



Wikipedia, één cultuur of een bundeling van culturen?

*Een onderzoek naar crossculturele verschillen & persoonlijke karakteristieken binnen
Wikipedia.*

Masterscriptie

Naam: Nick Geurts

ANR: 164953

Begeleider: Dr. A. el Aissati

Tweede lezer: Dr. A.C.J. de Ruiter

Tilburg University

School of Humanities

Communicatie- en Informatiewetenschappen

Bedrijfscommunicatie en Digitale Media

Januari 2013

Abstract

When people nowadays have a question or an urge to find more information about a particular subject they will often use the Internet to address this since the internet includes various search engines, dictionaries and informative websites. Placed sixth on the list of most popular websites is Wikipedia, an online encyclopedia in which users can start and edit various informative articles. The most active Wikipedia's are respectively the English, German, French and Dutch one. Where earlier studies specifically approached Wikipedia as one culture, the study of Hara & Shachaf (2010) was the first one to approach it from a cross-cultural perspective. Furthermore, where the study of Hara & Shachaf (2010) focused on differences between Western and non-Western users this study focuses on possible differences between all Western cultures in an attempt to validate the claim that cultural differences can be found between members of Wikipedia. The following research question was used: *'To what extent can differences in the way people engage themselves in Wikipedia be ascribed to personal characteristics and/or cultural differences and what is the relation between these two?'* In order to answer this question a qualitative content analysis was conducted through a self-made corpus. Users from the Netherlands, the United Kingdom and France have been analyzed. Results confirm that there are differences in the usage of Wikipedia between members with different cultural backgrounds. Differences were found for the cultural dimensions 'Uncertainty Avoidance' and 'Masculinity' and more insight was gathered in the personal characteristics and motivations of Wikipedia members. This leads to the conclusion that Wikipedia can't be seen as one culture alone, but instead also should be viewed as a bundling of cultures within the larger Wikipedia community.

Keywords: Wikipedia, Online media, Cultural dimensions, Need for Cognition, Self-efficacy, Uses & Gratifications

Samenvatting

Wanneer mensen tegenwoordig met een vraag zitten of gewoonweg meer informatie over een onderwerp willen hebben, zoeken zij al snel hun heil op het Internet. Het Internet bestaat tegenwoordig uit een variatie van woordenboeken, zoekmachines, informatieve websites en online gemeenschappen welke gebruikt kunnen worden voor het vinden en delen van informatie. Wikipedia is wellicht het bekendste voorbeeld van een online gemeenschap waar mensen digitaal informatie delen en opnemen en staat momenteel op nummer zes in de lijst van meest populaire websites. Wikipedia is een online gemeenschap waar gebruikers vrijwillig artikelen beginnen en editen middels de Wiki techniek. Wikipedia is opgericht in 2001 door Jimmy Wales en Larry Sanger en wordt momenteel gebruikt in 284 verschillende talen; de meeste artikelen worden in het Engels geschreven, gevolgd door respectievelijk Duitsland, Frankrijk en Nederland.

Eerdere studies omtrent Wikipedia hebben Wikipedia bijna altijd benaderd als één gemeenschap of gezien als eigen cultuur. Onlangs is er echter voor het eerst onderzoek gedaan naar Wikipedia vanuit een cross cultureel oogpunt. Verschillen werden gevonden tussen Westerse en niet Westerse gebruikers van Wikipedia. In navolging hierop richt deze studie zich op mogelijke culturele verschillen in de persoonlijke karakteristieken en de motivatie om deel te nemen aan Wikipedia tussen alleen Westerse gebruikers van Wikipedia. De achterliggende gedachte hierachter is dat wanneer er culturele verschillen tussen alleen Westerse gebruikers te vinden zijn, Wikipedia definitief niet langer gezien kan worden als één cultuur. De volgende onderzoeksvraag is gebruikt als leidraad in dit onderzoek: ***‘In hoeverre kunnen verschillen in de manier waarop leden zich profileren in Wikipedia worden toegekend aan persoonlijke karakteristieken en/of culturele verschillen en hoe verhouden deze twee zich tot elkaar?’***

Om deze mogelijke culturele verschillen te onderzoeken is er gebruik gemaakt van een kwalitatieve content analyse en zijn middels een zelf ontworpen corpus gebruikers uit Nederland, het Verenigd Koninkrijk en Frankrijk geanalyseerd. Resultaten laten zien dat Westerse gebruikers van Wikipedia nog steeds culturele verschillen in motivatie en behoeften laten zien in hun profilering op Wikipedia. Verschillen in de culturele dimensie ‘Uncertainty Avoidance’ werden gevonden gevonden voor Franse gebruikers ten opzichte van Nederlandse en Britse gebruikers. Op het gebied van status werden er tevens verschillen gevonden tussen

Nederland en de andere twee culturen, Frankrijk en het Verenigd Koninkrijk. Waar Nederlanders geneigd zijn om alle contributies willekeurig te benoemen, kiezen Franse en Britse gebruikers vooral voor een categorische weergave van contributies. Dit verschil is toe te wijzen aan de mate van masculiniteit van de culturen. Nederland kan gezien worden als een zeer feminiene cultuur en Nederlanders zullen dus minder waarde hechten aan het verkrijgen van status dan de andere geanalyseerde culturen. Ten slotte lieten de Franse en Britse gebruikers ook veel meer verwijzingen naar de afkomst van de gebruiker zien dan de Nederlandse gebruikers. Dit was zowel te zien in de contributiegeschiedenis, als op de gebruikerspagina zelf.

Kanttekening bij dit onderzoek is de geringe sample van het totaal aantal gebruikers. In volgende onderzoeken is het aan te raden om een grotere hoeveelheid gebruikers te analyseren en een aanvullend kwantitatief onderzoek te doen. Hierdoor worden mogelijke culturele motieven van de onderzoeker uitgesloten en kost het minder tijd om deze grotere hoeveelheid gebruikers te analyseren. Verder onderzoek naar culturele verschillen tussen motivaties en persoonlijke karakteristieken van Wikipediagebruikers is nodig om het kleine aantal bestaande onderzoeken te ondersteunen. Dit huidige onderzoek toont aan dat deze culturele verschillen er wel degelijk zijn en ondersteunt de stelling dat Wikipedia niet alleen gezien kan worden als een cultuur op zichzelf, maar ook als een bundeling van culturen binnen de grote Wikipediagemeenschap.

Trefwoorden: Wikipedia, Online media Culturele dimensies, Need for Cognition, Self-efficacy, Uses & Gratifications

Inhoudsopgave

Abstract	p. 2
Samenvatting	p. 3
1. Inleiding	p. 6
2. Theoretisch kader	p. 8
2.1. Wikipedia	p. 8
2.2. Motieven & behoeften	p. 12
2.3. Persoonlijke karakteristieken	p. 15
2.4. Culturele dimensies	p. 16
2.5. Koppeling culturele dimensies (micro vs macro)	p. 18
3. Methode	p. 20
4. Resultaten	p. 23
4.1. Respons, uitval en respondenten	p. 23
4.2. Resultaten Nederland	p. 24
4.3. Resultaten Verenigd Koninkrijk	p. 27
4.4. Resultaten Frankrijk	p. 29
4.5. Verschillen	p. 31
5. Conclusie	p. 33
6. Discussie	p. 36
Referenties	p. 38

1. Inleiding

De laatste jaren is er door de opkomende digitale media een verandering opgetreden in de informatievoorziening die gebruikt wordt door mensen (Rheingold, 1993). Het begin van deze verandering is tevens ook het begin van zogeheten 'Computer-Mediated-Communication' (CMC). Deze verandering had tot gevolg dat de informatievoorziening veranderde van één-naar-velen, naar velen-naar-velen; waar eerst één persoon of organisatie de distributeur van informatie was, is nu iedereen distributeur van informatie. Rheingold beschrijft in zijn artikel het startpunt van deze velen-naar-velen informatievoorziening:

Met de introductie van de EMISARI werd de eerste fundering voor groepscommunicatie gelegd, de EMISARI werd gebruikt voor het monitoren van data van verschillende regiokantoren, de Belastingdienst en de staat. Dit systeem had één functie – publiekelijk 'blackboard'– welke het voor gebruikers mogelijk maakte om berichten achter te laten voor andere gebruikers. De ontwikkelaars kwamen erachter dat deze functie populariteit geniet onder de gebruikers. Het achterlaten van berichten voor andere gebruikers is exact wat tegenwoordig ook gedaan wordt in zogeheten online gemeenschappen.

Tegenwoordig zijn er de meest uiteenlopende online gemeenschappen te vinden op het Internet. Deze studie richt zich specifiek op online gemeenschappen en nog specifieker, op Wikipedia. Wanneer mensen tegenwoordig met een vraag zitten of gewoonweg meer informatie over een onderwerp willen hebben, zoeken zij al snel hun heil op het Internet. Het Internet bestaat tegenwoordig uit een variatie van woordenboeken, zoekmachines, informatieve websites en online gemeenschappen welke gebruikt kunnen worden voor het vinden en delen van informatie. Wikipedia is wellicht het bekendste voorbeeld van een online gemeenschap waar mensen digitaal informatie delen en opnemen en staat momenteel op nummer zes in de lijst met meest populaire websites¹.

Wikipedia is een online gemeenschap waar gebruikers vrijwillig artikelen beginnen en editen middels de Wiki techniek. De Wiki software is bedacht door Ward Cunningham in 1995 en kan worden beschreven als een tool waarmee individuen een verzameling van hypertext documenten kunnen onderhouden (editen). Ieder individu heeft de mogelijkheid om een document te editen en deze veranderingen worden door de software onthouden en kunnen door andere gebruikers opgevraagd worden. (Cunningham & Leuf, 2001; Voß, 2005)

¹ http://www.alexa.com/data/details/traffic_details?y=t&url=Wikipedia.org, opgevraagd 6 maart, 2012

Wikipedia zelf is opgericht in 2001 door Jimmy Wales en Larry Sanger en wordt momenteel gebruikt in 284 verschillende talen; de meeste artikelen worden in het Engels geschreven (+/- 4 miljoen), gevolgd door Duitsland (+/- 1,5 miljoen), Frankrijk (+/- 1,3 miljoen) en Nederland (+/- 1 miljoen)².

Eerdere studies zoals die van Shao (2009) en Barak en Gluck-Ofri (2007) hebben reeds de motivaties voor het bekijken van en participeren in media (en Wikipedia) onderzocht, maar tot op heden heeft alleen de studie van Hara & Shachaf (2010) zich op mogelijke culturele verschillen gericht. Deze studie van Hara & Shachaf richtte zich specifiek op culturele verschillen tussen Westerse en niet Westerse culturen voor Wikipediagebruikers.

