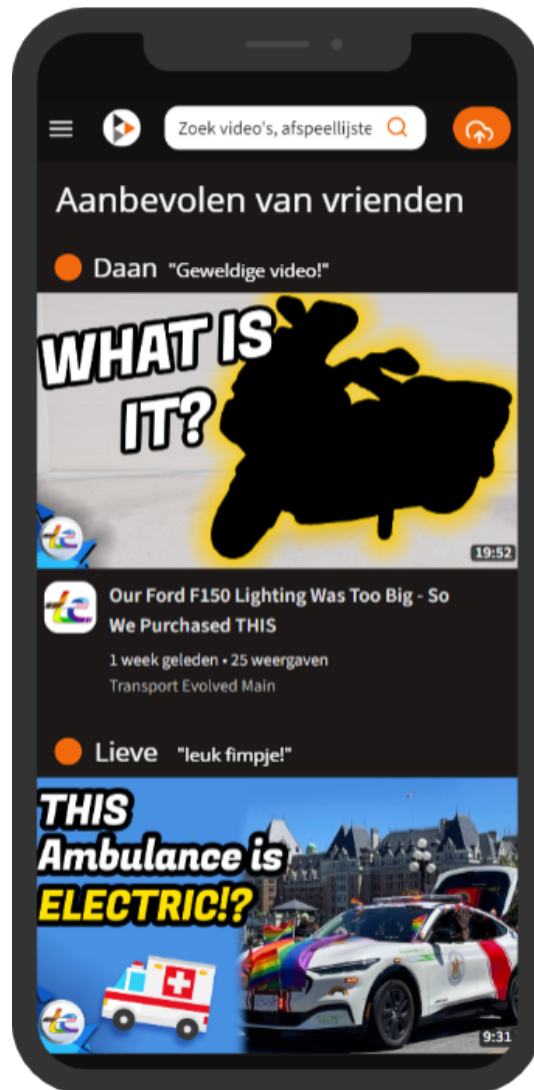


Meer met Peer(Tube): hét nieuwe community platform

Eindrapport Economie en Design voor YouTube en PeerTube



Opdracht Economie en Design

Team 5

Eliran Abohadana (500830481)

Lieve Baetens (500940277)

Daan Nieuwenhuizen (500880716)

Ikram Tallih (500851535)

Versie 13 oktober 2023

Hoofdstuk 1: Stakeholder Mapping

De donuteconomie

In 2017 beschreef Kate Raworth een theorie genaamd "doughnut economics" (donuteconomie) in haar gelijknamige boek. In dit boek beargumenteerd Raworth dat men de economie in de 21e eeuw hetzelfde benadert als in de 20e eeuw gedaan werd. In de 20e eeuw was er een behoefte om zo veel mogelijk economische groei te genereren op basis van het kapitalistische systeem. Er werd als noodzakelijk ervaren om zoveel mogelijk te produceren. Het idee uit de 20e eeuw dat economische groei het grootste doel is, bestaat nog steeds in de 21e eeuw (Nugent, 2021).

De 20e eeuw manier van denken over de economie past echter niet meer bij hoe de wereld eruit ziet in de 21e eeuw volgens Raworth. Te veel groei heeft namelijk negatieve gevolgen. Raworth geeft het voorbeeld dat wanneer cellen in het lichaam van een mens heel snel groeien, we dat herkennen als iets gevaarlijks. Maar wanneer de economie heel snel groeit, herkennen we de gevaren hiervan niet. Wanneer produceren om economische groei te genereren het belangrijkste doel is, gaat dat ten koste van essentiële levensbehoeften van mensen en het klimaat (Nugent, 2021).

Zo wordt de aarde bijvoorbeeld uitgeput, omdat er constant materialen uit gehaald worden waarmee producten gefabriceerd worden. Die klimaatproblemen hebben effect op de leefwereld van mensen. En de effecten zijn ongelijk verdeeld, sommige groepen ervaren de effecten sterker dan andere groepen. Daar komt nog bij kijken dat het kapitalistische systeem dat economische groei stimuleert ook ten koste gaat van essentiële levensbehoeften van mensen. Zo moeten mensen bijvoorbeeld tegen lage lonen werken waardoor ze niet genoeg geld voor een woning, eten of drinken hebben (Nugent, 2021).

Daarom stelt Raworth een alternatief voor: de donuteconomie. Een economisch model dat de leefwereld van mensen niet wil uitbuiten, maar juist zoekt naar een balans. De donuteconomie is een economisch model dat streeft naar een evenwicht tussen de sociale basisbehoeften van mensen om een goed leven te kunnen leiden en de marge waarin het milieu niet uitgebaat wordt. Het idee van de donuteconomie is om ervoor te zorgen dat we binnen de "donut" blijven (Nugent, 2021).

De binnenste ring van de donut vertegenwoordigt de essentiële menselijke behoeften zoals educatie, gezondheidszorg, huisvesting en voedsel. Het doel is om ervoor te zorgen dat iedereen toegang heeft tot deze behoeften en niet onder het minimum leeft. De buitenste ring vertegenwoordigt de ecologische grenzen van onze planeet zoals klimaatverandering, vervuiling en biodiversiteitsverlies. Het doel hiervan is om te zorgen dat we binnen de grenzen blijven van wat de planeet aankan. Als het lukt om tussen de binnenste en buitenste ring te leven, leven we in de donut waarin middelen en gevolgen eerlijk verdeeld zijn (Sahan et al., 2022, p. 4).

Om binnen de donut te leven is het van belang dat bedrijven in hun businessmodellen rekening houden met de donut. Het is aan bedrijven om in hun ontwerpproces te kijken naar hoe en waarom ze hun businessmodellen inrichten. Ze moeten zich niet alleen richten op hoe ze hun ontwerpen duurzamer en inclusiever kunnen maken, maar ervoor zorgen dat hun ontwerpen regeneratief en distributief worden (Sahan et al., 2022, p. 4-5). Regeneratief betekent dat in plaats van voor materialen te kiezen die de aarde zullen uitputten, er gekeken moet worden naar materialen die geen slechte gevolgen voor het milieu hebben en gerecycled (kunnen) worden (Sahan et al., 2022, p. 6). Met distributief wordt bedoeld dat de positieve gevolgen niet alleen voor een geprivilegieerde groep beschikbaar zijn, maar op een eerlijke manier gedeeld worden (Sahan et al., 2022, p. 7). Om de donuteconomie inzichtelijk te maken voor een project kan een donutmodel ingevuld worden. In deze opdracht is het donutmodel ingevuld om de directe en indirecte invloeden van YouTube en PeerTube in kaart te brengen voor de stakeholders contentcreators en kijkers.

De invloeden van YouTube

Positieve invloeden

De contentcreator kan geld verdienen bij YouTube door zijn content te delen op het platform. Wanneer de content genoeg views krijgt verdient de contentcreator hieraan door het tonen van advertenties en het promoten van producten en diensten. Voor de contentcreator heeft het delen van content dus direct een positieve invloed op zijn inkomen. De individuele contentcreator komt hierdoor in de donut terecht (zie afbeelding 1). Doordat de contentcreator inkomsten verdient, heeft dit indirect invloed op de toegang die de contentcreator heeft om eten en drinken te kopen, een energierekening te betalen, een hypotheek of huur te betalen voor een woning en kosten te dekken rondom de gezondheidszorg.

