people have of me.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/> To little extent	<input type="radio"/> To some extent	<input type="radio"/> To much extent	<input type="radio"/> To great extent	<input type="radio"/> Not at all
... to publish my own ideas.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/> To little extent	<input type="radio"/> To some extent	<input type="radio"/> To much extent	<input type="radio"/> To great extent	<input type="radio"/> Not at all
... to show people who I am.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/> To little extent	<input type="radio"/> To some extent	<input type="radio"/> To much extent	<input type="radio"/> To great extent	<input type="radio"/> Not at all
... to be recognized by others as a creative artist.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/> To little extent	<input type="radio"/> To some extent	<input type="radio"/> To much extent	<input type="radio"/> To great extent	<input type="radio"/> Not at all
... to gain respect from others.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/> To little extent	<input type="radio"/> To some extent	<input type="radio"/> To much extent	<input type="radio"/> To great extent	<input type="radio"/> Not at all
... to become famous.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/> To little extent	<input type="radio"/> To some extent	<input type="radio"/> To much extent	<input type="radio"/> To great extent	<input type="radio"/> Not at all
... to develop a belief in myself that I can do things which have some form of impact.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/> To little extent	<input type="radio"/> To some extent	<input type="radio"/> To much extent	<input type="radio"/> To great extent	<input type="radio"/> Not at all
... I learn new skills and improve my current skills.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/> To little extent	<input type="radio"/> To some extent	<input type="radio"/> To much extent	<input type="radio"/> To great extent	<input type="radio"/> Not at all

Production via illegal digital distribution systems of video games

The following questions are about your production via illegal digital distribution systems of video games (The Pirate Bay, Torrentz, etc.).

Please answer open and truthfully. These answers won't be traced back to you. This is a sensitive subject and privacy is of primary importance.

How often do you execute the following actions and share them via illegal digital distribution systems or any other websites?

Never	Less than once a year	Once a year	2-3 times a year	Once every 2-4 months	Once a month	More than once a month	I don't know
-------	-----------------------	-------------	------------------	-----------------------	--------------	------------------------	--------------

. I create in-game content (content as provided by the game itself), such as houses, objects, patterns, etc.

Never
 Less than once a year
 Once a year
 2-3 times a year
 Once every 2-4 months
 Once a month
 More than once a month
 I don't know

I create entirely new usable objects for a game, such as weapons, furniture, etc.

Never
 Less than once a year
 Once a year
 2-3 times a year
 Once every 2-4 months
 Once a month
 More than once a month
 I don't know

I make modifications to the story of the game.

Never
 Less than once a year
 Once a year
 2-3 times a year
 Once every 2-4 months
 Once a month
 More than once a month
 I don't know

I create entirely new levels for video games.

Never
 Less than once a year
 Once a year
 2-3 times a year
 Once every 2-4 months
 Once a month
 More than once a month
 I don't know

I design entirely new characters or skins for video games.

Never
 Less than once a year
 Once a year
 2-3 times a year
 Once every 2-4 months
 Once a month
 More than once a month
 I don't know

I design entirely new maps or worlds for video games.

Never
 Less than once a year
 Once a year
 2-3 times a year
 Once every 2-4 months
 Once a month
 More than once a month
 I don't know

I design my own video games.

Never
 Less than once a year
 Once a year
 2-3 times a year
 Once every 2-4 months
 Once a month
 More than once a month
 I don't know

Please select to what extent which of the following reasons apply to you. Why to you execute the actions listed above?

I produce and share video game content via illegal digital distribution systems or any other websites...

	Not at all	To little extent	To some extent	to much extent	to great extent	I don't know
... to express myself.	<input type="radio"/> Not at all	<input type="radio"/> To little extent	<input type="radio"/> To some extent	<input type="radio"/> To much extent	<input type="radio"/> To great extent	<input type="radio"/> Not at all
... to create a certain image/impression people have of me.	<input type="radio"/> Not at all	<input type="radio"/> To little extent	<input type="radio"/> To some extent	<input type="radio"/> To much extent	<input type="radio"/> To great extent	<input type="radio"/> Not at all
... to control a certain image/impression	<input type="radio"/> Not at all	<input type="radio"/> To little extent	<input type="radio"/> To some extent	<input type="radio"/> To much extent	<input type="radio"/> To great extent	<input type="radio"/> Not at all

people have of me.