Deze studie zal zich richten op de motieven en persoonlijke karakteristieken van Wikipediagebruikers, maar zal dit vanuit een cultureel oogpunt benaderen. In tegenstelling tot Hara & Shachaf (2010) richt deze studie zich echter op de culturele verschillen tussen alleen Westerse culturen. Met als achterliggende gedachte dat wanneer er culturele verschillen tussen alleen Westerse culturen bestaan, Wikipedia definitief niet langer alleen onderzocht kan worden als één gemeenschap, maar ook als een bundeling van vele culturen welke zich allemaal op een specifieke manier inpassen in het Wiki-systeem. De volgende onderzoeksvraag geldt als rode draad voor dit onderzoek: ***In hoeverre kunnen verschillen in de manier waarop leden zich profileren in Wikipedia worden toegekend aan persoonlijke karakteristieken en/of culturele verschillen en hoe verhouden deze twee zich tot elkaar?***

² http://meta.wikimedia.org/wiki/List_of_Wikipedias, opgevraagd 6 maart, 2012

2. Theoretisch kader

Om meer inzicht te verkrijgen in de Wikipediagemeenschap en online fora in het algemeen zal er nu eerst een uitgebreide blik worden geworpen op Wikipedia, online fora en de gebruikers van online fora.

2.1 Wikipedia en participatie in online fora

Wikipedia

De omschrijving van Wikipedia en al haar functies wordt gedaan op basis van de bevindingen van de onderzoeker tijdens de data collectie voor dit onderzoek. De onderzoeker heeft gedurende een tijdsbestek van zeven maanden veel kennis opgedaan over Wikipedia en zich verdiept in de vele functies die de software te bieden heeft. Wanneer de onderzoeker het heeft over Wikipedia ‘gebruikers’, worden hier personen mee bedoeld die ook daadwerkelijk lid zijn Wikipedia.

Wikipedia bestaat sinds 2001 en heeft als voornaamste doel om de virtuele wereld een open en ‘vrije’ encyclopedie te bieden. Middels de eerder genoemde Wiki technologie worden gebruikers in staat gesteld om alle artikelen te kunnen bewerken of nieuwe artikelen aan te maken. De geschiedenis van het artikel wordt door de Wiki software bijgehouden en deze is door alle gebruikers op te vragen om zo controle te houden op de wijzigingen. Verder stelt de Wiki software gebruikers in staat om samen een artikel asynchroon tot stand te brengen (Reagle,2010). Ondanks dat gebruikers samen aan de artikelen werken, blijkt uit het onderzoek van Hara (2009) dat ondanks het gemeenschappelijke doel van de gebruikers, zij geen behoefte hebben om elkaar op een ander vlak te leren kennen dan dat van de Wikipediagemeenschap.

Gebruikers hebben per land een zogenaamd portaal, welke gebruikt wordt als een soort to-do lijst en taakomschrijving voor de leden. Deze community portalen laten gebruikers van het desbetreffende land zien welke pagina’s open staan voor werkzaamheden, welke projecten er bezig zijn en aan welke regels gebruikers zich dienen te houden. Het portaal kan het beste omschreven worden als een soort ‘thuis’ pagina voor de gebruikers van het desbetreffende land, waar zij altijd kunnen terugkeren om hulp te vragen en informatie over werkzaamheden in te winnen. Wikipedia maakt intern bovendien gebruik van mailinglisten, waar gebruikers zich op kunnen abonneren. Vervolgens zullen zij middels deze mailinglist informatie

ontvangen over de Wikipediapagina's van het geabonneerde land.

Verder gelden er variërende rechten voor Wikipedia gebruikers, zo beschikken niet alle gebruikers over dezelfde functies. Gebruikers met een hoog aantal contributies en bewerkingen worden bijvoorbeeld in staat gesteld om peilingen te starten en administrator of moderator te worden, waar mensen met een relatief laag aantal contributies of bewerkingen deze functies nog niet tot hun beschikking hebben. Doordat administrators en moderators niet willekeurig benoemd worden, maar op basis van de bijdragen van de desbetreffende persoon, kan de Wikipedia gemeenschap toegeschreven worden tot het hebben van een rangorde.

Ten slotte hebben Wikipedia gebruikers de mogelijkheid om een profiel aan te maken. Ondanks dat men ook anoniem kan bijdragen aan Wikipedia, leert de ervaring van de onderzoeker dat het merendeel van de mensen die actief bijdragen aan Wikipedia in het bezit is van een zogeheten gebruikerspagina. Middels de gebruikerspagina kan de bezoeker zich introduceren, zijn of haar contributiegeschiedenis en zijn of haar verdiensten laten zien. Voor de introductie stelt Wikipedia de gebruikers in staat om zogeheten gebruikersboxen te gebruiken. Dit zijn kleine gekleurde tekstvakken met daarin persoonlijke informatie zoals demografische gegevens. Het laten zien van de contributiegeschiedenis wordt gedaan door het maken van links naar de pagina waaraan is bijgedragen (soms begeleidt door een korte opmerking). Wanneer een gebruiker een barn star heeft ontvangen voor een bijdragen of mijlpaal kan deze persoon ervoor kiezen om deze te laten zien op de eigen gebruikerspagina. Barn stars worden door andere gebruikers aan iemand gegeven die goed werk verricht of een mijlpaal heeft bereikt op Wikipedia. De laatste functie die besproken wordt is de 'user talk' functie, middels deze functie welke gevonden kan worden op de gebruikerspagina van een persoon, worden gebruikers in staat gesteld om te discussiëren met elkaar omtrent onderwerpen of om hulp te vragen aan elkaar.

Deelname aan online fora

Om te kijken waarom mensen deelnemen aan online gemeenschappen zal er eerst een vergelijking worden gemaakt met de deelname aan online fora. Deelname aan online fora laat namelijk veel overeenkomsten zien met deelname aan de Wikipedia gemeenschap, zoals het geven van informatie, bewerken van informatie en de mogelijkheid om een online profiel te hebben. Ondanks de duidelijke voordelen die fora gebruik met zich meebrengt (Hammond 1999), participeert niet iedereen in een forum en verschilt de mate en vorm van interactie met

het forum ook per individu. De voordelen die Hammond noemt zijn: Mensen hebben de mogelijkheid om ideeën te geven over een bepaald onderwerp en hier feedback van anderen over te ontvangen, mensen hebben de mogelijkheid om te reageren op de ideeën van anderen, mensen hebben de mogelijkheid om hulp te bieden en te krijgen wanneer het nodig is en het is een sociale omgeving die het verwerven of aanpassen van kennis stimuleert. De voordelen van participatie in online gemeenschappen zal verder besproken worden in de ‘Uses and Gratifications theorie’ en tijdens het bespreken van de persoonlijke karakteristieken. De studie van Hammond richt zich specifiek op vier relevante soorten beperkingen die mogelijk forum gebruik van deze gebruikers kunnen tegenwerken zijn geïdentificeerd, te weten:

De mate waarin mensen tijd hebben om te participeren: Hammond zegt dat mensen teveel druk van het werk of thuis kunnen ervaren, waardoor een verandering van prioriteiten noodzakelijk is om te participeren in een forum. Dit kan voor sommige mensen een obstakel – sommige kiezen ervoor om dit niet te doen en sommige hebben simpelweg niet de mogelijkheid om te participeren– vormen om te participeren, met als gevolg dat zij niet deelnemen aan een forum. Ten slotte zegt Hammond (1999) dat het proces van tijd vrijmaken voor participatie makkelijker werd naarmate mensen gewend raken aan participatie in het forum.

De mate waarin mensen toegang tot de technologie hebben en de juiste kwaliteiten om deze te gebruiken: Hammond zegt dat de mate waarin mensen toegang hebben tot de technologie en de kwaliteiten bezitten om deze te gebruiken een belangrijke rol spelen in forum participatie. Gezien de datum van uitgave van de studie van Hammond, kan er geconcludeerd worden dat de kwaliteiten van mensen voor wat betreft het gebruik van Internet technologie drastisch verbeterd zijn. Toch is het wel mogelijk dat de toegang tot de technologie nog niet voor iedereen optimaal en dus gelijk is.

De mate waarin mensen zich verbonden voelen met fora: Sommige gebruikers waren heel terughoudend in het actief gebruiken van het forum, waar andere weer meer een ondersteunende rol aannamen in het forum om mensen te helpen. Deze ondersteunende gebruikers bleken vitaal voor het forum. Participatie in het forum zorgt er voor dat mensen het forum blijven gebruiken; Hammond noemt dit 'self reinforcing', oftewel zelf versterkend. Tevens geeft Hammond aan dat geen reactie leidt tot het 'opdrogen' van berichten. Verder waren er spanningen merkbaar tussen participanten die veel gebruik maakten van het forum en participanten die er minder of weinig gebruik van maakten.

Ten slotte zegt Hammond dat gebruikers een hoge drempel ervaren tijdens het eerste moment van participatie.

De mate waarin asynchrone tekst motiverend of demotiverend werkt: Sommige gebruikers voelden zich beperkt in het gebruik, omdat zij niet de mogelijkheid hadden om mensen te onderbreken, maar de meeste mensen daarentegen hebben het als prettig ervaren dat zij niet konden worden onderbroken. Tevens voelden een aantal gebruikers zich bevreesd om een permanent bericht achter te laten, al staat ook hier weer tegenover dat de meesten het prettig vonden om een permanent bericht te hebben om op te reflecteren. Hammond geeft aan dat doordat mensen vrij waren om te reageren wanneer zij zelf wilden, het mogelijk was dat de discussie al verplaatst was naar een ander punt, waardoor deze mensen eerder uit de discussie stappen.

Type gebruikers

Nu deze mogelijke beperkingen geïdentificeerd zijn, is het zaak te kijken naar de drie typen gebruikers die Hammond geeft. Ondanks dat deze typen gebruikers geïdentificeerd zijn aan de hand van gebruik in een leeromgeving, zullen de karakteristieken meegenomen worden in deze studie, te beginnen met de 'communicative learner'.

De 'communicative learner', vanaf nu communicator, is een actieve gebruiker van het forum, die bereid was om zijn of haar prioriteiten te herstructureren om te participeren in het forum. Hammond stelt dat de communicator niet noodzakelijk meer kennis of tijd had en dat het geslacht ook geen invloed had op het zijn van een communicator. Hammond stelt dat het behoren tot het type communicator voortkomt uit twee andere karakteristieke van deze gebruikers; het nemen van risico's en het verantwoordelijk voelen voor de groep.

De 'quiet learner', vanaf nu stille gebruiker, is een minder actieve gebruiker van het forum, die wel bereid was om zijn of haar prioriteiten te herstructureren om te participeren, maar meer de rol van lezer aanneemt, dan de rol van schrijver. Deze gebruikers zijn meer bevreesd om te communiceren, maar halen daarentegen wel voldoening uit het lezen van berichten.