Een andere directe positieve invloed van het delen van content is dat de contentcreator toegang heeft tot een netwerk van mensen die zijn video's kijken. Dit zorgt ervoor dat de contentcreator een publiek heeft dat hij kan beïnvloeden door bijvoorbeeld zijn politieke mening te delen. Daarbij kan de contentcreator ook invloed uitoefenen op vrede en rechtvaardigheid door bijvoorbeeld een boodschap te uiten om mensen te cancelen of juist op te roepen om mensen in bescherming te nemen.

Het is belangrijk om hierbij te vermelden dat er in de bovenstaande voorbeelden alleen gekeken wordt naar de individuele contentcreator die alleen zelf de positieve invloeden ervaart. De kijker van de content die de contentcreator deelt, kan ook invloeden ervaren. Deze invloeden zijn anders dan die van de contentcreator.

Het positieve gevolg voor de kijker van content op YouTube is dat de kijker (afhankelijk van de inhoud) iets kan leren van de content. Uit de interviews die afgenomen zijn met kijkers op YouTube blijkt dat mensen voornamelijk YouTube kijken ter entertainment (zie bijlage 4 voor de uitkomsten van de interviews). Indirect kan de kijker gebruik maken van het netwerk van de contentcreator en zo via de comments in contact komen met andere kijkers van de video's.

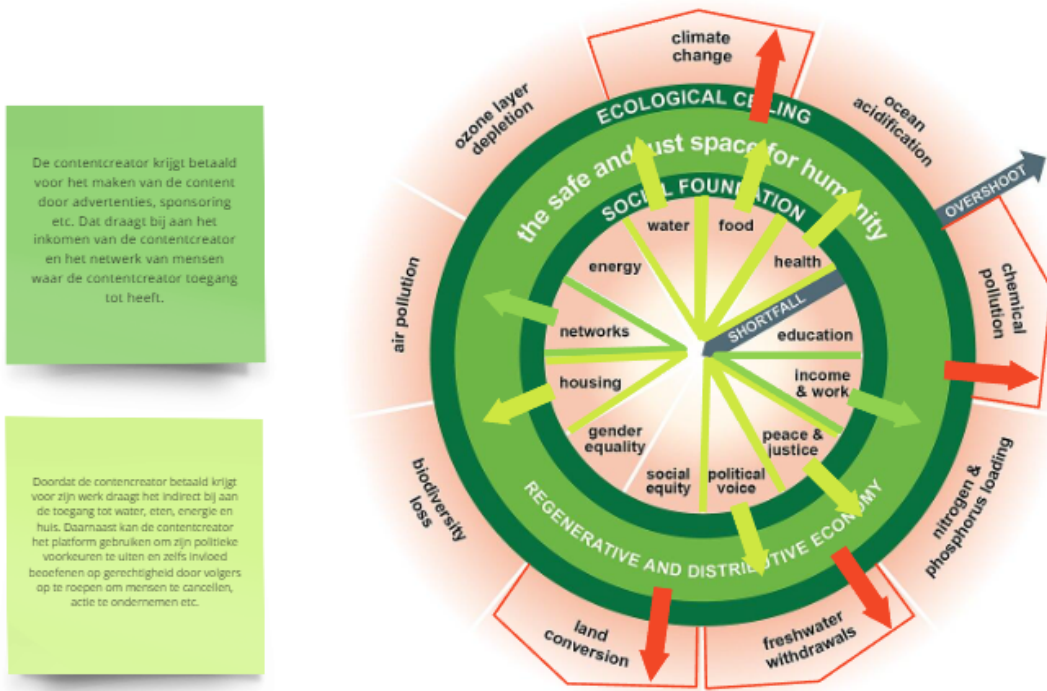
Negatieve invloeden

Het delen van content gaat niet zonder gevolgen voor het milieu. Het plaatsen van content betekent dat de content in datacenters opgeslagen wordt. Datacenters gebruiken veel water en energie. Daarnaast produceren ze veel afval doordat apparaten vervangen worden en niet hergebruikt kunnen worden. Dit afval kan stoffen bevatten die slecht zijn voor het klimaat en daardoor indirect bijdragen aan de opwarming van de aarde. Een datacenter neemt ook veel ruimte in beslag dat niet meer gebruikt kan worden voor bijvoorbeeld het verbouwen van eten (Roundy, 2023). Hoe meer content er geplaatst wordt, hoe groter de gevolgen voor het milieu. Een contentcreator ervaart deze negatieve gevolgen voor het klimaat zelf ook.

De kijkers op YouTube veroorzaken nog meer negatieve invloed op het klimaat. Net als de contentcreators hebben de kijkers last van de invloed op het milieu die de vele content met zich meebrengt. Voor de kijkers komt hier echter extra negatieve invloed bij. Het doel van een contentcreator is om zijn publiek te beïnvloeden om producten en diensten aan te schaffen waar de contentcreator reclame voor maakt. Dat is namelijk het verdienmodel van de contentcreator. Wanneer kijkers deze producten en diensten aanschaffen betekent dat bijvoorbeeld dat de producten de wereld overgevlogen moeten worden om op de juiste plek bezorgd te worden en de producten gemaakt moeten worden met materialen die niet goed zijn voor het milieu.

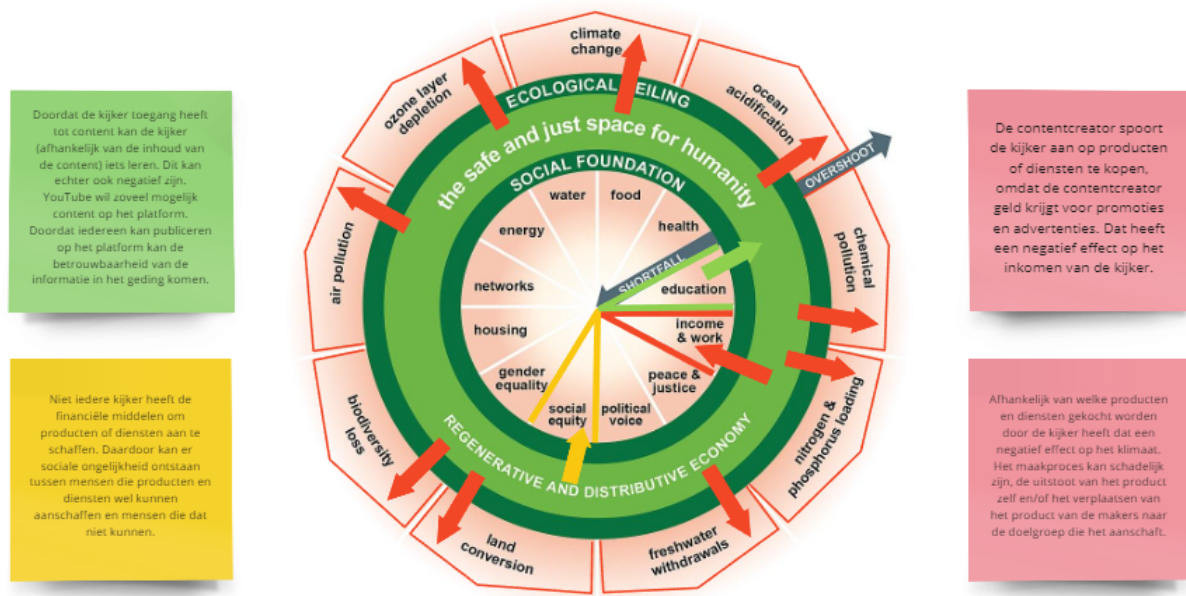
Voor de individuele kijker heeft het een negatieve invloed op zijn inkomen wanneer hij telkens aangespoord wordt om aankopen te doen. Wanneer de kijker de financiële middelen niet heeft om producten aan te schaffen kan sociale ongelijkheid ontstaan ten opzichte van mensen die dat wel kunnen.