... to publish my own ideas.	<input type="radio"/>	Not at all	<input type="radio"/>	To little extent	<input type="radio"/>	To some extent	<input type="radio"/>	To much extent	<input type="radio"/>	To great extent	<input type="radio"/>	Not at all
... to show people who I am.	<input type="radio"/>	Not at all	<input type="radio"/>	To little extent	<input type="radio"/>	To some extent	<input type="radio"/>	To much extent	<input type="radio"/>	To great extent	<input type="radio"/>	Not at all
... to be recognized by others as a creative artist.	<input type="radio"/>	Not at all	<input type="radio"/>	To little extent	<input type="radio"/>	To some extent	<input type="radio"/>	To much extent	<input type="radio"/>	To great extent	<input type="radio"/>	Not at all
... to gain respect from others.	<input type="radio"/>	Not at all	<input type="radio"/>	To little extent	<input type="radio"/>	To some extent	<input type="radio"/>	To much extent	<input type="radio"/>	To great extent	<input type="radio"/>	Not at all
... to become famous.	<input type="radio"/>	Not at all	<input type="radio"/>	To little extent	<input type="radio"/>	To some extent	<input type="radio"/>	To much extent	<input type="radio"/>	To great extent	<input type="radio"/>	Not at all
... to develop a belief in myself that I can do things which have some form of impact.	<input type="radio"/>	Not at all	<input type="radio"/>	To little extent	<input type="radio"/>	To some extent	<input type="radio"/>	To much extent	<input type="radio"/>	To great extent	<input type="radio"/>	Not at all
... I learn new skills and improve my current skills.	<input type="radio"/>	Not at all	<input type="radio"/>	To little extent	<input type="radio"/>	To some extent	<input type="radio"/>	To much extent	<input type="radio"/>	To great extent	<input type="radio"/>	Not at all

Social construction of digital distribution platforms of video games: the players in the industry

The following questions are about your thoughts on the power relationships in the video games industry.

Please answer open and truthfully. These answers won't be traced back to you.

In your opinion, who are the most powerful players in the video games industry? Please rate the following industry players. 1 being "least powerful" and 5 being "most powerful".

Please rate all and please select only rating per player. Ratings can overlap if you want.

		1	2	3	4	5				
Consumer <i>The one who buys the video game (You!)</i>	<input type="checkbox"/>	1	<input type="checkbox"/>	2	<input type="checkbox"/>	3	<input type="checkbox"/>	4	<input type="checkbox"/>	5
Distributor <i>The one who sells the video game to the consumer (i.e. Steam, Green Man Gaming, etc.)</i>	<input type="checkbox"/>	1	<input type="checkbox"/>	2	<input type="checkbox"/>	3	<input type="checkbox"/>	4	<input type="checkbox"/>	5
Publisher <i>The one who buys the game from the developer and sells it to the distributor (i.e. EA,</i>	<input type="checkbox"/>	1	<input type="checkbox"/>	2	<input type="checkbox"/>	3	<input type="checkbox"/>	4	<input type="checkbox"/>	5

Ubisoft, etc.)					
Developer					
The one who creates/develops/designs the video game (i.e. Mainstream studios or indies)	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Console manufacturer					
The one who creates hardware on which you play the video game (i.e. Microsoft, Sony, Nintendo, etc.)	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5

In your opinion, which players in the video games industry do think make the most money? Please rate the following industry players. 1 being "making the least money" and 5 being "making the most money".

Please rate all and please select only rating per player. Ratings can overlap if you want.

	1	2	3	4	5
Consumer					
The one who buys the video game (You!)	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Distributor					
The one who sells the video game to the consumer (i.e. Steam, Green Man Gaming, etc.)	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Publisher					
The one who buys the game from the developer and sells it to the distributor (i.e. EA, Ubisoft, etc.)	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Developer					
The one who creates/develops/designs the video game (i.e. Mainstream studios or indies)	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Console manufacturer					
The one who creates hardware on which you play the video game (i.e. Microsoft, Sony, Nintendo, etc.)	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5

Please select to what extent you think, as a consumer, you have influence on...

	Not at all	To little extent	To some extent	to much extent	to great extent
... what video games are going to be sold via digital distribution systems.	<input type="radio"/> Not at all	<input type="radio"/> To little extent	<input type="radio"/> To some extent	<input type="radio"/> To much extent	<input type="radio"/> To great extent
... what video games are going to be	<input type="radio"/> Not at all	<input type="radio"/> To little extent	<input type="radio"/> To some extent	<input type="radio"/> To much extent	<input type="radio"/> To great extent

published.		extent	extent	extent	extent	
... what video games are going to be developed by mainstream developers.	<input type="radio"/>	Not at all	<input type="radio"/> To little extent	<input type="radio"/> To some extent	<input type="radio"/> To much extent	<input type="radio"/> To great extent
... what video games are going to be developed by independent developers.	<input type="radio"/>	Not at all	<input type="radio"/> To little extent	<input type="radio"/> To some extent	<input type="radio"/> To much extent	<input type="radio"/> To great extent
... what alterations/changes are made to the platforms (PC, consoles, etc.) on which video games are played.	<input type="radio"/>	Not at all	<input type="radio"/> To little extent	<input type="radio"/> To some extent	<input type="radio"/> To much extent	<input type="radio"/> To great extent

Please select to what extent you think, as a consumer, you would like to have influence on...