De non-participant, vanaf nu de niet-gebruiker, participeert niet in het forum, ondanks dat hij of zij vooraf wel gemotiveerd was om deel te nemen. Ondanks de motivatie is deze groep gebruikers niet bereid, of hebben zij niet de mogelijkheid, om specifieke prioriteiten te herstructureren en daardoor te participeren in het forum. Zelfs het lezen van berichten wordt

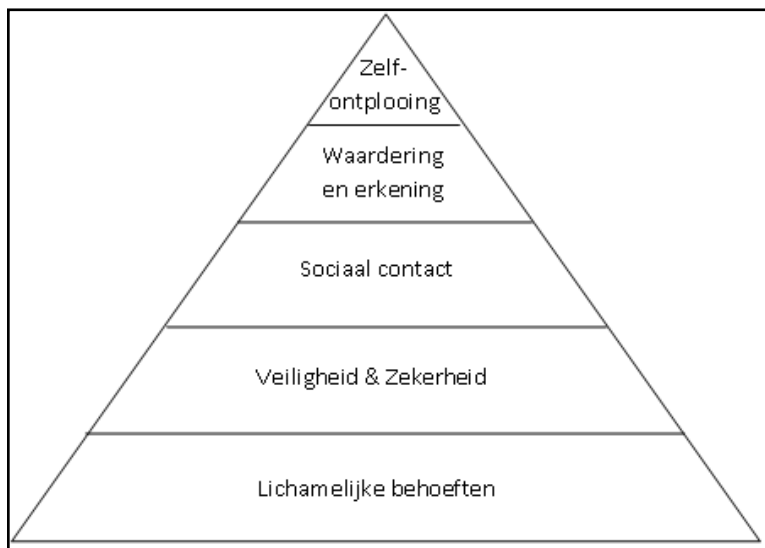
niet gedaan door deze groep, het volgen van de discussie wordt als opdringerig ervaren door deze groep niet-gebruikers.

2.2 Motieven van Wikipedia gebruikers

O1: Waarom nemen gebruikers deel aan de Wikipedia gemeenschap en in hoeverre zijn deze motieven te identificeren?

Uses en Gratifications theorie

De Uses & Gratifications theorie is een uitgebreide variant van de eerste behoeftenpiramide van Maslow (1943). Maslow ordent in deze piramide vijf soorten behoeften, te verstaan lichamelijke behoeften, behoeften aan veiligheid en zekerheid, behoefte aan sociaal contact, behoefte aan waardering en behoefte aan zelfontplooiing. Om aan een behoefte niveau te voldoen dient men eerst het voorgaande behoefte niveau te vervullen, totdat men uiteindelijk het hoogste niveau heeft bereikt en psychisch gezond is; zelfontplooiing of zelf-actualisatie (West & Turner, 2010).



Figuur 1. Behoeftenpiramide van Maslow (1943)

Katz, Blumler, & Gurevitch (1974) zeggen dat de Uses en Gratifications theorie gebruik maakt van vijf basis assumpties. De eerste assumptie die zij onderscheiden is dat gebruikers actief zijn in het maken van keuzes voor wat betreft media en inhoud van deze media. Mensen kunnen veranderen van inactieve naar actieve gebruikers door externe factoren zoals de datum, dag en tijdstip. Een voorbeeld hiervan is dat een individu ook de tijd

moet hebben om te interacteren met het gekozen medium (bv. buiten werktijden). Verder worden gebruikers beïnvloedt door hun eigen persoonlijke en psychologische kenmerken tijdens het selectieproces van media. In de tweede assumptie wordt gesteld dat gebruikers zelf het initiatief in handen hebben om de behoeftengratificatie en het te kiezen medium aan elkaar te relateren. De derde assumptie stelt dat tijdens het vervullen van behoeften, er ‘concurrentie’ plaatsvindt tussen media en andere vormen van communicatie. De vierde assumptie stelt dat gebruikers van media een goed zelfbeeld hebben van het persoonlijke mediagebruik. Zij worden dus in staat geacht om een goed beeld te schetsen van eigen gebruik, behoeften en motieven. De laatste en vijfde assumptie stelt dat onderzoekers afhankelijk zijn van de waardeoordelen van gebruikers zelf voor wat betreft de mediumkeuze en/of inhoud van de media. Deze assumptie stelt dat alleen de gebruiker zelf hier een oordeel over kan geven, aangezien deze gebruiker als enige verantwoordelijk is voor de mediumkeuze. (Rubin, 2002; West & Turner, 2010)

Gratifications sought en gratifications obtained

De Uses en Gratifications theorie maakt onderscheid tussen twee soorten gratifications, te weten *gratifications sought* en *gratifications obtained*. *Gratifications sought*, oftewel behoeften of motieven, staan voor alles wat mensen verwachten te verkrijgen wanneer zij gebruik gaan maken van een medium, nog voor het eerste contactmoment. *Gratifications obtained* daarentegen, staan voor de daadwerkelijk vervulde behoeften van een individu na gebruik van het medium. Het verschil tussen de *gratifications sought* en de *gratifications obtained* wordt gezien als een voorspeller van de mate van tevredenheid/ontevredenheid van een individu. (Greenberg, 1974; Katz et al., 1973; Palmgreen, Wenner, & Rayburn, 1980)

Uses en Gratifications theorie op gebruiker gegenereerde media

Shao (2009) zegt dat individuen, gebruiker gegenereerde media op drie verschillende manieren gebruiken, te verstaan: het consumeren van inhoud om aan de informatie-, amusement- en stemmingsbehoeften te voldoen; het participeren middels interactie met de inhoud en andere gebruikers, om sociale connecties en online gemeenschappen te bevorderen; het produceren van eigen inhoud voor het uiten van zichzelf en het actualiseren van zichzelf.

Individuen consumeren inhoud van gebruiker gegenereerde media om twee redenen, namelijk het zoeken naar informatie en amusement/vermaak. Mensen willen informatie

consumeren om de eigen kennis te vergroten. Dit blijkt onder andere uit het feit dat mensen Wikipedia vooral bezoeken om informatie te vinden over onderwerpen die vooral relevant zijn voor de mensen zelf. Voor wat betreft het zoeken naar amusement/vermaak wordt er gesteld dat individuen gebruiker gegenereerde media gebruiken om te ontsnappen aan problemen, tot rust te komen, verfijnde blijdschap, tijd te vullen, emoties te uiten en seksuele opwinding. (Graber, 1993; Katz et al., 1974; Korgaonkar & Wolin, 1999; McQuail, 1983, 2000; Zillmann & Bryant, 1985) Verder stelt de consumptie van amusement/vermaak individuen in staat om het eigen humeur te reguleren, dit fenomeen staat ook wel bekend als de ‘Mood Management theorie’. (Bryant & Davies, 2006; Bryant & Zillmann, 1984; Zillmann, 1988)

Individuen participeren op twee manieren in gebruiker gegenereerde media, te verstaan interactie met de inhoud van de media en/of met andere gebruikers van de media. Interactie tussen gebruiker en inhoud vindt plaats wanneer een gebruiker inhoud beoordeelt, in de favorieten zet, deelt met anderen of een reactie plaatst. Deze vorm van interactie wordt ‘User-to-Content’ genoemd. De andere vorm van interactie, tussen de gebruiker en andere gebruikers, vindt plaats wanneer gebruikers communiceren met elkaar via bijvoorbeeld e-mail of een berichtenfunctie. Deze vorm van interactie wordt ‘User-to-User’ genoemd. (Shao, 2009)

Individuen produceren inhoud in gebruiker gegenereerde media om twee redenen, ten eerste om andere gebruikers te informeren en vermaken (Bowman and Willis, 2003), of om reacties en participatie van andere gebruikers uit te lokken. Het produceren van inhoud wordt gedaan om zo de behoeften van zelf-actualisatie of zelfontplooiing te vervullen. (Shao, 2009) Deze drie categorieën zullen in dit onderzoek gebruikt worden om de motieven te bevestigen; informeren, vermaken en participatie bevorderen.

Shoa zegt verder dat deze drie manieren van gebruik verbonden zijn met elkaar en beschrijft verbondenheid door middel van een eigen model. Shoa stelt dat mensen veelal beginnen als consumers en nog niet daadwerkelijk participeren in discussies etc. en ook nog geen eigen inhoud produceren. Nadat de eerste mentale barrières doorbroken zijn, zullen mensen eerder geneigd zijn te participeren met de inhoud en andere gebruikers van de media. Ten slotte zullen mensen ook zelf inhoud gaan produceren en hiermee een poging tot zelfontplooiing doen. Echter, niet ieder individu zal deze volgorde aanhouden, zo zullen er mensen zijn die niet op anderen reageren, maar wel eigen werk publiceren. Verder is gevonden dat de mate van betrokkenheid onevenredig verdeeld is; het grootste gedeelte van

de inhoud en participatie is afkomstig van een kleine groep gebruikers (Bughin, 2007; Nielsen, 2006).

2.3 Persoonlijke karakteristieken

O2: In hoeverre zijn expliciete persoonskenmerken van invloed op de motivatie om deel te nemen aan Wikipedia?

Self-efficacy in relatie met intrinsieke motivatie en extrinsieke beloning

Self-efficacy is kortweg de mate waarin een persoon vertrouwen heeft in eigen kunnen. Self-efficacy is een goede voorspeller van hoe een individu een bepaalde taak zal benaderen.

Wanneer een individu een lage self-efficacy heeft voor wat betreft een taak, zal deze taak eerder vermeden worden. Taken waar een individu een hoge self-efficacy over vertoont, zullen eerder aangegaan worden (Csikszentmihalyi, 1997). Intrinsieke motivatie is de wil of drang die iemand ervaart om een bepaalde handeling te verrichten en met deze handeling een doel te completeren. Deze motivatie is afhankelijk van de op dat moment ervaren self-efficacy van een individu. De reactie van anderen op de handeling wordt gezien als de extrinsieke beloning; veelal is er een positieve correlatie tussen de positiviteit van de beloning en de motivatie om de handeling vaker uit te voeren te vinden (Schmidt, 1982).

Need for Cognition

Need for Cognition verwijst naar “de motivatie van mensen om deel te nemen aan cognitieve activiteiten en hiervan te genieten” (Cacioppo & Petty, 1982). Een voorbeeld hiervan kan participatie in een internetforum of Wiki zijn. Middels de Need for Cognition schaal van Cacioppo & Petty (1982) zal de mate waarin een persoon deze behoefte aan cognitie ervaart, gemeten worden. Deze behoefte kan per persoon verschillen en kan dus gedefinieerd worden als een persoonlijke karakteristiek.

2.4 Culturele dimensies

O3: In hoeverre zijn culturele achtergronden van invloed op het Wikipedia gebruik van leden?