YouTube - Contentcreator



Afbeelding 1: Het donutmodel voor de contentcreator op YouTube

YouTube - Kijker



Afbeelding 2: Het donutmodel voor de kijker op YouTube

De invloeden van PeerTube

Positieve invloeden

Een contentcreator heeft net als bij YouTube toegang tot een netwerk van kijkers waarmee hij bijvoorbeeld zijn politieke mening kan delen. Aangezien er op PeerTube minder kijkers zijn, is deze invloed wel beperkter dan op YouTube.

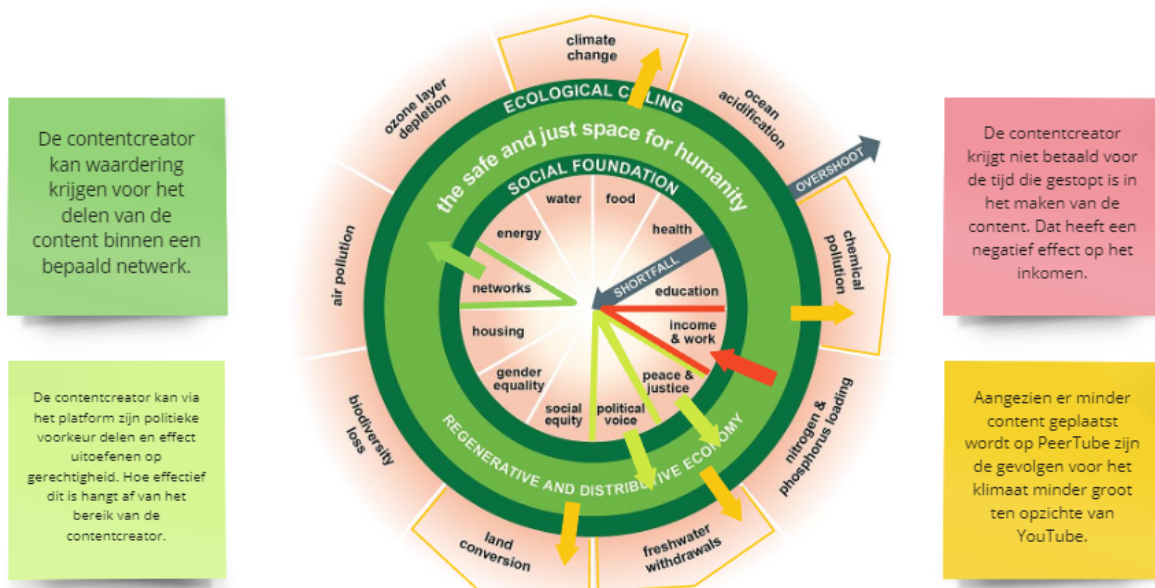
Op PeerTube wordt minder content gecreëerd door contentcreators dan op YouTube. Hierdoor zijn de gevolgen voor het klimaat door het creëren van content ook minder groot. Waar de kijker op YouTube aangezet wordt om producten te kopen gebeurt dat niet op PeerTube, omdat het minder lucratief is voor contentcreators om reclame te maken wanneer er een veel minder groot publiek is dan op YouTube. Daardoor is er ook geen negatieve invloed op het klimaat door kijkers die constant aankopen doen.

Doordat kijkers op PeerTube niet aangespoord worden om aankopen te doen heeft het ook geen negatief effect op hun inkomen. Tussen kijkers op PeerTube ontstaat dus minder sociale ongelijkheid tussen wie wel of niet producten kan aanschaffen. Het aanbod van content op PeerTube is kleiner, maar de kijker kan nog steeds wat leren door naar de content te kijken.

Negatieve invloeden

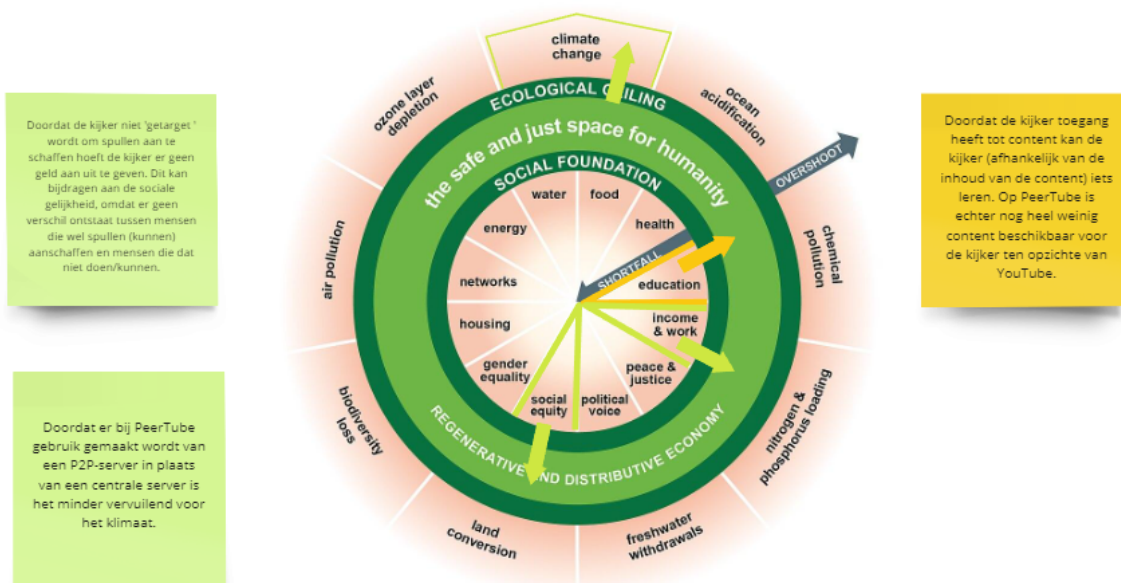
Waar de contentcreator op YouTube veel positieve invloed ervaart op zijn inkomen is dat voor de contentcreator op PeerTube anders. PeerTube is kleiner dan YouTube. Er wordt minder content gemaakt en er zijn minder kijkers. Het verdienmodel van contentcreators op YouTube werkt dan ook niet voor contentcreators op PeerTube. Immers betekent minder kijkers namelijk ook een minder grote afzetmarkt om reclame te maken. Aangezien een contentcreator op PeerTube werk stopt in het creëren van content, maar hier niet voor betaald krijgt heeft dit een negatief effect op zijn inkomen.