	Not at all	To little extent	To some extent	to much extent	to great extent
... what video games are going to be sold via digital distribution systems.	<input type="radio"/> Not at all	<input type="radio"/> To little extent	<input type="radio"/> To some extent	<input type="radio"/> To much extent	<input type="radio"/> To great extent
... what video games are going to be published.	<input type="radio"/> Not at all	<input type="radio"/> To little extent	<input type="radio"/> To some extent	<input type="radio"/> To much extent	<input type="radio"/> To great extent
... what video games are going to be developed by mainstream developers.	<input type="radio"/> Not at all	<input type="radio"/> To little extent	<input type="radio"/> To some extent	<input type="radio"/> To much extent	<input type="radio"/> To great extent
... what video games are going to be developed by independent developers.	<input type="radio"/> Not at all	<input type="radio"/> To little extent	<input type="radio"/> To some extent	<input type="radio"/> To much extent	<input type="radio"/> To great extent
... what alterations/changes are made to the platforms (PC, consoles, etc.) on which video games are played.	<input type="radio"/> Not at all	<input type="radio"/> To little extent	<input type="radio"/> To some extent	<input type="radio"/> To much extent	<input type="radio"/> To great extent

Social construction of digital distribution platforms of video games: technical aspects of video game distribution

The following question is about your thoughts on the technical aspects of downloading video games via **legal** digital distribution systems.

Please answer open and truthfully. These answers won't be traced back to you.

Please indicate how much you agree or disagree with the following statements on downloading video games via legal digital distributions systems (i.e. Steam, Origin, etc.)

	Strongly agree	Agree	Neutral	Disagree	Strongly Disagree
I find it useful that I can download from a broad range of video games from different genres.	<input type="radio"/> Strongly agree	<input type="radio"/> Agree	<input type="radio"/> Neutral	<input type="radio"/> Disagree	<input type="radio"/> Strongly Disagree
I find it useful that I can download from a broad range of video games for specific consoles.	<input type="radio"/> Strongly agree	<input type="radio"/> Agree	<input type="radio"/> Neutral	<input type="radio"/> Disagree	<input type="radio"/> Strongly Disagree
I find it useful that I can download a video game and play it straight away.	<input type="radio"/> Strongly agree	<input type="radio"/> Agree	<input type="radio"/> Neutral	<input type="radio"/> Disagree	<input type="radio"/> Strongly Disagree
It is important to me that downloading a video game does not break the law.	<input type="radio"/> Strongly agree	<input type="radio"/> Agree	<input type="radio"/> Neutral	<input type="radio"/> Disagree	<input type="radio"/> Strongly Disagree
It is easy to buy and download video games.	<input type="radio"/> Strongly agree	<input type="radio"/> Agree	<input type="radio"/> Neutral	<input type="radio"/> Disagree	<input type="radio"/> Strongly Disagree
It is easy to download a video game, because of the download speed.	<input type="radio"/> Strongly agree	<input type="radio"/> Agree	<input type="radio"/> Neutral	<input type="radio"/> Disagree	<input type="radio"/> Strongly Disagree
It is easy to play a video game without an internet connection.	<input type="radio"/> Strongly agree	<input type="radio"/> Agree	<input type="radio"/> Neutral	<input type="radio"/> Disagree	<input type="radio"/> Strongly Disagree
It is easy to play a video game on another or some else's device (i.e. using some else's PC).	<input type="radio"/> Strongly agree	<input type="radio"/> Agree	<input type="radio"/> Neutral	<input type="radio"/> Disagree	<input type="radio"/> Strongly Disagree

Social construction of digital distribution platforms of video games: technical aspects of video game distribution

The following question is about your thoughts on the technical aspects of downloading video games via **illegal** digital distribution systems.

Please answer open and truthfully. These answers won't be traced back to you. This is a sensitive subject and privacy is of primary importance.

Please indicate how much you agree or disagree with the following statements on downloading video games via **illegal** digital distributions systems (i.e. The Pirate Bay, Torrentz, etc.)