Middels de drie culturele dimensies *Individualisme, Masculiniteit, Uncertainty Avoidance* van Hofstede (2005) zullen mogelijke culturele verschillen onderzocht worden tussen Wikipedia gebruikers uit Nederland, Frankrijk en het Verenigd Koninkrijk. De culturele dimensies van Hofstede zijn tot op heden de meeste gebruikte en meest gewaardeerde dimensies om verschillen tussen culturen te definiëren. Er is gekozen voor een selectie uit de dimensies van Hofstede om zo mogelijke culturele verschillen specifieker te onderzoeken. Vanuit het oogpunt van dit onderzoek gezien zijn de drie gekozen dimensies het meest geschikt. De niet-gekozen dimensie *Power distance* geeft weer in hoeverre een persoonlijke motivatie afkomstig is van druk van een hogere autoriteit. Dit kan met de onderzoeksopzet van dit onderzoek niet (voldoende) onderzocht worden en daarom is deze dimensie niet meegenomen in het onderzoek. In de dimensie *Short vs Long term oriëntatie* legt Hofstede de nadruk op motivatieredenen als sociale verplichting. Gezien het feit dat niet duidelijk gemaakt kan worden of Wikipediameden het participeren in de gemeenschap als sociale verplichting zien is ook deze dimensie niet meegenomen in het verdere onderzoek. Hofstede geeft de volgende definities voor de drie gekozen dimensies:

Individualistisch vs collectivistisch: In landen met een individualistische cultuur worden mensen geacht om in hun eigen behoefte en die van directe familie te voorzien. Een collectivistische samenleving daarentegen, bevat mensen welke niet alleen voor zichzelf zorgen, maar voor meerdere mensen uit de samenleving welke niet noodzakelijk familie hoeven te zijn. Volgens Hofstede is de makkelijkste manier om te zien of een cultuur individualistisch of collectivistisch is, middels te kijken naar de manier waarop mensen zichzelf zien in relatie tot hun omgeving; als 'ik' of als 'wij'. Zowel Nederland als Frankrijk en het Verenigd Koninkrijk worden door Hofstede gezien als individualistische samenlevingen en scoren respectievelijk 80, 71 en 89 op deze dimensie. Het zijn dus alle drie culturen waarin iedereen geacht wordt om voor zichzelf te zorgen.

Masculinien vs feminien: Masculiene culturen leggen een nadruk op persoonlijke prestige, beloning en assertiviteit in de samenleving. Mensen streven naar het hebben van prestige en ontvangen van beloningen door assertief te zijn in hun bezigheden. Feminiene culturen

daarentegen leggen meer nadruk op samenwerken, het letten op anderen in de samenleving en de kwaliteit van het leven in deze samenleving. Het Verenigd Koninkrijk scoort met 66 het hoogste op deze dimensie en kan gezien worden als een masculiene samenleving waarin mensen de nadruk leggen op prestige en het krijgen van erkenning. Frankrijk scoort 43 op deze dimensie waardoor het tot een feminiene cultuur gerekend wordt door Hofstede. De Franse staan erom bekend dat zij echte 'levensgenieters' zijn en dus veel waarde hechte aan de kwaliteit van het leven in de samenleving. Verder zegt Hofstede dat materiële tekenen van succes in de Franse cultuur niet te nadrukkelijk aanwezig dienen te zijn, gezien zij sympathie hebben voor de 'underdog'. Nederland noteert een score van 14 en is daarmee veruit de meest feminiene cultuur. Ook in Nederland zoeken mensen naar een goede werk/leef balans en managers streven naar consensus in deze samenleving. Samenwerking staat dus centraal en conflicten worden opgelost er gezamenlijk over te praten in plaats van één persoon (hoger in rangorde) die beslist.

Uncertainty Avoidance: Culturen met een hoge mate van Uncertainty avoidance willen onzekerheden en ambiguïteiten zoveel mogelijk vermijden en kiezen voor zekerheden, omdat zij zich bedreigd voelen door deze onzekerheden en ambiguïteiten. Dit gebeurt onder andere door middel van het toevoegen van details en achtergronden aan stukken. Culturen met een lage Uncertainty avoidance daarentegen voelen zich niet bedreigd door deze onzekerheden en gaan deze dus ook niet uit de weg. Met een score van 86 noteert Frankrijk één van de hoogste scores van alle culturen op deze dimensie. Franse mensen kenmerken zich door de behoefte aan detail en willen onzekerheden vermijden door het zoveel mogelijk toevoegen van deze details en achtergrondinformatie. Ook Nederland kenmerkt zich door het uit de weg gaan van onzekerheden en onorthodoxe methoden en acties. Desondanks scoort Nederland beduidend lager dan Frankrijk op deze dimensie met een score van 53, wat inhoudt dat ondanks dat Nederlanders onzekerheden liever uit de weg gaan, zij dit niet zo extreem laten zien als de Franse. Het Verenigd Koninkrijk daarentegen scoort met 35 laag op deze dimensie, wat inhoudt dat Britse mensen het niet erg vinden om onwetend in de dag te stappen en niet huiverig zijn voor ambigue en onzekere situaties. Britse zullen minder gedetailleerd plannen en zullen bovendien innovatiever zijn in het creatie proces. Volgens Hofstede is dit het gevolg van een individualistische samenleving in combinatie met een lage Uncertainty avoidance score. Deze combinatie bevordert het creatieve en innovatieve proces in deze samenleving en zorgt voor humor.

2.5 Koppeling culturele dimensies met motieven en persoonlijke karakteristieken

Waar de analyse van de eerder omschreven persoonlijke karakteristieken en motieven van individuen dient om meer inzicht te verkrijgen in de behoeften van deze individuen op micro niveau, zien de culturele dimensies van Hofstede een land als één cultuur waarin mensen allemaal dezelfde culturele eigenschappen bezitten (macro niveau). Toch kunnen deze meer algemene (macro) eigenschappen uit de culturele dimensies gekoppeld worden aan de persoonlijke karakteristieken en motieven. De eerste koppeling die gemaakt wordt is die tussen de persoonlijke karakteristiek Need for Cognition en de ‘Uses and Gratifications theorie’. Personen met een hoge mate van Need for Cognition ervaren meer motivatie om deel te nemen aan cognitieve activiteiten en hier plezier uit te halen. Gezien het feit dat er middels contributies aan Wikipedia wordt deelgenomen aan cognitieve activiteiten kan de koppeling gemaakt worden naar de ‘gratifications sought’ van deze mensen, zij verwachten immers plezier te halen uit de deelname aan de cognitieve activiteit. De tweede koppeling die gemaakt wordt is die tussen de Culturele dimensie ‘Uncertainty Avoidance’ en de mate van self-efficacy en intrinsieke motivatie. Culturen met een hoge mate van Uncertainty Avoidance zullen onzekerheden eerder uit de weg gaan. Self-efficacy staat voor de mate waarin de persoon vertrouwt op zijn eigen kunnen en beïnvloedt de intrinsieke motivatie van een persoon om deel te nemen aan een activiteit. Culturen die onzekerheden in een bepaalde activiteit willen vermijden kunnen dus gekoppeld worden aan een lage mate van self-efficacy voor deze bepaalde activiteit en zullen dus minder of geen intrinsieke motivatie ervaren om deel te nemen aan de activiteit. De culturele dimensie ‘Masculiniteit’ staat voor het streven naar prestige door assertiviteit in de bezigheden. Dit kan niet gekoppeld worden aan de mate van Need for Cognition, aangezien er hier plezier uit de cognitieve activiteit wordt gehaald. ‘Masculiniteit’ focust zich puur op prestige en waardering. Daarentegen kan ‘Masculiniteit’ wel gekoppeld worden aan de behoeftenpiramide van Maslow en dus de ‘Uses and Gratifications theorie’. Hierin wordt gesteld dat gebruikers in het vierde niveau een goed zelfbeeld hebben van hun activiteiten, dit kan vervolgens aan ‘Masculiniteit’ gekoppeld worden door het al dan niet benoemen van barn stars en prestigieuze bijdragen op de gebruikerspagina. Ten slotte kan de culturele dimensie ‘Individualisme’ gekoppeld worden aan het al dan niet hebben van een gebruikerspagina. Gebruikers die zichzelf als individu zien

in plaats van onderdeel van de Wikipediagemeenschap zullen dit kenbaar willen maken middels het hebben van een individuele gebruikerspagina.

3. Methode

Onderzoeksmethode & ontwerp

De oorspronkelijk gekozen onderzoeksmethode voor dit onderzoek was de survey, met als reden dat het middels een survey makkelijker is om een grotere groep gebruikers te benaderen en te analyseren en dit een minder tijdrovende procedure is dan andere kwalitatieve onderzoeksmethoden. In de afweging of deze voordelen op zouden wegen tegen de nadelen van de survey (weinig diepte in de antwoorden van respondenten en de situatie waarin mensen zich bevinden ten tijde van het invullen kan niet gecontroleerd worden) werd er in eerste instantie geconcludeerd dat de survey toereikend zou zijn om een eerste inzicht te verkrijgen in de motivaties en persoonlijke karakteristieken van Nederlandse, Franse en Britse Wikipediagebruikers. Tijdens de eerste dataverzameling werd echter al snel duidelijk dat leden van de Wikipediagemeenschap niet erg geneigd waren om mee te werken aan het onderzoek, dit wordt verder besproken in de resultaten en discussie. Om toch een gedegen onderzoek te doen is er gekozen om de geringe survey respons, op één bruikbaar resultaat na, te vervangen door een kwalitatieve content analyse van de gebruikerspagina's van Nederlandse, Franse en Britse Wikipedialeden.

Een corpus is opgesteld met daarin zes variabelen per gebruikerspagina, per cultuur. 50 gebruikerspagina's zijn per cultuur geanalyseerd, wat het tot een totaal maakt van 150 gebruikerspagina's in de corpus. Gebruikers zijn na het analyse proces volledig anoniem gemaakt, maar tijdens de analyse zijn de originele gebruikerspagina's geanalyseerd, waardoor alle data afkomstig is uit de oorspronkelijke en onbewerkte setting. Gebruikerspagina's in de Wikipediagemeenschap zijn in principe door iedereen te bewerken, maar de ervaring van de onderzoeker leert dat dit in Wikipedia vaak alleen door de desbetreffende gebruiker zelf wordt gedaan. Verder zijn de zes variabelen zoals gezegd middels een content analyse geanalyseerd, wat wil zeggen dat de onderzoeker puur naar de inhoud van de (in dit geval) gebruikerspagina kijkt en niet in contact is geweest met de gebruiker zelf. De volgende zes variabelen zijn voor de 150 gebruikerspagina's geanalyseerd.

Grootte van de gebruikerspagina

De variabele 'Grote van de gebruikerspagina' is gemeten in het aantal woorden van alle teksten op de gebruikerspagina's. Per cultuur is verder het gemiddeld aantal woorden

berekend om een beter inzicht te kunnen verkrijgen in eventuele culturele verschillen. Deze variabele is gekozen om de mate van Uncertainty avoidance per cultuur te kunnen bekijken. Zoals vermeld in het theoretisch kader wordt een hogere mate van Uncertainty avoidance gezien als een reden om meer woorden te gebruiken, gezien het feit dat mensen met een hoge Uncertainty avoidance onzekerheden zoveel mogelijk willen voorkomen.

Inhoud van gebruikerspagina

Ten eerste wordt het hebben van een eigen profielpagina gezien als tekenen van een Individualistische culturele dimensie. Verder is er in deze variabele gekeken naar de mate waarin gebruikers refereren naar hun eigen culturele afkomst en de mate van gebruik van zogeheten ‘gebruikersboxen’. Deze gebruikersboxen worden gebruikt om diverse (persoonlijke) informatie over de gebruiker weer te geven. De informatie die weergegeven werd is verder geanalyseerd om mogelijke motieven en persoonlijke karakteristieken te identificeren.