PeerTube - Contentcreator



Afbeelding 3: Het donutmodel voor de contentcreator op PeerTube

PeerTube - Kijker



Afbeelding 4: Het donutmodel voor de kijker op PeerTube

Kortom, de contentcreator op YouTube probeert economische groei zoveel mogelijk te stimuleren door veel content te creëren en daarmee mensen te beïnvloeden om producten en diensten aan te schaffen. Hoe succesvoller hij is, hoe meer opbrengsten dat voor hem oplevert. Dit verdienmodel past niet in de donuteconomie. Hoewel dit verdienmodel een positieve invloed heeft op het leven van de individuele contentcreator, zijn de negatieve gevolgen voor het milieu en de individuele kijker groot. Op PeerTube bestaat het verdienmodel voor contentcreators niet, omdat het platform minder content en kijkers kent. Voor kijkers past PeerTube daardoor beter in de donut, maar voor contentcreators die geen inkomsten kunnen verdienen door het delen van hun content is dit een probleem.

(1642 woorden)

Hoofdstuk 2: Business Design

De design principes van de donuteconomie

Doel

Het doel van een bedrijf gaat over de onderliggende reden waarom het bedrijf bestaat. Het doel gaat verder dan financiële redenen of hoe het bedrijf zijn doel beschrijft, het is namelijk terug te zien in de werkcultuur en de taken die een bedrijf onderneemt (Sahan et al., 2022, p. 11). Het doel van PeerTube is om een alternatief te bieden voor gecentraliseerde video platforms zoals Youtube. Dit bieden ze aan door mensen zelf in staat te stellen om op hun eigen platform video's te hosten. Op die platforms zijn mensen dan in staat om zelf hun regels en beleid te bepalen. Dit met het doel om diversiteit te stimuleren om voor iedereen een online plek te bieden die bij hen past. Privacy staat hierbij centraal, omdat PeerTube het belangrijk vindt dat de gebruikers zelf kunnen bepalen wat er met hun informatie gebeurt (donkere critz, 2018).

Netwerk

Bedrijven kunnen verschillende soorten netwerken aan zich verbinden. Het is afhankelijk van het doel van een bedrijf hoe het bedrijf ervoor kiest om partijen in een netwerk aan zich te verbinden. Binnen de donuteconomie is het niet alleen van belang met wie een bedrijf samenwerkingen aangaat, maar ook hoe het bedrijf het netwerk en de partners inzet om voor transformatie op sociaal en ecologisch gebied te zorgen (Sahan et al., 2022, p. 11-12). PeerTube bestaat uit allemaal verschillende domeinen met verschillende hosts en richtlijnen. Deze domeinen zijn met elkaar verbonden door de activity pub, dit is een protocol om via verschillende sociale media met elkaar te communiceren. Dit zorgt ervoor dat de gebruikers zelf over hun data kunnen beslissen en kunnen switchen tussen verschillende sociale netwerken (Safjan, z.d.). PeerTube maakt gebruik van peer-to-peer, wat betekent dat je rechtstreeks met de server verbonden bent zonder een computer ertussen. Dit zorgt ervoor dat er lagere distributiekosten zijn dankzij de gedeelde bandbreedte, wat leidt tot mindere vertraging. Om dit zo goed mogelijk te laten werken zijn er zo veel mogelijk gebruikers nodig (NLnet foundation, z.d.).

Governance

De governance gaat over wie er de macht heeft binnen een bedrijf om beslissingen te maken en de koers van het bedrijf te bepalen. Binnen de donuteconomie is het van belang dat niet alle macht bij de aandeelhouders ligt die enkel geïnteresseerd zijn in financiële groei, maar dat er ook aandacht is voor sociale en ecologische gevolgen bij het maken van beslissingen (Sahan et al., 2022, p. 12). PeerTube heeft een gedecentraliseerde organisatiestructuur. Het platform wordt geleid door een gemeenschap van vrijwillige bijdragers en ontwikkelaars. Er is geen dominante centrale beheerder of instelling die de leiding heeft. In plaats daarvan betreft het een collectieve onderneming waarbij iedereen met de vereiste technische expertise kan bijdragen aan de groei van het platform. Belangrijke beslissingen over het platform worden in overleg genomen binnen de gemeenschap van PeerTube. Er is geen formele hiërarchie of stemproces. PeerTube moedigt actieve betrokkenheid in de gemeenschap aan (PeerTube, z.d.).

Eigendom

Wie de eigenaar van een bedrijf is en hoeveel macht deze persoon heeft in een bedrijf heeft gevolgen voor hoe beslissingen gemaakt worden in een bedrijf. Vaak is het zo dat wie de aandelen in een bedrijf bezit ook de macht heeft om beslissingen te maken over het bedrijf. Vanuit de donuteconomie is het van belang dat er een eerlijke verdeling is in wie de aandeelhouders zijn en hoeveel macht zij hebben om beslissingen te maken zodat niet alleen het financiële, maar ook het sociale en ecologische doel van een bedrijf beschermd wordt (Sahan et al., 2022, p. 13). Als je op PeerTube iets upload, upload je het vanaf je eigen server. Dit betekent dat je zelf bepaalt voor wie je content is en wie die mogen bekijken (DLearning, z.d.).

Financiën

Wie de investeerders zijn, en wat hun doelen zijn, heeft effect op hoe regeneratief en distributief ideeën zijn die worden uitgewerkt in een bedrijf. Wanneer enkel gekeken wordt naar de winstmarge kan dat bijvoorbeeld betekenen dat er minder aandacht is voor een duurzaam productieproces. Daarom is het van belang dat er aandacht is voor de financiële verwachtingen en waarop deze verwachtingen zijn gebaseerd (Sahan et al., 2022, p. 13-14). Peertube is een opensource en gratis software waardoor het toegankelijk is voor iedereen zonder kosten. Het wordt voor 90 procent gefinancierd door donaties van de gemeenschap van PeerTube om de servers in de lucht te houden. De belangrijkste ontwikkelaar, Framasoft, heeft crowdfunding georganiseerd om de ontwikkeling te financieren. Er kan ook rechtstreeks gedoneerd worden aan de contentcreators (PeerTube, z.d.-b).

De aanbevelingen

Voor de aanbevelingen aan PeerTube is gekeken naar het design principe 'netwerk'. De aanbevelingen zorgen ervoor dat nieuwe partijen zich verbinden aan PeerTube en dat bestaande netwerken hechter worden.

1. Creëer een feature die het mogelijk maakt om groepen (communities) te vormen.

Door deze feature wordt het platform een community platform. De feature zorgt ervoor dat mensen met dezelfde interesses in groepen (communities) komen waar content gedeeld wordt die aansluit bij die interesses. Het aanbod van de content komt zo terecht bij de mensen die deze content willen zien en met elkaar contact kunnen hebben over deze content. Hierbij houden we ons aan de kernwaarden van PeerTube door geen algoritme te maken dat persoonlijke data gebruikt, maar een feature waarbij mensen zelf zorgen dat ze interessante content te zien krijgen. Daarnaast ontstaat er minder snel een overschot aan content, wat een negatieve invloed heeft op het klimaat, omdat het overzichtelijker is welke content er al is.