	Strongly agree	Agree	Neutral	Disagree	Strongly Disagree
I find it useful that I can download from a broad range of video games from different genres.	<input type="radio"/> Strongly agree	<input type="radio"/> Agree	<input type="radio"/> Neutral	<input type="radio"/> Disagree	<input type="radio"/> Strongly Disagree
I find it useful that I can download from a	<input type="radio"/> Strongly agree	<input type="radio"/> Agree	<input type="radio"/> Neutral	<input type="radio"/> Disagree	<input type="radio"/> Strongly Disagree

<p>broad range of video games for specific consoles.</p> <p>I find it useful that I can download a video game and play it straight away.</p> <p>It is important to me that downloading a video game does not break the law.</p> <p>It is easy to download video games.</p> <p>It is easy to download a video game, because of the download speed.</p> <p>It is easy to play a video game without an internet connection.</p> <p>It is easy to play a video game on another or some else's device (i.e. using some else's PC).</p>	<p>agree</p> <p><input type="radio"/> Strongly agree</p> <p><input type="radio"/> Strongly agree</p> <p><input type="radio"/> Strongly agree</p> <p><input type="radio"/> Strongly agree</p> <p><input type="radio"/> Strongly agree</p> <p><input type="radio"/> Strongly agree</p>	<p><input type="radio"/> Agree</p> <p><input type="radio"/> Agree</p> <p><input type="radio"/> Agree</p> <p><input type="radio"/> Agree</p> <p>Agree</p> <p><input type="radio"/> Agree</p>	<p>Neutral</p> <p>Neutral</p> <p>Neutral</p> <p>Neutral</p> <p>Neutral</p> <p>Neutral</p>	<p><input type="radio"/> Disagree</p> <p><input type="radio"/> Disagree</p> <p><input type="radio"/> Disagree</p> <p><input type="radio"/> Disagree</p> <p>Disagree</p> <p>Disagree</p>	<p>Disagree</p> <p><input type="radio"/> Strongly Disagree</p> <p><input type="radio"/> Strongly Disagree</p> <p><input type="radio"/> Strongly Disagree</p> <p><input type="radio"/> Strongly Disagree</p> <p><input type="radio"/> Strongly Disagree</p> <p><input type="radio"/> Strongly Disagree</p>
--	--	---	---	---	---

If you have any remaining comments and/or suggestions, please enter in the box below.

Survey Powered By [Qualtrics](https://www.qualtrics.com)

Error

Unknown Action: RUM

OK

Bijlage 1.2 Onderzochte online distributieplatforms van video games

Steam (store.steampowered.com). Steam is een online distributieplatform van gameontwikkelaar Valve Corporation, dat bestaat sinds 2003. Inmiddels heeft Steam ongeveer 75 miljoen leden wereldwijd en is daarmee het grootste online distributieplatform voor computerspellen (Conditt, 2014). Steam distribueert primair spellen voor de PC, Mac en Linux. Steam is meertalig en vraagt de gebruiker om de Steam software te installeren voor gebruik. Gebruikers kunnen zelf content creëren (waaronder mods) en deze delen met andere Steamgebruikers. Deze spellen zijn ontwikkeld door zowel grote gamedevelopers (bijv. Electronic Arts en Square Enix), maar ook kleinere onafhankelijke ontwikkelaars als Team Meat en Bohemia Interactive.

Origin (www.origin.com). Origin (voorheen EA Download Manager) is een online distributieplatform van gameontwikkelaar Electronic Arts, dat bestaat sinds 2011. Inmiddels heeft Origin ongeveer 50 miljoen gebruikers wereldwijd (Jackson, 2013). Origin distribueert spellen voor de PC, Mac, Xbox 360, Playstation 3 en Playstation 4. De spellen zijn allemaal ontwikkeld door Electronic Arts en/of Maxis. Om spellen van Origin te kunnen spelen, moet de gebruiker Origin software installeren. Origin heeft geen directe community beschikbaar, maar wel een online forum waar gebruikers met elkaar kunnen communiceren. Het is wel zo dat Electronic Arts voor bepaalde spellen (bijvoorbeeld *The Sims 3*) een aparte community heeft opgericht, waarop gebruikers hun zelfgemaakte content kunnen delen. Dit gaat echter niet op voor alle spellen van Electronic Arts.