Gebruik van afbeeldingen

De mate waarin gebruikers afbeeldingen laten zien op hun gebruikerspagina is geanalyseerd om meer inzicht te krijgen in de Uncertainty avoidance. In navolging op de tekstlengte is de culturele dimensie Uncertainty avoidance ook van invloed op de hoeveelheid afbeeldingen gebruikers laten zien. Gebruikers met een hoge Uncertainty avoidance zullen er eerder voor kiezen om tekst te gebruiken dan afbeeldingen om zaken te verduidelijken. Verder is er ook gekeken naar de inhoud van getoonde afbeeldingen in relatie tot persoonlijke karakteristieken en motieven.

Lengte lidmaatschap vs aantal contributies

Er is gekeken naar de lengte van het lidmaatschap van de gebruiker tegenover het aantal contributies dat deze gebruiker heeft gemaakt in Wikipedia, om de mate van activiteiten op Wikipedia te meten. Middels de mate waarin een gebruiker actief is op Wikipedia en zijn/haar persoonlijke karakteristieken (intrinsieke motivatie) kan er vervolgens een link worden gemaakt naar de Need for Cognition en van deze persoon. Zoals reeds vermeld correleert Need for Cognition positief met de mate waarmee een persoon deelneemt aan cognitieve activiteiten zoals het delen en opnemen van kennis.

Contributie aan wikipedia

De manier waarop gebruikers de door hun gemaakte contributies weergeven is geanalyseerd om meer inzicht te verkrijgen in de mate van masculiniteit van de gebruiker. In de analyse van de resultaten heeft de onderzoeker onderscheid gemaakt tussen drie soorten weergaven:

- Gehele weergave, waarin de gebruiker al zijn/haar contributies willekeurig laat zien;
- Categorische weergave, waarin de gebruiker de contributies in categorieën laat zien;
- Categorische-/Prestige weergave, waarin de gebruiker een gedeelte van zijn/haar contributies in (prestige) categorieën laat zien.

Waardering binnen Wikipedia

Om de waardering die gebruikers binnen Wikipedia krijgen en hoeveel waarde zij hier aan hechten te meten, is er door de onderzoeker gekeken naar de door de gebruiker gepubliceerde barn stars. Hierin is er door de onderzoeker wederom naar drie soorten weergaven gekeken:

- Gehele weergave, alle barn stars die de gebruiker heeft gekregen worden weergegeven;
- Selectieve weergave, een selectie van de door de gebruiker gekregen barn stars worden weergegeven;
- Prestige weergave, een selectie van de door de gebruiker gekregen en meest prestigieuze barn stars wordt weergegeven.

Verder wordt er door de onderzoeker dieper ingegaan op het type barn stars dat er wordt weergegeven. Zo wordt er gekeken of het barn stars betreft naar aanleiding van individuele prestaties of samenwerkingsverbanden. Of dat het zogenaamde mijlpaal barn stars betreft, waarin een mijlpaal wordt weergegeven die de gebruiker heeft bereikt (bijvoorbeeld een X aantal contributies).

4. Resultaten

Ten eerste zal kort de uitkomst van de survey methode besproken worden, de resultaten van de survey zijn uiteindelijk niet meegenomen in de analyse van de drie culturen, maar de observaties die gemaakt zijn tijdens de beoogde data verzameling van de survey kunnen wel van belang zijn voor volgende onderzoeken.

De resultaten uit de content analyse zullen eerst per cultuur individueel besproken worden, vervolgens zullen de meest opmerkelijke verschillen tussen de drie culturen benoemd worden. Ten slotte zullen deze culturele verschillen verder besproken worden in de conclusie.

4.1 Respons, uitval en respondenten

De survey is oorspronkelijk verspreid onder de Engelstalige, Franse en Nederlandse Wikipediagemeenschappen. Tijdens deze informatieverzameling kwam ook meteen het eerste resultaat aan het licht; wegens het hebben van een eigen interne onderzoeksdienst waren veel beoogde respondenten niet bereid om mee te werken aan dit externe onderzoek.

In een poging om meer respons te genereren zijn de resultaten van de survey van Stal (2012) toegevoegd. Hierdoor is de respons van de Amerikaanse- en Duitse cultuur toegevoegd. De respons op de surveys van beide onderzoeken bedroeg uiteindelijk een aantal van 50 respondenten, waarvan 47 mannen en 3 vrouwen. Wikipedia kan, op basis van deze twee onderzoeken, dus gezien worden als een omgeving waarin zich voornamelijk mannen bevinden. Dit komt overeen met de studie van Glott et al. (2010) waarin is gevonden dat slechts 12.64% van de in totaal 169.796 onderzochte contributies door vrouwen is gegaan. Van deze 50 respondenten hebben slechts 27 personen de volledige survey ingevuld, 23 respondenten zijn vroegtijdig gestopt. Mogelijke verklaringen hiervoor worden besproken in de conclusie en implicaties. Enige resultaat dat uit de survey gehaald kon worden was de belangrijkste redenen voor Wikipedi-leden om Wikipedia te gebruiken. Respondenten werden gevraagd zes stellingen te rangschikken op mate van belangrijkheid met 1 is meest belangrijk en 6 is minst belangrijk. 28 respondenten gaven aan alle stellingen een nummer en 22 respondenten hebben niet alle of geen enkele stelling gerangschikt. Tabel 1 toont dat de Wikipediagebruikers het verkrijgen van kennis, het delen van kennis en het verkrijgen van plezier uit deze activiteiten het meest worden gewaardeerd.

Tabel 1*Gemiddelde rangschikking gratifications sought/obtained*

	Ik gebruik Wikipedia om informatie te verkrijgen die ik zoek.	Ik gebruik Wikipedia om informatie te delen.	Ik gebruik Wikipedia omdat het mij plezier geeft.	Ik gebruik Wikipedia om mijn persoonlijke meningen vrij te uiten.	Ik gebruik Wikipedia omdat het mij een groot platform biedt om mijn kennis te delen.	Ik gebruik Wikipedia omdat ik het belangrijk vind om erkenning te krijgen van mede Wikipedia leden.
N	2.14 (1.84)	2.29 (1.56)	2.50 (1.88)	3.39 (2.17)	2.29 (1.65)	3.57 (2.20)

4.2 Resultaten gebruikerspagina's Nederland

Grootte van de gebruikerspagina

De gemiddelde tekst van de Nederlandse gebruikerspagina's bedraagt 997 woorden.

Kanttekening bij dit gemiddelde is dat er een grote variatie bestaat tussen de verschillende gebruikerspagina's. Zo bestaat de kleinste gebruikerspagina uit slechts 16 woorden en bestaat de grootste uit 4608 woorden. Wanneer deze variabelen gecombineerd wordt met de variabele 'lengte lidmaatschap' valt op dat de groep met een klein aantal woorden (<100 woorden) veelal bestaat uit personen die minder dan één jaar lid zijn van Wikipedia.

Inhoud van gebruikerspagina

Bij exact de helft van alle onderzochte Nederlandse gebruikerspagina's (n=25) werd een kleine hoeveelheid demografische gegevens als geslacht en leeftijd aangetroffen. Verder laten deze gebruikerspagina's ook enkele korte persoonlijke voorkeuren zien zoals interesses en vaardigheden. Echt uitgebreide introducties zijn, op één gebruikerspagina na, niet gevonden. Van de 25 gebruikerspagina's met persoonlijke gegevens lieten de meeste deze zien middels zogeheten 'gebruikersboxen' (n=17). Gebruikerspagina's zijn veelal ingericht middels een

hoofdstuk structuur, waar de bezoeker middels een link bij het desbetreffende onderwerp/hoofdstuk kan komen.

Gebruik van afbeeldingen

Slechts 13 Nederlandse gebruikerspagina's maakten gebruik van, al dan niet bijpassende afbeeldingen. Deze afbeeldingen waren veelal ter decoratie en in samenhang met de tekst. Één gebruiker had een galerij geïntegreerd in zijn/haar gebruikerspagina, welke volledig los stond van zijn/haar contributiegeschiedenis. Het overige gedeelte van de gebruikerspagina's (n=37) bestond volledig uit tekst.

Lengte lidmaatschap vs aantal contributies

Wanneer er gekeken wordt naar de gemiddelde lengte van het lidmaatschap (M=3,5 jaar) versus het aantal contributies, wordt al snel duidelijk dat de meeste gebruikers actief deelnemen aan Wikipedia. Slechts één gebruiker heeft minder dan 500 contributies gemaakt aan onderwerpen. Twee andere gebruikers maken geen melding van hun bijdragen aan Wikipedia op de eigen gebruikerspagina.

Contributie aan wikipedia

Analyse van de contributies aan Wikipedia tussen gebruikers laat zien dat Nederlandse gebruikers veel variatie laten zien in de onderwerpen waaraan zij werken, zie figuur 2. Zij richten zich niet alleen op Nederlands georiënteerde onderwerpen, maar dragen ook bij aan internationale onderwerpen (n=47). Verder helpen zij, in mindere mate, ook mee aan het optimaliseren van andere gebruikerspagina's (n=22).

Nederlandse gebruikers laten in hun gebruikerspagina's veelal alle contributies die zij hebben gemaakt zien. Zoals gezegd lieten slechts twee gebruikers op geen enkele wijze zien waar zij aan hadden bijgedragen. De andere 48 gebruikerspagina's lieten allemaal een volledige lijst van contributies zien. Van deze 48 lijsten met contributies waren er slechts 18 systematisch weergegeven, te weten: alfabetisch: 8; jaartal: 9; project: 1.

The screenshot shows the Wikipedia user page for 'Gebruiker:Romaine'. At the top, it says 'Gebruiker: /Geschreven artikelen'. Below this, there is a list of 28 articles written by the user. The list includes 'Wikidata', 'Bow Lake (Alberta)', 'Crowfoot Mountain (Alberta)', 'ChS4', and several regional monument lists from Drenthe, Flevoland, Friesland, Gelderland, Groningen (provincie), Limburg, Noord-Brabant, Noord-Holland, Overijssel, Utrecht (provincie), and Zeeland (provincie). Other articles include 'Fort de l'Îlette de Kermorvan', 'Koortoren', 'Tajo de Ronda', 'Puente Nuevo', 'Puente Romano', 'Puente Viejo', and 'Guadalevín'. The left sidebar contains navigation links such as 'Hoofdpagina', 'Vind een artikel', 'Vandaag', 'Etalage', 'Categorieën', 'Recente wijzigingen', 'Nieuwe artikelen', 'Willekeurige pagina', 'Informatie', 'Gebruikersportaal', 'Snelcursus', 'Hulp en contact', 'Donaties', 'Hulpmiddelen', and 'Afdrukken/exporteren'.

Figuur 2. Gedeelte van een contributielijst van een Nederlandse gebruikerspagina.