2. Zorg dat mensen aanbevelingen doen aan anderen, in plaats van een algoritme dat op basis van verzamelde persoonsgegevens aanbevelingen doet.

Uit de interviews blijkt dat gebruikers van YouTube niet over zouden stappen naar PeerTube als PeerTube dezelfde content als YouTube zou bevatten, maar geen video's zou aanbevelen. Hoewel het algoritme dat video's aanbeveelt veel persoonlijke data gebruikt, geven kijkers aan dat ze er baat bij hebben om hun privacy op te geven, omdat ze zo leuke video's te zien krijgen. Op PeerTube kan dat anders. Doordat mensen in communities zitten kunnen de leden uit deze communities video's aan elkaar aanbevelen. Zo wordt de privacy van gebruikers niet geschonden door een algoritme, maar krijgen gebruikers wel aanbevelingen.

3. Ga samenwerkingen aan met instellingen die educatieve content willen delen (denk aan culturele instellingen, overheidsinstellingen en opleidingsinstellingen die gefinancierd worden door de overheid).

In het vorige hoofdstuk is uitgelegd welke negatieve invloed het creëren van veel content heeft op het klimaat. In het gesprek met Marleen Stikker stelde Stikker de vraag of het wel nodig is om op PeerTube alle content te plaatsen die op YouTube staat. Meer content zorgt voor meer kijkers en daardoor werkt het verdienmodel voor individuele contentcreators beter. Individuele contentcreators hebben hun verdienmodel op YouTube nodig, maar instellingen die video's delen kunnen ook contentcreators zijn. Deze instellingen zijn niet afhankelijk van het verdienmodel van reclames, omdat zij op een andere manier inkomsten verdienen. Voor deze instellingen maakt het dus niet uit of ze hun content op YouTube of PeerTube plaatsen. Deze instellingen kunnen getarget met marketingstrategieën worden om hun content op PeerTube te plaatsen. Daarmee onderscheidt het aanbod van PeerTube zich van YouTube.

(1187 woorden)

Hoofdstuk 3: Conversation Piece

Interview

We wilden voor ons onderzoek inzicht krijgen in wat mensen van YouTube en PeerTube vonden. Om dit goed in kaart te brengen hebben we kijkers en een contentcreator van YouTube geïnterviewd. We hebben gekozen om frequente gebruikers van youtube te interviewen, zodat we een goed beeld konden krijgen van wat ze van het platform vonden. Dit hebben wij gedaan door middel van een vragenlijst (zie bijlage 3). In de vragenlijst hebben we de geïnterviewden gevraagd om zowel YouTube als PeerTube te beoordelen door een ster toe te kennen aan het platform.


YouTube


Uit de resultaten van de interviews bleek dat het gebruiksgemak van YouTube voor de geïnterviewden belangrijker was dan hun privacy. Dit komt doordat er een overvloed aan content wordt aangeboden op YouTube. Er is voor iedereen wel wat interessants te zien op het platform. Bovendien vonden de deelnemers het aanbevelingssysteem erg handig. Hoewel eerst weinig aandacht werd besteed aan het feit dat dit algoritme veel persoonlijke data opslaat en gebruikt, begon het later toch duidelijk te worden dat YouTube wel erg veel data van je verzamelt.


PeerTube

Het concept werd goed ontvangen door de geïnterviewden, maar er is eigenlijk te weinig content om volledig over te stappen van YouTube naar PeerTube. Het idee dat je gegevens veilig zijn en niet worden verzameld voor advertentiedoeleinden, sprak de geïnterviewden aan. Bovendien waren de geïnterviewden erg blij dat er geen advertenties waren op PeerTube. Als het aanbod van content op PeerTube hetzelfde zou zijn als dat van YouTube, zouden ze overwegen om over te stappen. Als PeerTube echter geen aanbevelingen voor interessante video's zou doen, zouden ze niet overstappen. Voor contentcreators is het lastiger om content op PeerTube te plaatsen, omdat er geen advertenties zijn en er dus geen geld verdiend kan worden.

Conversation piece


 Uw naam
Datum van vandaag






Beschrijf wat je van het platform wilt...

PeerTube resultaten


 **Sven**
5 oktober, 2023



★☆☆☆☆


1 ster omdat het een mindere versie van YouTube lijkt.


 **Raheek**
5 oktober, 2023



★☆☆☆☆

Anderhalve ster omdat het een leuk idee is maar nog niet genoeg content heeft

 **Mees**
5 oktober, 2023



★☆☆☆☆


Slechte app


 **Kevin van der Bend**
5 oktober, 2023



★☆☆☆☆

Ik geef het 1 ster omdat er niet veel is om te kijken, en dat ik dan op YouTube een korte reclame moet zien zodat ik wel een leuke video kan bekijken vind ik wel eerlijk, die mensen moeten toch ook hun geld verdienen.



 **Sandra**
5 oktober, 2023



★☆☆☆☆

Leuk idee! ik begrijp de bedoeling er wel van, maar het lijkt gewoon op een lowbudget versie van YouTube

YouTube resultaten

 Sandra - contentcreator
5 oktober, 2023 

★★★★☆

Geweldig platform, beleid mag wel betere communicatie hebben met de content creators over veranderingen van hun platform.

 Mees
5 oktober, 2023 



★★★★☆

Zelfs als je niet weet wat je wilt kijken is er altijd wel wat leuks of interessants te zien. daardoor soms ook wel verslavend

 Raheek
5 oktober, 2023 

★★★★☆

-Ik geef YouTube 4 sterren uit 5. Het is echt geweldig maar de hoeveelheid reclame begint echt absurd te worden.

 Sven
5 oktober, 2023 

★★★★☆

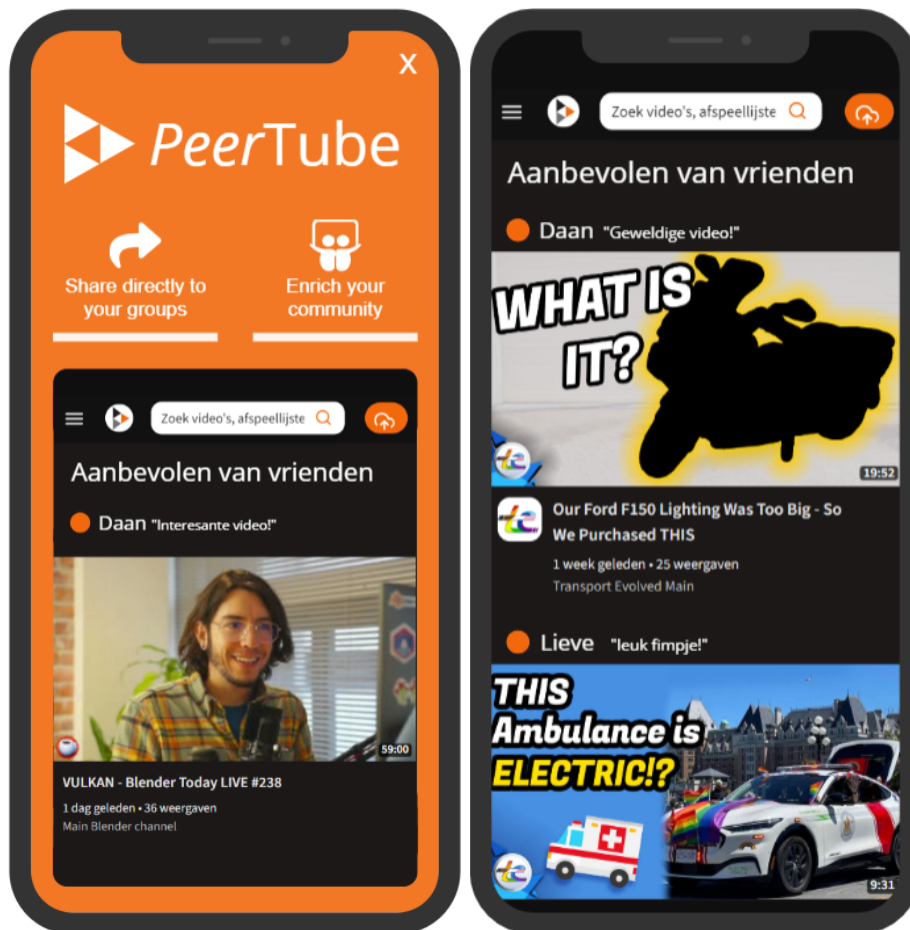
4 sterren, het is een handig platform voor informatieve maar ook grappige filmpjes, wel zijn de reclames irritant