Uplay (uplay.ubi.com). Uplay is een online distributieplatform van gameontwikkelaar Ubisoft, dat bestaat sinds 2009. Uplay heeft naar schatting ongeveer 50 miljoen gebruikers wereldwijd (Sarkar, 2013a). Uplay distribueert spellen voor de PC, Nintendo (3)DS, Playstation 3, Playstation 4, Playstation Portable, Playstation Vita, Xbox 360, Xbox One, Wii en Wii U. De spellen zijn ontwikkeld door grote gameontwikkelaars en distribueert geen spellen van onafhankelijke developers. Via de website is het mogelijk om de software Uplay te installeren. Dankzij de software kunnen spelers punten winnen voor hun prestaties in spellen en als zij genoeg punten hebben gespaard, kunnen ze online bonus content kopen (Uplay Win). Met Uplay Share kunnen spelers UGC delen met andere spelers in een spel en met Uplay Help kunnen spelers gids en tips krijgen (Sarkar, 2013a).

Green Man Gaming (www.greenmangaming.com). Green Man Gaming (GMG) is een onafhankelijk online distributieplatform, dat bestaat sinds 2009. GMG heeft ongeveer 3 miljoen gebruikers wereldwijd (Beck, 2014). GMG distribueert spellen voor de PC, Xbox 360 en Playstation 3, die ontwikkeld zijn door grote en onafhankelijke gameontwikkelaars. GMG is in 2013 gaan samenwerken met Playfire, de software die spelers toestaat om content met elkaar te delen (Beck, 2014).

Good Old Games (GOG.com). Good Old Games (GOG) is een onafhankelijk online distributieplatform, dat bestaat sinds 2008. GOG wil geen informatie kwijt over het exacte aantal leden, maar volgens een artikel op Forbes.com bereikt GOG ongeveer 1,7 miljoen gebruikers per maand. (Kain, 2013). GOG distribueert enkel computerspellen voor de PC en Mac. Dit zijn zowel oude spellen (spellen vóór 1995), maar ook spellen tussen 1995 en 2005 en spellen sinds 2005. De

spellen zijn ontwikkeld door zowel grote gameontwikkelaars (bijv. Atari) als onafhankelijke gameontwikkelaars (bijv. Freebird Games). GOG levert DRM-vrije spellen en tevens is het niet nodig om een bepaalde software te installeren. De community van GOG is via de website bereikbaar. Ook via de community is het voor gebruikers mogelijk om add-ons en mods te downloaden die andere gebruikers hebben gecreëerd, maar ook om zelfgemaakte content te delen.

Desura (www.desura.com). Desura is een onafhankelijk online distributieplatform, dat bestaat sinds 2009. Desura werkt samen met Slide DB, een bedrijf dat handheld gameontwikkelaars ondersteunt (www.slidedb.com), Indie DB, een bedrijf dat onafhankelijke gameontwikkelaars ondersteunt (www.indiedb.com) en Mod DB, een bedrijf dat ook onafhankelijke gameontwikkelaars ondersteunt. Desura heeft ongeveer 10.400 gebruikers (www.desura.com). Het platform distribueert spellen voor de PC, Mac en Linux. De spellen zijn ontwikkeld door onafhankelijk gameontwikkelaars en fan-programmeurs. Ook Desura heeft software die gebruiker kan installeren, waarmee de gebruiker content kan delen.

Xbox Live (www.xbox.com). Xbox Live is een online distributieplatform van de multinational Microsoft en het bestaat sinds 2002. Xbox Live heeft naar schatting ongeveer 48 miljoen leden, zo meldt de website. Xbox Live distribueert enkel video games voor de gameconsole Xbox, zowel de Xbox One als de Xbox 360. Daarnaast is het mogelijk om via Xbox Live HD-films, tv-series, live-events, muziekvideo's en sport te distribueren. De spellen zijn ontwikkeld door Microsoft en het platform distribueert voornamelijk video games van deze developer en andere mainstream developers. Toch distribueert het ook enkele onafhankelijk ontwikkelde spellen. Als een Xbox Live consument lid wordt van Xbox Live Gold, krijgt deze speler een ongeëvenaarde multiplayer gaming ervaring, aldus de website. De Xbox Community kan terecht op het forum, waarop zij kunnen discussiëren over ondersteuning, games gerelateerd aan de Xbox One of 360, de community, indie games en dergelijke.

Playstation Network (playstation.com/psn). Het Playstation Network is een online distributieplatform van Sony Computer Entertainment, een multinational video gamebedrijf. Zoals in de inleiding al is aangegeven, heeft het Playstation Network ongeveer 110 leden en is daarmee het grootste online distributieplatform. Het Playstation Network distribueert video games voor de Playstation 3, Playstation 4 en Playstation Vita. De spellen, die gedistribueerd worden, worden tevens ontwikkeld door Sony Computer Entertainment en andere mainstream ontwikkelaars gerelateerd aan Sony. Het Playstation Network benadrukt, zoals de meeste online distributieplatforms, het hebben van de community en het contact maken met andere gamers en de mogelijke game-ervaringen voor de spelers.