Waarderingen binnen Wikipedia

Bestudering van de waarde die gebruikers hechten aan hun werkzaamheden op Wikipedia laat zien dat de meeste waarde gehecht wordt aan artikelen die door de gebruiker zelf zijn gestart. Van de 50 geanalyseerde gebruikers laat een groep van 30 personen de barn stars die zij hebben verkregen voor hun bijdragen aan Wikipedia zien op hun eigen pagina. Het overgrote deel van de getoonde barn stars betreft een erkenning voor individuele prestaties. Barn stars voor samenwerkingsverbanden worden aanzienlijk minder getoond door gebruikers. Verdere analyse van de verkregen barn stars voor individuele prestaties laat zien dat deze wel vaak gekregen worden van mensen die aan een vergelijkbaar onderwerp aan het werken zijn.

4.3 Resultaten gebruikerspagina's Verenigd Koninkrijk

Grootte van de gebruikerspagina

Britse gebruikerspagina's laten een gemiddelde tekstlengte van 868 woorden zien. Ook hier geldt dat er een grote variatie bestaat tussen de gebruikerspagina's. De gebruikerspagina met het minste aantal woorden bestond uit slechts 21 woorden en de grootste noteerde een aantal van 4300 woorden. Verder bestaat ook hier de groep met het minste aantal woorden (<100 woorden) uit personen die minder dan één jaar lid zijn van Wikipedia.

Inhoud van gebruikerspagina

Een kleine minderheid van de gebruikerspagina's (n=18) liet een kleine hoeveelheid demografische gegevens zien. Meest voorkomende demografische gegevens waren geslacht, leeftijd en afkomst, veelal weergegeven in de zogeheten 'gebruikersboxen' (n=14). Echte privé informatie wordt slechts een enkele keer weergegeven en zelfs dan blijft het bij beperkte meer algemene informatie. Wel laten Britse gebruikers een sterke band met hun afkomst zien in de gebruikersboxen, één respondent liet zelfs zien dat hij trots was om onderdeel te zijn van een Britse minoriteit (Fig. 3). Britse gebruikers maken veel gebruik van links naar andere gedeelten van de gebruikerspagina.



Figuur 3. Voorbeeld van de gebruikersboxen van een Britse Wikipediagebruiker.

Gebruik van afbeeldingen

Britse gebruikers maken relatief weinig gebruik van afbeeldingen op de gebruikerspagina's. Slechts 17 Britten lieten afbeeldingen op hun gebruikerspagina zien en vaak bleef dit aantal dan ook nog bij één of twee afbeeldingen. De andere 33 gebruikerspagina's bestonden op het gebied van lay-out volledig uit tekst, gebruikersboxen en barn stars.

Lengte lidmaatschap vs aantal contributies

De gemiddelde lengte van het lidmaatschap bedraagt 3,3 jaar voor de Britse Wikipediagebruikers. Dit resultaat in combinatie met het aantal contributies dat een gebruiker reeds heeft gemaakt laat zien dat Britse gebruikers actief participeren in Wikipedia. Van alle Britse gebruikers heeft slechts één persoon minder dan 500 contributies gemaakt aan onderwerpen. Kanttekening is dat deze persoon ook pas recent lid is geworden van Wikipedia.

Contributie aan wikipedia

Wanneer er gekeken wordt naar de onderwerpen waar Britse gebruikers aan bijdragen laat dit een redelijke tedens in Brits gerelateerde onderwerpen zien. Vaak wordt er aan typisch afkomst gerelateerde onderwerpen gewerkt of indien de gebruiker categorisch te werk gaat, vooral Brits gerelateerd onderwerpen in de desbetreffende categorie.

Wanneer er gekeken wordt naar de manier waarop Britse gebruikers hun contributies aan Wikipedia laten zien, laat dit een combinatie van een categorische (n=24) en een willekeurige lijst met belangrijkste bijdragen (n=23) zien. Slechts drie Britse gebruikers laten een lijst met alle onderwerpen waar zij aan hebben bijgedragen zien. Een categorische weergave is te vinden in figuur 4.



The image shows a screenshot of a Wikipedia user page. On the left is the standard Wikipedia navigation sidebar. The main content area shows the user's profile information, including the name 'User: /articles' and a link to their talk page. Below this is a 'Contents' section with a list of 14 categories of articles the user has started, such as 'Reggae/Jamaica', 'Indie/Alternative Music', and 'Hip Hop'. The categories are numbered 1.1 through 1.14.

Figuur 4. Categorische weergave Britse gebruikerspagina

Waarderingen binnen Wikipedia

Britse gebruikers laten slechts een klein gedeelte van de door hun verdiende barn stars zien. Een vaak voorkomende barn star op de ‘hoofd’ gebruikerspagina is een barn star die vermeldt hoeveel andere barn stars de betreffende gebruiker nog meer verdiend heeft. Deze overige barn stars worden dus niet direct getoond aan bezoekers van de gebruikerspagina. Verder kenmerken de barn stars die weergegeven worden zich door een focus op individuele prestaties. Vaak laten gebruikers een barn star zien betreffende hun bijdragen aan een grootschalig project, zij laten niet alle individuele barn stars zien die zij verkregen hebben voor hun werk aan dit project. Ook zijn barn stars die een X aantal contributies representeren vaak te zien op Britse gebruikerspagina’s.

4.4 Resultaten gebruikerspagina’s Frankrijk

Grootte van de gebruikerspagina

De gemiddelde tekstlengte van Franse gebruikerspagina’s bedraagt 1109 woorden. De variatie tussen de verschillende gebruikerspagina’s is voor Frankrijk aanzienlijk kleiner dan voor de andere culturen. Zo bestaat de kleinste gebruikerspagina uit 141 woorden en de grootste uit 3109 woorden. Opmerkelijkste resultaat betreft het hoge aantal woorden voor de ‘kleinere’ gebruikerspagina’s, zo is er geen enkele van de geobserveerde gebruikerspagina’s kleiner dan 100 woorden.

Inhoud van gebruikerspagina

Franse gebruikers laten een relatief grote hoeveelheid aan persoonlijke informatie zien. Vaak betreft deze persoonlijke informatie gegevens als afkomst, overtuigingen (geloof) en algemene demografische gegevens. De meerderheid van de Franse gebruikerspagina’s laat geen echte tekstuele introductie zien, maar plaatst persoonlijke informatie over de gebruiker in de gebruikersboxen. De hoeveelheid gebruikersboxen is aanzienlijk groter voor de Franse gebruikerspagina’s dan voor de andere culturen. Verder zijn de gebruikerspagina’s veelal categorisch ingedeeld met links om bij de desbetreffende categorie of het artikel uit te komen.

Gebruik van afbeeldingen

De Franse gebruikerspagina's bestaan veelal uit tekst, slechts 3 gebruikerspagina's lieten daadwerkelijk afbeeldingen zien. De afbeeldingen die getoond werden hadden allen een authentiek Frans karakter en leken meer gebruikt te zijn om een statement of overtuiging af te geven dan dat zij daadwerkelijk correspondeerden met de tekst op de gebruikerspagina.

Lengte lidmaatschap vs aantal contributies

Franse gebruikers laten een actieve deelname aan Wikipedia zien, van de geanalyseerde gebruikers liet geen één een aantal onder de 500 contributies zien. Frankrijk is hiermee de enige cultuur (binnen de onderzoekspopulatie) zonder een gebruiker die minder dan 500 contributies gedaan heeft op Wikipedia. Gemiddeld waren de Franse gebruikers 4,1 jaar lid van Wikipedia

Contributie aan wikipedia

Franse gebruikerspagina's laten contributies van de gebruiker veelal categorisch zien (n=35). In deze categorieën worden tevens niet alle contributies benoemt, maar vooral de contributies waar zij erkenning voor hebben gekregen. De onderwerpen waar Franse gebruikers aan bijdragen zijn bijna altijd Frans georiënteerd met een sporadische internationale bijdrage er tussen. Franse gebruikers laten ook een bijdrage aan andere gebruikerspagina's zien, maar alleen bij gebruikers die minder lang lid zijn van Wikipedia of aan duidelijk minder artikelen hebben bijgedragen.

Waarderingen binnen Wikipedia

De onderzochte Franse gebruikerspagina's bestaan veelal voor een groot gedeelte uit het laten zien van de erkenning die zij krijgen of die ze in hun ogen zouden moeten krijgen (door het zelf benoemen van goede eigen bijdragen). Franse gebruikers laten alleen de belangrijkste waarderingen in de vorm van barn stars zien op hun gebruikerspagina, de kleinere, minder aansprekende barn stars worden niet getoond. Tevens laten zij ook alleen eigen artikelen die een hoge waardering van andere gebruikers hebben gekregen zien of waarvan zij zelf vinden dat deze het meest representatief is voor hun eigen status, zie figuur 5.

Centres d'intérêt [modifier]

- Normandie, et puis spécialement la Hague et le Nord-Cotentin
- l'Histoire
- la politique
- les arts et la culture

Créations ou contributions substantielles [modifier]

Normandie

- Cap de la Hague, Cotentin, Sienne (fleuve), Saire, Raz Blanchard, Baie des Veys
- Cherbourg-Octeville, Société nationale académique de Cherbourg, Histoire de Cherbourg, Cité de la Mer, Château des Ravalet, Abbaye Notre-Dame du Vœu, Place Napoléon (Cherbourg-Octeville), Basilique Sainte-Trinité de Cherbourg, Institut national des sciences et techniques de la mer, Le Trident, Musée Thomas-Henry
- Saint-Pierre-Église, Digulleville, Omonville-la-Rogue, Jobourg, Intercommunalités de la Manche, Communauté de communes de Douve et Divette, Communauté de communes du Bocage valognais, Communauté de communes de la Côte des Isles, Communauté urbaine de Cherbourg, Communauté de communes de la Hague, Communauté de communes des Pieux, Communauté de communes de la Saire, Communauté de communes du Val de Saire, Communauté de communes du canton de Gavray, Communauté de communes de l'agglomération saint-loise, Communauté de communes du canton de Brécéy, Communauté de communes du canton d'Avranches, Communauté de communes du Canton de Cerisy-la-Salle, Syndicat mixte du Cotentin...
- économie de la Basse-Normandie et économie de la Manche, Usine de retraitement de la Hague (historique), Moulinex (historique), Constructions mécaniques de Normandie, Groupe Hamelin, L'Agriculteur normand, Le Pays d'Auge (journal), L'Orne Hebdo, Médias de Caen
- Liste des monuments historiques de la Manche, Phare de la Hague, Phare du Cap Levi, Phare de Gatteville, Phare de Carteret, Église Notre-Dame-du-Cap-Lihou, Hangar à dirigeables d'Écausseville, Aqueduc de Coutances, Château de Sotteville, Église Saint-Georges d'Yvetot-Bocage
- Collège d'Harcourt, Bataille de la Hougue

Figuur 5. Lijst van prestigieuze bijdragen aan Wikipedia van een Franse gebruiker.

4.5 Verschillen tussen Nederland, Frankrijk en het Verenigd Koninkrijk

Wanneer er gekeken wordt naar de gemiddelde tekst lengte van de gebruikerspagina's van de verschillende culturen, kan er geconcludeerd worden dat deze niet veel van elkaar verschillen.