Afbeelding 5 t/m 14: Inge vulde conversation pieces

(307 woorden)

Hoofdstuk 4: Social Media Post

De social media post is een voorbeeld van hoe ons idee van een verbeterde PeerTube zou werken en eruit zou zien voor kijkers. De huisstijl is behouden door de kleuren oranje en zwart terug te laten komen in het design. Het doel van deze social media post is om mensen te bereiken die mogelijk geïnteresseerd zijn in Peertube. Aangezien het volgens onze aanbevelingen aantrekkelijk moet zijn voor instellingen die educatieve content willen delen én kijkers, is naar een balans gezocht tussen een professionele uitstraling en tevens aanlokkelijke uitstraling voor kijkers. We proberen het platform te verrijken door een sociaal aspect toe te voegen aan PeerTube, zodat gebruikers content met elkaar kunnen delen op hetzelfde platform door het maken van groepen (communities) waarin de gebruikers content aan elkaar kunnen aanbevelen zonder algoritme. Dit is te zien aan de reacties die mensen kunnen achterlaten ter aanbeveling. Dit zorgt ervoor dat er meer aandacht getrokken wordt naar PeerTube, wat leidt tot meer gebruikers en meer content. Wij willen dat de gebruikers een specifieke plek hebben waarbij ze efficiënter en gemakkelijker tot hun content komen.



Afbeelding 15 & 16: Social media posts

(192 woorden)

Bronnenlijst

- DLearning. (z.d.). *PeerTube Video Platform*. Geraadpleegd 13 oktober 2023, van <https://www.dlearning.nl/index.php/software/peertube-foss>
- donkere critz. (2018, oktober 17). PeerTube een gedecentraliseerd platform voor videostreaming. *Desde Linux*. <https://blog.desdelinux.net/nl/peertube-een-gedecentraliseerd-videostreamingplatform/>
- NLnet foundation. (z.d.). *PeerTube*. Geraadpleegd 13 oktober 2023, van <https://nlnet.nl/project/PeerTube/>
- Nugent, C. (2021, januari 22). *Amsterdam Is Embracing a New Economic Theory to Help Save the Environment. Could It Replace Capitalism?* Time. <https://time.com/5930093/amsterdam-doughnut-economics/>
- PeerTube. (z.d.-a). *FAQ*. JoinPeerTube. Geraadpleegd 13 oktober 2023, van <https://joinpeertube.org>
- PeerTube. (z.d.-b). *What is PeerTube?* JoinPeerTube. Geraadpleegd 13 oktober 2023, van <https://joinpeertube.org>
- Roundy, J. (2023, juli 12). *Assess the environmental impact of data centers* | TechTarget. TechTarget. <https://www.techtarget.com/searchdatacenter/feature/Assess-the-environmental-impact-of-data-centers>
- Safjan, K. (z.d.). *ActivityPub—How It Works and How to Use It?* Krystian Safjan's Blog. Geraadpleegd 13 oktober 2023, van <https://www.safjan.com/activitypub-how-it-works-how-to-use-it/>
- Sahan, E., Sanz Ruiz, C., Raworth, K., van Winden, W., & van den Buuse, D. (2022). *What Doughnut Economics means for business: Creating enterprises that are regenerative and distributive by design*. Doughnut Economics Action Lab en Centre for Economic Transformation.

Bijlagen

Bijlage 1: Review YouTube

Review - YouTube

Ik vind YouTube heel fijn werken. Het voldoet aan mijn verwachtingen. Ik weet precies hoe het werkt en daardoor worden mijn behoeftes vervuld. Het algoritme raadt me video's aan die ik interessant vind waardoor ik zelf niet hoeft na te denken over wat ik wil kijken. Doordat de video's vaak relatief kort zijn is het kijken van video's ideaal tijdens pauzes. Vlogs zijn vaak korte afgeronde verhalen, in tegenstelling tot afleveringen van series, waardoor het niet voelt alsof ik 'lang' de tijd verspil op het platform. De lay-out vind ik fijn, want het is heel herkenbaar doordat er geen drastische veranderingen gemaakt worden. De content die aangeboden wordt vind ik leuk en sluit aan bij mijn behoeftes.

Qua gebruiksvriendelijkheid (en gemakzucht) scoort YouTube hoog. Ik denk liever niet na over de data die YouTube over mij heeft. Daarnaast vind ik het storend dat ik vaak dezelfde reclames te zien krijg. Wanneer ik video's kijk en door- of terugspoel krijg je vaak opnieuw reclames te zien. Helemaal wanneer de reclames op een cliffhangermoment zitten is het storend. Toch neem ik dit voor lief, omdat ik voor de content terug blijf komen.

Rating: ★ ★ ★ ★

Review - PeerTube

Ik kan de voordelen van PeerTube begrijpen, vooral voor mensen die hun privacy waarborgen en niet platgegooid willen worden met advertenties. Maar met het krappe aanbod is er niet veel content om te consumeren. Wat dus wel het doel is van een media platform. De thumbnails zien er ook niet echt uitnodigend uit waardoor je niet geneigd bent om verder te scrollen.

Rating: ★★

Bijlage 3: Interviewvragen

Vragen

1. Hoeveel sterren geef je het platform?
2. Wat is het doel als contentcreator/kijker?
3. Voor contentcreator: Waarom creëer je content?
4. Waarom heb je voor dat platform gekozen?
5. Waarom gebruik je het platform "nog steeds"?
6. Wat zou je anders willen hebben op het platform?
7. Hoe voel je je als je het platform gebruikt?
8. Hoeveel sterren geef je het platform na het beantwoorden van deze vragen?

User trip PeerTube

Laat gebruikers van YouTube een video opzoeken op PeerTube
Hoeveel sterren geef je het platform PeerTube?