App Store (store.apple.com) en Google Play (play.google.com). Deze twee online distributieplatforms zijn ontwikkeld voor smartphones, namelijk de iPhone (App Store) en telefoons met een Android besturingsstelsel (Google Play). In 2013 versloeg Google Play de App Store met meer dan één miljoen applicaties voor de telefoon. De Apple Store had er indertijd negenhonderd duizend. Het aantal downloads via Google Play is meer dan vijftig miljard (H., 2013). Via deze

distributieplatforms is het mogelijk om reviews te schrijven of video games een score te geven. Veel video games die beschikbaar zijn via de handheld distributieplatforms zijn multiplayer games, bijvoorbeeld het spel genaamd *Megapolis* (Social Quantum, 2013). Zowel de App Store als Google Play staan video games van onafhankelijke developers toe, maar het is lastig voor onafhankelijke developers om op te vallen, aldus een artikel van Dan Rowinski (2013) op Read Write.

Bijlage 2 Resultaten

Bijlage 2.1 Participatie

Tabel B2.1 Relatie tussen participatieactiviteiten op legale en op illegale digitale distributieplatforms voor video games (N=149)

		Illegaal									
		Ik geef commentaar op de inhoud van een video game.		Ik voeg informatie over een video game toe.		Ik gebruik fora om te communiceren met andere spelers.		Ik praat met andere spelers via de "comment" sectie.		Ik ga om met andere spelers via MMORPGs, CO-OPs en andere multiplayer games.	
Legaal		regulier	zwaar	regulier	zwaar	regulier	zwaar	regulier	zwaar	regulier	zwaar
Ik geef commentaar op de inhoud van een video game.	regulier	6,5%*	0%*								
	zwaar	2,0%*	3,9%*								
	Totaal	3,3%	2,0%*								
Ik voeg informatie over een video game toe.	regulier			8,6%*	0%*						
	zwaar			12,0%*	4,0%*						
	Totaal			5,9%	1,3%*						
Ik gebruik fora om te communiceren met andere spelers.	regulier					2,9%*	0%*				
	zwaar					6,6%	6,6%				
	Totaal					3,9%	3,9%				
Ik praat met andere spelers via de "comment" sectie.	regulier							0%*	0%*		
	zwaar							8,8%	10,3%		
	Totaal							3,9%	5,2%		
Ik ga om met andere spelers via MMORPGs, CO-OPs en andere multiplayer games.	regulier									9,5%*	0%*
	zwaar									3,2%*	7,4%
	Totaal									3,3%	5,2%
Pearson Chi-Square		4,071		5,319		6,583		14,9***		6,29	

* Cells have an expected count less than five.

*** $p < 0,05$

Bijlage 2.2 Productie

Tabel B2.2 Relatie tussen productieactiviteiten op legale en op illegale digitale distributieplatforms voor video games (N=149)

Legal		Illegal													
		Ik creër in-game content.		Ik creër geheel nieuwe bruikbare objecten voor een spel.		Ik maak modificaties aan het verhaal van een spel.		Ik creër nieuwe levels voor video games.		Ik ontwerp nieuwe skins voor video games.		Ik ontwerp nieuwe maps/world voor video games.		Ik ontwerp mijn eigen video games.	
		Licht	Zwaar	Licht	Zwaar	Licht	Zwaar	Licht	Zwaar	Licht	Zwaar	Licht	Zwaar	Licht	Zwaar
Ik creër in-game content.	Licht	100%*	0%*												
	Zwaar	14,3%*	85,7%												
	Totaal	33,3%*	66,7%												
Ik creër geheel nieuwe bruikbare objecten voor een spel.	Licht			0%*	100%*										
	Zwaar			20,0%*	80,0%*										
	Totaal			16,7%*	83,3%										
Ik maak modificaties aan het verhaal van een spel.	Licht					0%*	100%*								
	Zwaar					20,0%*	80,0%*								
	Totaal					16,7%*	83,3%								
Ik creër nieuwe levels voor video games.	Licht							100%*	0%*						
	Zwaar							0%*	100%*						
	Totaal							33,3%*	66,7%*						
Ik ontwerp nieuwe skins voor video games.	Licht									0%*	0%*				
	Zwaar									14,3%*	85,7%*				
	Totaal									14,3%*	85,7%*				
Ik ontwerp nieuwe maps/world voor video games.	Licht											100%*	0%*		
	Zwaar											25,0%*	75%*		
	Totaal											62,5%	37,5%*		
Ik ontwerp	Licht													100%*	0%*

mijn eigen video games.	Zwaar Totaal							50%*	50%*
								66,7%*	33,3%*
Pearson Chi-Square	5,1***	0,24	2,4	6,0***	No stats computed	4,8***		0,75	

* Cells have an expected count less than five.