Aandachtspunt op dit gebied is wel de variatie tussen de lengte van de teksten, Franse gebruikerspagina's laten een beduidend kleinere variatie in de lengte van de tekst zien.

Bovendien noteren de Franse gebruikerspagina's ook het hoogste gemiddelde op dit gebied, namelijk 1109 woorden tegenover 997 voor de Nederlandse gebruikerspagina's en 868 voor de Britse. Dit resultaat komt overeen met de hogere Uncertainty Avoidance index die de Franse cultuur laat zien tegenover de Nederlandse en de Britse, waardoor zij eerder geneigd zijn om zaken uitgebreid tekstueel te laten zien dan de andere twee culturen.

Om meer persoonlijke informatie over zichzelf te geven maakten gebruikers van alle drie de culturen gebruik van de zogeheten gebruikersboxen. Franse gebruikerspagina's lieten vaker iets meer informatie over zichzelf zien in deze gebruikersboxen, waar Britse en Nederlandse gebruikers vaak alleen basis informatie als geslacht en leeftijd laten zien. Verder lieten de Franse en Britse gebruikerspagina's veel meer verwijzingen naar de afkomst van de gebruiker zien dan de Nederlandse gebruikerspagina's. Deze verwijzing naar de afkomst was

ook zichtbaar in de contributiegeschiedenis van de verschillende culturen. Waar Nederlandse gebruikers ook vaak bijdragen aan internationale onderwerpen in plaats van aan alleen Nederlands georiënteerde onderwerpen, laten Franse en Britse gebruikers een contributiegeschiedenis zien die voornamelijk uit nationale onderwerpen bestaat.

Voor wat betreft het gebruik van afbeeldingen op de gebruikerspagina's zijn er geen duidelijke verschillen gevonden tussen de drie culturen. Sporadisch was er een gebruik van afbeeldingen te zien bij elke cultuur. De inhoud van de afbeeldingen had, op één na, altijd met de inhoud van de gebruikerspagina te maken. De gebruikerspagina die wel afbeeldingen liet zien die niet consistent zijn met de verdere inhoud betrof een Nederlandse gebruikerspagina welke een fotogalerij liet zien. Gezien de lage Uncertainty Avoidance index van de Britse cultuur was de verwachting dat deze cultuur de meeste afbeeldingen zou laten zien, maar deze verwachting wordt niet bevestigd door de analyse.

Wanneer er wordt gekeken naar de hoeveelheid contributies in verhouding met de lengte van lidmaatschap van de gebruikers is duidelijk te zien dat het grootste gedeelte van de geanalyseerde gebruikers actief participeert in Wikipedia, ongeacht de culturele achtergrond.

De manier waarop contributies worden getoond is niet voor elke cultuur hetzelfde, zo laten Franse en Britse gebruikers vooral een categorische weergave zien, waar de Nederlandse gebruikers er voor kiezen om alle contributies in een willekeurige lijst te zetten. Het lag dus niet in de lijn der verwachting dat Franse gebruikers meer aandacht besteden aan het benoemen van de beste bijdragen dan dat Britse gebruikers dit doen.

Ten slotte is dit verschil in de manier waarop contributies getoond worden ook gevonden in de manier waarop gebruikers de door hun verdiende barn stars publiceren. Franse en Britse gebruikers laten slechts een klein gedeelte van de verdiende barn stars zien, waar Nederlanders veel vaker de complete lijst met verdiende barn stars laten zien. Ook hier kan dit verklaard worden door de mate van masculiniteit in de verschillende culturen, maar is dit resultaat niet in de lijn der verwachtingen voor de Franse cultuur. Verder valt ook op dat er, ongeacht de cultuur, relatief weinig barn stars voor projecten of samenwerkingsverbanden worden getoond. Meestal bedraagt het een barn star die staat voor een individuele contributie of voor meerdere andere barn stars (bijvoorbeeld één barn star die laat zien hoeveel barn stars er in totaal verkregen zijn door de gebruiker).

5. Conclusie

Dit onderzoek betreft een exploratief cross cultureel onderzoek naar de motieven om (actief) lid te zijn van Wikipedia en naar de persoonlijke karakteristieken van deze Wikipediagebruikers. Belangrijkste doel van dit onderzoek was om mogelijke culturele verschillen tussen Wikipediagebruikers te identificeren, aangezien dit onderwerp tot op heden nauwelijks aangesneden werd buiten het onderzoek van Pfeill et al (2007) en Stal (2012). In het onderzoek van Stal (2012) is reeds een soortgelijke exploratieve methode toegepast op gebruikers uit Nederland, de Verenigde Staten en Duitsland. Om nog meer inzicht te verkrijgen in verschillen tussen vergelijkbare culturen die actief zijn op Wikipedia heeft dit onderzoek gekozen voor de landen Nederland, Verenigd Koninkrijk en Frankrijk. Op deze manier benaderen het onderzoek van Stal (2012) en dit onderzoek de meest gebruikte Wikipediagemeenschappen, te verstaan de Engelse, Duitse, Franse en Nederlandstalige Wikipediapagina's³, vanuit diverse invalshoeken. De volgende hoofdvraag is geformuleerd:

In hoeverre kunnen verschillen in de manier waarop leden zich profileren in Wikipedia worden toegekend aan persoonlijke karakteristieken en/of culturele verschillen en hoe verhouden deze twee zich tot elkaar?

In eerste instantie werd er gekozen voor de survey als onderzoeksmethode, maar aangezien Wikipedia gebruik maakt van een eigen interne onderzoeksafdeling, waren Wikipediagebruikers niet erg geneigd om mee te werken en genereerde de survey niet de gewenste respons. Om deze reden is er gekozen om een exploratieve content analyse van de gebruikerspagina's van Nederlandse, Britse en Franse Wikipediagebruikers uit te voeren. De resultaten laten, tot op een zekere hoogte, culturele verschillen tussen de Wikipediagebruikers zien.

Het enige noemenswaardige resultaat afkomstig uit de survey betreft de reden om lid te zijn van Wikipedia en bij te dragen aan deze online gemeenschap. Ondanks de lage respons is het item betreffende de reden om deel te nemen aan Wikipedia toch geanalyseerd. Deze analyse laat zien dat de voornaamste redenen om deel te nemen aan Wikipedia, het verkrijgen en delen van kennis is en het plezier die mensen uit deze activiteiten halen. Het onderzoek van

³ http://meta.wikimedia.org/wiki/List_of_Wikipedias, opgevraagd 6 maart, 2012

Leonard et al. (1999) vertelt ons dat dit verkrijgen en delen van kennis geclassificeerd kan worden als de intrinsieke motivatie van gebruikers. De beloning in de vorm van reputatie die gebruikers (mogelijk) verwachten is de extrinsieke motivatie. Uit dit onderzoek van Leonard et al. (1999) blijkt dat Wikipediabelen meer waarde hechten aan de intrinsieke motivatie. Dit wordt bevestigd door het onderzoek van Nov (2007), waarin wordt gesteld dat Wikipediabelen plezier en kennisdeling als belangrijkste motivatie zien om deel te nemen aan de online gemeenschap. Ondanks dat het resultaat van de survey uit dit onderzoek dus niet generaliseerbaar is, komt het overeen met resultaten uit eerdere onderzoeken. Gezien het feit dat het delen en opnemen van kennis op Wikipedia plezier genereert bij Nederlandse, Franse, Duitse en Britse gebruikers van Wikipedia, kan er geconcludeerd worden dat deze leden een hoge mate van self-efficacy ervaren tijdens de participatie in Wikipedia. De self-efficacy van de gebruikers hangt immers nauw samen met de intrinsieke motivatie die zij hebben om deel te nemen aan Wikipedia. Deze hoge mate van self-efficacy in combinatie met de intrinsieke motivaties die gevonden zijn leiden tot de conclusie dat Wikipediagebruikers tot het type gebruiker ‘communicator’ van Hammond (1999) horen. Zij zijn immers niet bevreesd om actief te participeren en kennis te delen met anderen Wikipediagebruikers. Wanneer dit tevens wordt teruggekoppeld naar de behoeftenpiramide van Maslow, kan er geconcludeerd worden dat plezier en kennisdeling de ultieme gratificaties zijn die Wikipedia leden vinden middels de activiteiten op Wikipedia. De top van de piramide van Maslow wordt dus bereikt, de gebruikers van Wikipedia halen namelijk voldoening uit wederzijdse kennisdeling, wat weer van invloed is op de zelfontplooiing van het individu.

In voorgaand onderzoek is reeds aangetoond dat leden uit culturen met een hoog individualistisch gehalte vaker gebruik maken van een gebruikerspagina of profiel dan leden die afkomstig zijn uit een collectivistische cultuur. De resultaten van dit onderzoek bevestigen dit, aangezien er bij alle geanalyseerde leden een bijbehorend gebruikersprofiel is gevonden.

Om te analyseren hoe actief de gebruikers op Wikipedia zijn, is er gekeken hoe de lengte van lidmaatschap van Wikipedia in verhouding staat tot het aantal contributies. Resultaten laten zien dat het overgrote merendeel van de geanalyseerde Wikipediagebruikers actief deelneemt aan de online gemeenschap. Dit is in lijn met het resultaat uit de survey dat Wikipediabelen voldoening en plezier halen uit het delen en verkrijgen van informatie. Wanneer de definitie van de variabele Need for Cognition hier nu aan gekoppeld wordt, kan er geconcludeerd worden dat Wikipediagebruikers een hoge Need for Cognition laten zien.

Need for Cognition staat immers voor “de motivatie van mensen om deel te nemen aan cognitieve activiteiten en hiervan te genieten” (Cacioppo & Petty, 1982). Gezien het feit dat Wikipediagebruikers uit alle drie de culturen deze definitie zeer actief in de praktijk brengen, kan er geconcludeerd worden dat deze gebruikers een hoge Need for Cognition laten zien.

De resultaten bevestigen verder de verwachting van dit onderzoek betreffende het verschil in de culturele dimensie Uncertainty Avoidance tussen de drie culturen gedeeltelijk. Franse gebruikers lieten de langste tekstlengte zien en maakten bovendien het minst gebruik van afbeeldingen bij de tekst. Maar er werd geen groot verschil gevonden tussen de tekstlengte en het gebruik van afbeeldingen voor Nederlandse en Britse gebruikers. Gezien de lage Uncertainty Avoidance in de Britse cultuur lag het in de lijn der verwachtingen dat Britse gebruikers beduidend meer afbeeldingen zouden gebruiken en minder tekst.