Stelling

Zou je PeerTube gebruiken als het platform hetzelfde aanbod als YouTube zou hebben, maar zonder alle aanbevolen video's?

Bijlage 4: Uitkomsten interview contentcreator

Interview 1: Interview met Sandra

Het platform krijgt 4 sterren. Ook als kijker maakt ze veel gebruik van het platform. Het nadeel als gebruiker is dat het veel data verzamelt en dat je veel advertenties krijgt. Als contentcreator is het fijn als je data krijgt van de mensen die je video's kijken. Je kan bijvoorbeeld zien in welke tijdzones de mensen zitten die de video's kijken en daar kan je dan het moment van het plaatsen van de video op afstemmen om meer views te krijgen. Zij heeft vaak te weinig views om deze data te zien en dan heeft ze er niet zoveel aan.

YouTube is voor haar een creatieve outlet. Ze wilde meditatieve content maken en inmiddels bedenkt ze random ideeën die ze plaatst. Zo kan ze haar creativiteit delen met de wereld.

YouTube was het platform waar ze als gebruiker het meest actief op was. Ze volgde zelf al veel mensen op dit platform en hoorde uit haar bubbel verhalen over hoe andere mensen het hadden aangepakt. Ze had daardoor al een beter beeld van hoe het eruit zag om content te maken op YouTube ten opzichte van andere platforms.

Op YouTube heeft ze nu iets opgebouwd en op een ander platform zou ze weer opnieuw moeten beginnen. De backend van YouTube vindt ze ook gebruiksvriendelijk.

Ze is geen fan van schreeuwerige content en clickbait. Zelf probeert ze mensen te steunen die mooie dingen creëren, maar ze heeft niet het idee dat deze mensen gesteund worden vanuit YouTube. Dat zou wel de sfeer op het platform verbeteren dus dat zou meer mogen gebeuren. Zelf volgt ze alleen mensen die respectvol, intelligent en positief zijn. Maar dat moet volgens haar wel uit de gebruiker komen. Als je één keer een video aanklikt waarbij dat niet zo is, kan je in een spiraal van negativiteit komen. Dat is een nadeel van het platform, maar dat gebeurt op meer sociale media.

Ze gebruikt het vooral voor entertainment. Ze gebruikt het vooral om muziek te luisteren. Dan gaat het niet om of het platform leuk is, maar of de muziek leuk is.

Het is niet haar doel om haar kanaal te laten groeien en professioneel te worden. Ze doet het vooral voor de leuk.

Ze had wel een keer van PeerTube gehoord, maar kent het niet zo goed. Ze vindt PeerTube eruitzien als low-budget YouTube. Ze vindt het sympathiek, maar wil er niet YouTube mee vervangen.

Als PeerTube hetzelfde aanbod zou hebben als YouTube, maar zonder aanbevolen video's zou het alsnog niet aantrekkelijk zijn om van PeerTube gebruik te maken. Ze heeft veel contentcreators ontdekt via aanbevelingen van YouTube die ze nu graag kijkt. Dan zou je mensen buiten het platform moeten leren kennen, maar dat is niet zo efficiënt.

Ze zou YouTube nog steeds 4 sterren geven. Er zouden wel dingen kunnen zijn die YouTube kan veranderen, maar dat hoort ze meer van andere creators. Ze heeft begrepen dat YouTube niet altijd goed communiceert over veranderingen op het platform en betalingen aan contentcreators. Dat zouden ze wel moeten veranderen, maar ze gebruikt het zelf nog steeds graag omdat ze er niet aan verdient.

Bijlage 5: Uitkomsten interviews kijkers YouTube

Interview 1: Interview met Raheek, 20-jarige HvA Student **Ben je bekend met het platform YouTube?**

-Ja zeker

Hoeveel sterren geef je het platform?

-Ik geef YouTube 4 sterren uit 5. Het is echt geweldig maar de hoeveelheid reclame begint echt absurd te worden.

Waarom storen de reclames je zo?

-Soms wil ik gewoon een video in een keer bekijken en dan heb ik geen zin om te wachten tot 10 advertenties voorbij zijn. Vooral als ik bijvoorbeeld een antwoord zoek op iets en er dan opeens een advertentie voorbij komt.

Met welk doel kijk je naar YouTube?

-Euhm ik kijk het voor vermaak. Ik kijk vaak filmpjes uit vervelling of wanneer ik gewoon mijn tijd wil vullen, bijvoorbeeld tijdens het eten. Maar ook als ik iets niet begrijp van school, dan zoek ik filmpjes op YouTube waarin het wordt uitgelegd.

Waarom heb je voor YouTube gekozen?

-Het is het enige platform waar veel diverse content beschikbaar is. Je hoeft er maar aan te denken en YouTube heeft er een filmpje van. Ik denk niet dat er veel apps zijn die hetzelfde zijn als Youtube

Waarom gebruik je YouTube nog steeds?

-Ik zie niet echt alternatieven. Ja je hebt TikTok maar dat zijn gewoon korte filmpjes en soms heb ik gewoon zin om langere filmpjes te kijken.

Wat zou je anders willen op YouTube?

-In het algemeen gewoon minder reclames. En ik vind die pop-up van dat je nu ook kan betalen voor YouTube ook echt heel irritant.

Hoeveel je je als je YouTube gebruikt?

-Ja Euhm gewoon fijn denk ik. Ik kijk YouTube voor verschillende dingen, soms wil ik bijvoorbeeld uitleg over iets van school en soms wil ik gewoon iets leuks kijken dus het is wel fijn dat alles op 1 app is.

Als er een alternatief zou zijn voor YouTube zou je het gebruiken?

-Euhm als het ongeveer dezelfde content heeft, waarom niet?

Ben je bekend met PeerTube?

-Nee nooit van gehoord.

Conclusie: Raheek kijkt dus voor verschillende doeleinden naar YouTube. Er zijn niet echt apps die bekend zijn voor haar die hetzelfde content hebben als YouTube. Het grootste minpunt zijn de contante reclames.

Interview 2: Interview met Kevin, 21-jarige glazenwasser/schoonmaker

Hoeveel sterren geef je het platform van YouTube?

- Ik geef YouTube 5 sterren, omdat ik bij het gebruik altijd wel een filmpje kan vinden die ik leuk vind om te kijken en vooral bij mijn aanbevelingen vind ik nieuwe en interessante dingen.

Waarvoor gebruik jij YouTube?

- In momenten waar ik me verveel en tijd wil doden, of iets wil weten. Zo had ik een keer een ongeluk waardoor mijn motorkap krom zat en die moest vervangen, en door middel van een tutorial wist ik hoe ik het met een vriend samen kon doen en daardoor heb ik wat geld bespaard.

Waarom heb je voor dat platform gekozen?

- Het is me vroeger aangeraden door vrienden en was de enige plek die ik kende om muziekvideo's af te spelen die ik wilde horen op dat moment.

Waarom gebruik je het platform "nog steeds"?

- Het werkt heel fijn en ik kan er altijd wel wat leuks op vinden. Daar ben ik ook geabonneerd op mensen die motorvlogs en race video's maken. Vaak deel ik met mijn vrienden video's die ik op YouTube zie, en hun delen wat zij zien weer met mij.

Wat zou je anders willen hebben op het platform?