*** p<0,05

Tabel 2.B2.3 Relatie tussen de motivaties voor productie via legale digitale distributieplatforms en motivaties voor productie via illegale digitale distributieplatforms (N=149)

Legal		Illegal									
		... om een bepaald image/indruk onder controle te houden van mezelf bij anderen.		... om mijn eigen ideeën te publiceren.		... om mensen te laten zien wie ik ben.		... om respect te krijgen van anderen.		... om nieuwe vaardigheden te leren en mijn oude te verbeteren.	
		Helemaal niet	kleine tot grote mate	Helemaal niet	kleine tot grote mate	Helemaal niet	kleine tot grote mate	Helemaal niet	kleine tot grote mate	Helemaal niet	kleine tot grote mate
... om een bepaald image/indruk onder controle te houden van mezelf bij anderen.	Helemaal niet kleine tot grote mate Totaal	99,3% 73,7%	0,7%* 26,3%								
... om mijn eigen ideeën te publiceren.	Helemaal niet kleine tot grote mate Totaal			98,3% 77,8%	1,7%* 22,2%						
... om mensen te laten zien wie ik ben.	Helemaal niet kleine tot grote mate Totaal					99,2% 80,8%	0,8%* 19,2%				
... om respect te krijgen van anderen.	Helemaal niet kleine tot grote mate Totaal							99,2% 72,7%	0,8%* 27,3%		
... om nieuwe vaardigheden te leren en mijn oude te	Helemaal niet kleine tot grote									100,0% 78,8%	0%* 21,2%

verbeteren.	mate						
	Totaal						
Pearson Chi-Square		28,8***	18,9***	19,4***	30,3***	26,6***	95,4% 4,6%

* Cells have an expected count less than five.

*** $p < 0,05$

Bijlage 2.3 Grootste machtshebbers

Tabel B2.4 Relatie tussen keuze voor legaal/illegaal downloaden en de macht van de consument ($N=149$)

Keuze voor legaal/illegaal downloaden	Consumer			Totaal
	Minst machtig	medium	Meest machtig	
Alleen legaal	27,3%	20,8%	51,9%	100,0%
Beide	26,3%	19,7%	53,9%	100,0%
Totaal	26,8%	20,3%	52,9%	100,0%
Pearson Chi-Square	,062			

Tabel B2.5 Relatie tussen keuze voor legaal/illegaal downloaden en de macht van de distributeur ($N=149$)

Keuze voor legaal/illegaal downloaden	Distributor			Totaal
	Minst machtig	medium	meest machtig	
Alleen legaal	22,1%	27,3%	50,6%	100,0%
Beide	21,1%	25,0%	53,9%	100,0%
Totaal	21,6%	26,1%	52,3%	100,0%
Pearson Chi-Square	,917			

Tabel B2.6 Relatie tussen keuze voor legaal/illegaal downloaden en de macht van de publisher ($N=149$)

Keuze voor legaal/illegaal downloaden	publisher			Totaal
	Minst machtig	medium	meest machtig	
Alleen legaal	19,5%	13,0%	67,5%	100,0%
Beide	15,8%	18,4%	65,8%	100,0%
Totaal	17,6%	15,7%	66,7%	100,0%
Pearson Chi-Square	1,033			

Tabel B2.7 Relatie tussen keuze voor legaal/illegaal downloaden en de macht van de developer ($N=149$)

Keuze voor legaal/illegaal downloaden	developer			Totaal
	Minst machtig	medium	meest machtig	
Alleen legaal	29,9%	29,9%	40,3%	100,0%
Beide	27,6%	21,1%	51,3%	100,0%
Totaal	28,8%	25,5%	45,8%	100,0%
Pearson Chi-Square	2,255			

Tabel B2.8 Relatie tussen keuze voor legaal/illegaal downloaden en de macht van de console fabrikant ($N=149$)

Keuze voor legaal/illegaal downloaden	Console manufacturer			Totaal
	Minst machtig	medium	meest machtig	
Alleen legaal	33,8%	27,3%	39,0%	100,0%
Beide	35,5%	15,8%	48,7%	100,0%
Totaal	34,6%	21,6%	43,8%	100,0%
Pearson Chi-Square	3,198			

Bijlage 2.4 Grootste geldverdieners

Tabel B2.9 Relatie tussen keuze voor legaal/illegaal downloaden en meeste geld verdienen: consument ($N=149$)

Keuze voor legaal/illegaal downloaden	Consumer			Totaal
	Minste geld	medium	meeste geld	
Alleen legaal	90,8%	3,9%*	5,3%*	100,0%
Beide	96,1%	0%*	3,9%*	100,0%
Totaal	93,5%	2,09%*	4,6%	100,0%

Pearson Chi-Square ,191

* Cells have an expected count less than 5.