Op het gebied van masculiniteit werden er tevens verschillen gevonden tussen Nederland en de andere twee culturen, Frankrijk en het Verenigd Koninkrijk. Waar Nederlanders geneigd zijn om alle contributies willekeurig te benoemen, kiezen Franse en Britse gebruikers vooral voor een categorische weergave van contributies. Voor Nederlandse gebruikers lag dit in de lijn der verwachting, maar gezien de redelijk feminiene Franse samenleving (Hofstede) was de verwachting dat ook Franse gebruikers hun volledige contributiegeschiedenis willekeurig zouden publiceren. Vergelijkbare bevindingen worden gedaan bij de analyse van de weergegeven barn stars. Ook hier laten Nederlandse gebruikers alle verkregen barn stars zien en publiceren Franse en Britse gebruikers vooral de meer prestigieuze barn stars. Gezien de masculiniteit indexen van de Franse en Britse cultuur lag ook dit in de lijn der verwachting voor de Britse gebruikers, maar niet voor de Franse. Verder waren het voor alle culturen vooral individuele barn stars die getoond werden, wat een teken is van een masculiene cultuur. Dit lag alleen voor de Britse gebruikers in de lijn der verwachting, Nederlandse en Franse gebruikers werden verwacht om ook barn stars te laten zien die verkregen waren door samenwerkingsverbanden met andere gebruikers.

Ten slotte, lieten de Franse en Britse gebruikers ook veel meer verwijzingen naar de afkomst van de gebruiker zien dan de Nederlandse gebruikers. Dit was zowel te zien in de contributiegeschiedenis, als op de gebruikerspagina zelf. Één Britse gebruiker ging hierin zelfs verder dan alleen afkomst op nationaal niveau, maar liet specifiek zien van welke regio hij afkomstig was en van wie hij afstamt.

6. Discussie

In navolging op het onderzoek van Stal (2012) heeft dit onderzoek getracht de huidige bestaande onderzoeken naar Wikipedia aan te vullen en tevens van een andere invalshoek te benaderen. Waar voorgaande onderzoeken ook gefocust waren op de motivaties en persoonlijke karakteristieken van Wikipedia, lieten deze onderzoeken Wikipedia niet zien als een bundeling van culturen, maar als één online gemeenschap waarin de motivaties en persoonlijke karakteristieken werden toebedeeld aan een ieder in deze gemeenschap (Forte & Bruckman, 2005; Zhang & Zhu, 2007). Aangezien er wel degelijk al eerder duidelijke culturele verschillen gevonden zijn in de karakteristieken tussen Westerse en niet-Westerse Wikipedia gebruikers (Hara & Shachaf, 2010), was het relevant om te onderzoeken of er dan zelfs culturele verschillen zijn tussen Wikipedia gebruikers van alleen Westerse culturen. Het onderzoek van Stal (2012) heeft hierin een begin gemaakt door gebruikers uit de Verenigde Staten, Duitsland en Nederland te onderzoeken. Dit onderzoek vult het onderzoek van Stal (2012) aan met gebruikers uit het Verenigd Koninkrijk, Frankrijk en Nederland om meer inzicht te krijgen in mogelijke culturele verschillen tussen Westerse landen, benaderd de content analyse met iets aangepaste variabelen en kijkt ten slotte kort naar de survey van Stal & Geurts (2012).

Dit onderzoek bevestigt de resultaten van Stal (2012) dat er daadwerkelijk culturele verschillen tussen Wikipediagebruikers uit uitsluitend Westerse landen bestaan. Toch dient er met een aantal zaken rekening gehouden te worden bij de interpretatie van beide onderzoeken. Waar Stal (2012) haar onderzoek als een etnografisch data-analyse omschrijft, kiest de onderzoeker van dit onderzoek voor de benaming content-analyse, gezien het feit dat de gebruikerspagina's niet voor een langere tijd geobserveerd zijn, maar slechts op één bepaald moment. Omdat een dergelijke kwalitatieve methode ook nog eens zeer tijdrovend is, is er slechts een klein gedeelte van alle gebruikersprofielen van de betreffende culturen onderzocht. Verder is deze kwalitatieve methode ook afhankelijk van de professionele mening van de onderzoeker tijdens het analyse proces en is het mogelijk dat culturele motieven van de onderzoeker zelf meegenomen zijn in de analyse. In volgende onderzoeken is het aan te raden om een grotere hoeveelheid gebruikers te analyseren en een aanvullend kwantitatief onderzoek te doen. Hierdoor worden mogelijke culturele motieven van de onderzoeker uitgesloten, gezien het feit dat de gebruikers zelf verantwoordelijk zijn voor de antwoorden in

het kwantitatieve onderzoek en kost het minder tijd om deze grotere hoeveelheid gebruikers te analyseren. Ten slotte, zijn er een aantal gevallen geweest waar de gebruikerspagina bijna volledig leeg was (bv. alleen een naam), deze gebruikerspagina's zijn niet meegenomen in de analyse. De aanbeveling van Stal (2012) om ook de communicatie tussen leden onderling via de 'user-talk'pagina's te onderzoeken wordt overgenomen door dit onderzoek. Door dit te doen kunnen ook leden worden meegenomen in het onderzoek die hun gebruikerspagina's nog niet hebben ingevuld of er simpelweg voor kiezen om dit niet te doen.

Voor wat betreft de survey en de geringe respons hierop, is het aan te raden verder kwantitatief onderzoek via het eigen interne onderzoeksportaal van Wikipedia te laten verlopen. Het is gebleken dat wanneer gebruikers individueel en via de mailinglijsten worden benaderd, zij niet erg geneigd zijn om mee te werken gezien het feit dat er intern in de gemeenschap afspraken zijn over het doen van onderzoek naar Wikipedia.

Meer onderzoek naar motivaties, persoonlijke karakteristieken en culturele achtergronden van gebruikers van online gemeenschappen is nodig om het huidige kleine aantal onderzoeken nog verder te ondersteunen. Desondanks laat dit onderzoek al zien dat zelfs een specifieke online gemeenschap zoals Wikipedia, niet alleen gezien kan worden als een cultuur op zichzelf, maar ook als bundeling van vele culturen welke zich inpassen in de Wikipediagemeenschap. En dus kan er geconcludeerd worden dat culturele verschillen wel degelijk van invloed zijn op de manier waarop gebruikers zichzelf presenteren en bijdragen aan Wikipedia.

Literatuur

Barak, A., & Gluck-Ofri, O. (2007). Degree and Reciprocity of Self-Disclosure in Online Forums. *CyberPsychology & Behavior*, 10(3), 407-417

Bowman, S. and Willis, C. (2003). "We media: how audiences are shaping the future of news and information". In: www.hypergene.net/wemedia/download/we_media.pdf.

Bryant, J., & Davies, J. (2006), "Selective exposure processes", in Bryant, J. and Vorderer, P. *Psychology of Entertainment*, 19-33.

Bryant, J., & Zillmann, D. (1984), "Using television to alleviate boredom and stress: selective exposure as a function of induced excitational states", *Journal of Broadcasting*, 28, 1-20.

Bughin, J. (2007), "How companies can make the most of user-generated content". In: www.mckinseyquarterly.com/article_abstract_visitor.aspx?ar=2041&l2=16&l3=16.

Cacioppo, J. T., & Petty, R. E. (1982). The need for cognition. *Journal of Personality and Social Psychology*, 42, 116-131.

Csikszentmihalyi, M. (1997). *Finding Flow*

Cunningham, W. & Leuf, B. (2001). *The Wiki Way. Quick Collaboration on the Web*. Reading, Mass.: Addison-Wesley.

Forte, A., & Bruckman, A. (2005). Why do people write for wikipedia? Incentives to contribute to open-content publishing, *Group 2005 Workshop - Sustaining Community: The role and design of incentive mechanisms in online systems*. 2005: Sanibel Island, FL.

Glott, R., Schmidt, P., & Ghosh, R. (2010). Wikipedia Survey. *UNA-MERIT 2010*

Graber, D.A. (1993), Mass Media and American Politics. *Congressional Quarterly*.

- Greenberg, B. S. (1974). Gratifications of television viewing and their correlates for British children. In J. G. Blumler & E. Katz (Eds.), *The uses of mass communications: Current perspectives on gratifications research* (pp. 195-233). Beverly Hills, CA: SAGE.
- Shachaf, P., & Hara, N. 2010. Beyond vandalism: Wikipedia trolls. *Journal of Information Science*. pp.357-370.
- Hammond, M. (1999). Issues associated with participation in on line forums - the case of the communicative learner. *Education and Information Technologies* , 353-367.
- Hofstede, G., Hofstede, G.J. (2005). *Allemaal andersdenkenden; Omgaan met cultuurverschillen*.
- Katz, E., Blumler, J.G., & Gurevitch, M. (1974) "Uses and Gratifications Research." *The Public Opinion Quarterly*, 37, 509-23.
- Katz, E., Gurevitch, M., & Haas, H. (1973). On the use of mass media for important things. *American Sociological Review*, 38, 164-181.
- Korgaonkar, P., & Wolin, L. (1999), "A multivariate analysis of web usage". *Journal of Advertising Research*, 39, 53-68.
- Maslow (1943)
- McQuail, D. (1983). *Mass Communication Theory*. 1st ed., Sage, London.
- McQuail, D. (2000). *McQuail's Mass Communication Theory*. 4th ed., Sage, London.
- Nielsen, J. (2006), "Participation inequality: encouraging more users to contribute". In: www.useit.com/alertbox/participation_inequality.html.
- Palmgreen, P., Wenner, L. A., & Rayburn, J. D. (1980). Relations between gratifications sought and obtained: A study of television news. *Communication Research*, 7, 161-192.
- Reagle J (2010) *Good Faith Collaboration: The Culture of Wikipedia*. Cambridge, MA: The MIT Press

- Rheingold, H. (1993). *Chapter 4: Grassroots groupminds. The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier.*
- Rubin, A. M. (2002). Uses-and-gratifications perspective on media effects. (2nd ed.). *LEA's communication series* , 525-548
- Schmidt, H.G. (1982). Activatie van Voorkennis, Intrinsieke Motivatie en de verwerking van Tekst [Activation of Prior Knowledge, Intrinsic Motivation, and Text Processing]. Apeldoorn: Van Walraven.
- Shao, G. (2009). "Understanding the appeal of user-generated media: a uses and gratification perspective". *Internet Research Vol. 19 Iss: 1* , 7-25.
- Sherer, M., Maddux, J.E., Mercandante, B., Prentice-Dunn, S., Jacobs, B., and Rogers, R.W. (1982). The Self-Efficacy Scale: Construction and Validation. *Psychological Reports*, 51, 663-671.
- Voß, J. (2005). Measuring Wikipedia. Proceedings of 10th International Conference of the International Society for Scientometrics and Informetrics.
- West, R., & Turner, L. H. (2010). *Introducing communication theory* (4rd ed.). New York: McGraw-Hill.
- Zhang, X.M., & F. Zhu (2007), Intrinsic motivation of open content contributors: The case of wikipedia, in Workshop on Information Systems and Economics. Evanston
- Zillmann, D., & Bryant, J. (1985). *Selective Exposure to Communication*. Lawrence Erlbaum Associates, Hillsdale, NJ.
- Zillmann, D. (1988), "Mood management: using entertainment to full advantage", in Donohew, L., Sypher, H. and Higgins, E. (Eds), *Communication, Social Cognition, and Affect*, 147-71.