- Een betere manier om video's te delen met elkaar want nu moet ik dat steeds via andere apps doen en minder reclame want het voelt wel echt alsof je geforceerd wordt om premium te halen. Bij elke video krijg je steeds vaker meer advertenties en nu kan ik sommige ook niet meer overslaan. Soms stop ik daardoor ook met kijken en dan open ik bijvoorbeeld Instagram of Snapchat.

Hoe voel je je als je het platform gebruikt?

Meestal wel goed, soms wel geïrriteerd vanwege al die reclames dus.

Hoeveel sterren geef je het platform?

Eerst gaf ik het een vijf, maar nu ik me weer herinner van die reclames geef ik het vier sterren. Ik kan nog steeds alle leuke filmpjes bekijken die ik wil zien, maar word soms echt gek van die reclames waardoor ik het filmpje niet meer hoeft te zien.

Usertrip PeerTube

Voor de usertrip liet ik Kevin een video opzoeken over iets wat hij leuk vindt, net als hoe hij dat zal doen op YouTube.

Bevindingen:

Hij had er nog nooit van gehoord maar het viel hem wel direct op dat de lay-out erg leek op die van YouTube en wist daardoor ze weg gauw te vinden. Hij scrolde door op de homepage en kwam een video tegen die hem wel interessant leek, na een poosje klikte hij weg en scrolde hij weer door en vond niks. Bij het zoeken naar content kwam hij erachter dat er eigenlijk niet zoveel was. Ook viel het hem niet echt op dat er geen reclames waren.

Hoeveel sterren geef je PeerTube?

Ik geef het 1 ster omdat er niet veel is om te kijken, en dat ik dan op YouTube een korte reclame moet zien zodat ik wel een leuke video kan bekijken vind ik wel eerlijk, die mensen moeten toch ook hun geld verdienen.

Wat als je hetzelfde aanbod op PeerTube had als YouTube?

Als het aanbod en aanbevelingen hetzelfde zal zijn had ik wel voor PeerTube gekozen zodat ik geen reclames meer heb, maar als ik alleen maar slechte aanbevelingen krijg ben ik ook minder geneigd om op de app te blijven als ik steeds moet door scrollen.

Verder maakt het Kevin ook niet uit als zijn gegevens worden gebruikt voor betere aanbevelingen.

Conclusie

Kevin vindt het aanbod van content op PeerTube nog te weinig om voor terug te komen. Hij vindt het fijn dat er geen reclames op zijn maar had dat tijdens de usertrip nog niet door. Dat zijn gegevens op YouTube gebruikt wordt voor betere aanbevelingen en advertentiedoelinden vindt hij niet erg en juist fijn, zo kijkt hij gauw een leuk filmpje en ziet soms ook nog eens leuk product. Hij vindt dat hij niks te verbergen heeft.

Interview 3: Interview met Sven, 17-jarige MBO student

Hoeveel sterren geef je het platform van YouTube?

- 3 sterren

Waarvoor gebruik jij YouTube?

- Voor amusement en om dingen op te zoeken voor school. Bijvoorbeeld kanalen van docenten voor extra uitleg en anders kijkt hij graag naar vlogs of andere dingen die hem worden aanbevolen.

Waarom heb je voor dat platform gekozen?

- Omdat het makkelijk werkt en alle influencers die hij volgt daar dingen posten.

Waarom gebruik je het platform "nog steeds"?

- Omdat het goed werkt en hij er vrede mee heeft dat YouTube zijn data heeft omdat hij het belangrijker vindt om video's te kunnen kijken.

Wat zou je anders willen hebben op het platform?

- Hij is eigenlijk wel tevreden over YouTube

Hoe voel je je als je het platform gebruikt?

Hij voelt zich goed omdat hij het leuk vindt, alleen de reclames vind hij wel irritant.

Hoeveel sterren geef je het platform?

4 sterren, omdat hij er eerst niet over nadacht hoe vaak hij YouTube nou eigenlijk gebruikt en dat hij het toch wel heel leuk/ handig vindt.

Usertrip PeerTube

Heb ik PeerTube laten zien

Bevindingen:

Hij kende het nog niet en vond het erg lijken op YouTube. We gingen wat dingen zoeken die hem interessant leken maar er was maar heel weinig aanbod. Dat viel hem erg tegen waardoor hij Peertube een stuk minder interessant vond.

Hoeveel sterren geef je PeerTube?

1 ster omdat het een mindere versie van YouTube lijkt.

Wat als je hetzelfde aanbod op PeerTube had als YouTube?

Dan vond Sven het een goed alternatief omdat hij niet van de reclames houdt.

Conclusie

Hij vond PeerTube wel interessant maar niet in de buurt komen van YouTube. Door het magere aanbod en hij vindt de aanbevolen video's toch eigenlijk ook wel heel erg handig.

Interview 4: Interview met Mees, 19-jarige WO student

4 sterren, omdat het leuk en simpel vermaak is. Dat simpele vermaak is niet altijd goed voor je dus daarom geeft hij 4 sterren en geen 5 sterren. Als je puur naar vermaakt kijkt zou hij het 5 sterren geven.

Hij kijkt de content om te lachen en ter afleiding. Een serie kijken op Netflix duurt lang, maar een video op YouTube is snel en kort. Je krijgt veel snelle prikkels waardoor het makkelijk is om te kijken en je hoeft je aandacht er minder actief bij te houden dan bij een serie op Netflix.

Het was geen actieve keuze om video's te kijken op YouTube. Hij begon met filmpjes van Enzo Knol te kijken, omdat zijn neefje dat ook deed. Toen meer mensen YouTube gingen kijken ging hij automatisch ook de video's kijken.

Hij heeft geen idee wat hij anders zou willen op het platform.

Hij voelt zich blij als hij een grappig filmpje heeft gezien en slim als hij een interessant filmpje heeft gezien.

Hij geeft het na de vragen nog steeds 4 sterren. Hij is niet van mening veranderd.

Hij heeft nog nooit van PeerTube gehoord. Als hij het verschil tussen YouTube en PeerTube uitgelegd krijgt, zou hij niet over willen stappen op PeerTube. Iedereen die hij volgt zit op YouTube en niet op PeerTube. Daarnaast zit hij op meer platforms die zijn data verzamelen en daar wil hij ook niet mee stoppen. Hij weet niet in hoeverre zijn data gebruikt wordt en waarom dat slecht is en dat wil hij ook niet weten, want hij wil niet stoppen met het gebruiken van het platform dus dan wil hij liever ook niet weten waarom het slecht is om het te gebruiken.

Als PeerTube hetzelfde aanbod zou hebben als YouTube, maar zonder aanbevolen video's zou hij alsnog niet PeerTube gebruiken. Hij zou het alleen gebruiken als hij specifiek op zoek zou zijn naar een video, maar dat gebeurt eigenlijk nooit. Als hij YouTube opent heeft hij nooit een idee welke video's hij wil kijken. Hij gaat de video's bekijken die hem worden aanbevolen. Hij wil gewoon gedachteloos scrollen totdat hij iets tegenkomt wat hij leuk vindt. Het maakt hem niet uit dat hij zijn data opgeeft, want hij krijgt er leuke video's voor terug.