Tabel B2.10 Relatie tussen keuze voor legaal/illegaal downloaden en meeste geld verdienen: distributeur ($N=149$)

Keuze voor legaal/illegaal downloaden	Distributor			Totaal
	Minste geld	medium	meeste geld	
Alleen legaal	19,5%	23,4%	57,1%	100,0%
Beide	14,5%	25,0%	60,5%	100,0%
Totaal	17,0%	24,2%	58,8%	100,0%

Pearson Chi-Square ,712

Tabel B2.11 Relatie tussen keuze voor legaal/illegaal downloaden en meeste geld verdienen: publisher ($N=149$)

Keuze voor legaal/illegaal downloaden	publisher			Totaal
	Minste geld	medium	meeste geld	
Alleen legaal	7,8%	11,7%	80,5%	100,0%
Beide	5,3%*	9,2%	85,5%	100,0%
Totaal	6,5%	10,5%	83,0%	100,0%

Pearson Chi-Square ,700

* Cells have an expected count less than 5.

Tabel B2.12 Relatie tussen keuze voor legaal/illegaal downloaden en meeste geld verdienen: developer ($N=149$)

Keuze voor legaal/illegaal downloaden	developer			Totaal
	Minste geld	medium	meeste geld	
Alleen legaal	33,8%	36,4%	29,9%	100,0%
Beide	35,5%	25,0%	39,5%	100,0%
Totaal	34,6%	30,7%	34,6%	100,0%

Pearson Chi-Square 2,660

Tabel B2.13 Relatie tussen keuze voor legaal/illegaal downloaden en meeste geld verdienen: developer ($N=149$)

Keuze voor legaal/illegaal downloaden	Console manufacturer			Totaal
	Minste geld	medium	meeste geld	
Alleen legaal	23,4%	31,2%	45,5%	100,0%
Beide	26,7%	22,7%	50,7%	100,0%
Totaal	25,0%	27,0%	48,0%	100,0%

Pearson Chi-Square 1,398

Bijlage 2.5 DRM

Tabel B2.14 Relatie tussen de houding ten opzichte van DRM wat betreft legale distributieplatforms en de houding ten opzichte van DRM wat betreft illegale distributieplatforms ($N=149$).

Legaal		Illegaal					
		Ik vind het handig dat ik van een breed aanbod voor specifieke consoles kan downloaden. (Sterk) mee eens	Ik vind het handig dat ik een video game kan downloaden en het meteen kan spelen. (Sterk) mee eens	Het is makkelijk om video games te kopen en downloaden. (Sterk) mee eens	Het is makkelijk om video games te downloaden, vanwege de downloadsnelheid. (Sterk) mee eens	Het is makkelijk om een video game te spelen vanwege de internetverbinding. (Sterk) mee eens	Het is makkelijk om een video game te spelen op een ander apparaat. (Sterk) mee eens
Ik vind het handig dat ik van een breed aanbod voor specifieke consoles kan downloaden.	(Sterk) mee eens Neutraal Totaal	58,7% 52,4% 52,8%					
Ik vind het handig dat ik een video game kan downloaden en het meteen kan spelen.	(Sterk) mee eens Neutraal Totaal		73,8% 77,8% 72,2%				
Het is makkelijk om video games te kopen en downloaden.	(Sterk) mee eens Neutraal Totaal			83,3% 75,0% 83,3%			
Het is makkelijk om video games te downloaden, vanwege de downloadsnelheid.	(Sterk) mee eens Neutraal Totaal				79,5% 31,3% 61,1%		
Het is makkelijk om een video game te spelen vanwege de internetverbinding.	(Sterk) mee eens Neutraal Totaal					70,4% 56,5% 63,9%	
Het is makkelijk om een video game te spelen op een ander apparaat.	(Sterk) mee eens Neutraal Totaal						61,5% 47,4% 48,6%
Pearson Chi-Square		20,7***	13,2***	4,600	37,0***	13,5***	10,9***

*** $p < 0,05$

