

# Virtuell handel i onlinespel ur spelares perspektiv

MOA BERGSMARK  
och TERESE NOTHNAGEL



**KTH Datavetenskap  
och kommunikation**

# Virtuell handel i onlinespel ur spelares perspektiv

M O A B E R G S M A R K  
o c h T E R E S E N O T H N A G E L

DM229X, Examensarbete i medieteknik om 15 högskolepoäng  
vid Programmet för medieteknik 300 högskolepoäng  
Kungliga Tekniska Högskolan år 2012  
Handledare på CSC var Leif Handberg  
Examinator var Daniel Pargman

URL: [www.csc.kth.se/utbildning/kandidatexjobb/medieteknik/2012/bergsmark\\_moa\\_OCH\\_nothnagel\\_terese\\_K12074.pdf](http://www.csc.kth.se/utbildning/kandidatexjobb/medieteknik/2012/bergsmark_moa_OCH_nothnagel_terese_K12074.pdf)

Kungliga tekniska högskolan  
*Skolan för datavetenskap och kommunikation*

**KTH** CSC  
100 44 Stockholm

URL: [www.kth.se/csc](http://www.kth.se/csc)

# Virtuell handel i onlinespel ur spelares perspektiv

## Sammanfattning

RMT (Real-Money-Trade), virtuell handel för riktiga pengar, i MMO:s är ett stort fenomen. Det finns flera studier som analyserat hur RMT påverkar spelen. Däremot är det endast få som fokuserat på spelarnas perspektiv, intervjuat spelare och diskuterat med dem. Därför behövs en studie som undersöker spelarnas åsikter angående RMT. Flera olika spel har analyserats i tidigare studier men vår analys utgår från MMO-spelet World of Warcraft (WoW) baserat både på dess popularitet och att RMT är vanligt i detta spel.

I denna studie har personer som spelar WoW fått uttrycka sina åsikter kring hur RMT påverkar spelet och hur de tycker att RMT ska hanteras.

## Real-Money-Trade in online games from the player's perspective

### Abstract

Real-money trade (RMT) of virtual assets in MMO:s is a large phenomenon. Many studies have analysed how RMT affects the game, but few have asked and discussed with players how they feel about RMT. Many different games have been analysed in earlier studies but we have chosen to analyse the game World of Warcraft (WoW) because of its popularity and the large presence of RMT in this game.

In this study gamers from WoW have been given the chance to express their opinion about how RMT affects the game and how they believe that RMT should be handled in MMO:s.



# Innehållsförteckning

1 Inledning .....	1
1.1 Syfte .....	1
1.2 Problemformulering .....	1
1.3 Avgränsningar .....	1
2 Bakgrund .....	2
2.1 World of Warcraft .....	2
2.2 Virtuellt handel med riktiga pengar: RMT .....	2
2.3 Virtuella varor .....	2
2.4 Virtuellt handel i World of Warcraft .....	2
2.4.1 Handel med konton och karaktärer på köp- och säljmarknader på Internet .....	3
2.4.2 Gold farmers .....	3
2.4.3 Boost runs och power-leveling .....	3
3 Teori .....	4
3.1 RMT:s potentiella effekt på spel och spelande .....	4
3.1.1 Juridiska dilemman som påverkar spelaren .....	4
3.1.2 Spelupplevelsen och RMT .....	4
3.2 Olika typer av attribut till föremål .....	6
3.3 RMT i olika typer av spel .....	6
3.4 Speltillverkarens dilemma .....	6
3.5 Att undersöka RMT .....	7
4 Metod .....	8
4.1 Enkät .....	8
4.1.1 Urval .....	8
4.1.2 Syfte .....	8
4.1.3 Tillvägagångssätt .....	8
4.1.4 Fördelar och nackdelar .....	8
4.2 Intervjuer .....	9
4.2.1 Urval .....	9
4.2.2 Syfte .....	9
4.2.3 Tillvägagångssätt .....	9
4.2.4 För- och nackdelar .....	9
4.3 Fokusgruppsdiskussion .....	9
4.3.1 Syfte .....	9
4.3.2 Urval .....	10
4.3.3 Genomförande .....	10
4.3.4 För- och nackdelar .....	10
5 Resultat .....	11
5.1 Resultat enkät .....	11
5.1.1 Huvudfråga 1 .....	11
5.1.2 Huvudfråga 2 .....	12
5.2 Resultat intervjuer .....	12
5.2.1 RMT:s påverkan på WoW .....	12

5.2.2 Hur ska RMT hanteras i WoW och andra MMO:s .....	14
5.3 Resultat fokusgrupp.....	15
5.3.1 RMT i spel .....	15
5.3.2 Free-to-play MMO:s kontra MMO:s med månadsavgift.....	17
5.3.3 Spelföretagens strategier.....	17
5.4 Sammantaget resultat.....	18
5.4.1 RMT:s påverkan på spelet.....	18
5.4.2 Hur ska RMT hanteras och förekomma i spelet?.....	18
6 Diskussion.....	20
6.1 Diskussion kring frågeställning .....	20
6.1.1 Hur påverkar RMT WoW? .....	20
6.1.2 Hur vill spelare att RMT ska hanteras i framtida MMO:s? .....	22
6.2 Metodkritik.....	23
6.2.1 Enkät.....	23
6.2.2 Intervju.....	23
6.2.3 Fokusgruppsdiskussion.....	24
7 Slutsats .....	25
7.1 Hur WoW påverkas av RMT enligt spelare i Sverige .....	25
7.2 Hur spelare vill att RMT ska hanteras i WoW och andra MMO:s.....	25
7.2 Fortsatta studier.....	26
8 Referenser.....	27
8.1 Undersökningar och rapporter .....	27
8.2 Webb.....	27
8.3 Böcker.....	27
Bilagor.....	29
Bilaga 1: Enkätundersökning .....	29
Bilaga 2: Intervjufrågor .....	31
Bilaga 3: Fokusgruppsdiskussion .....	32

# 1 Inledning

I den växande världen av MMO (Massively Multiplayer Online game) har handel med virtuella varor för riktiga pengar (RMT- Real Money Trade) varit ett fenomen ända sedan MMO-spel introducerades. RMT förändrar reglerna och förutsättningarna för spelet. Spelare hamnar därför i konflikt med varandra när den ena tycker att RMT berikar och underlättar spelet, samtidigt som en annan anser att RMT är fusk och förstör hela spelupplevelsen. I dagsläget saknas tydliga riktlinjer för hur RMT ska hanteras i spel. Denna avsaknad innebär att de flesta spelföretagen gör som de vill utan att tänka på konsekvensen för sina användare.

Ett av de största MMO:et är i dagsläget World of Warcraft (WoW). Med spelets långa livslängd och popularitet är det intressant att undersöka hur RMT påverkar detta spel. Vilket vi har undersökt i denna uppsats.

## 1.1 Syfte

I världen av MMO-spel sker stora förändringar vilket gör att ny forskning måste tillföras för att hålla ämnet uppdaterat. Detta arbete syftar till att tillföra en aktuell studie om RMT i MMO:s med inriktning på användarna och spelupplevelsen.

## 1.2 Problemformulering

Vi har undersökt hur World of Warcraft (WoW) påverkas av RTM. Mer precist har vi undersökt hur spelare tycker att spelet påverkas av RMT. Vår problemformulering är:

- Hur påverkas WoW av RMT enligt spelare i Sverige?

Utifrån denna frågeställning har vi också undersökt:

- Hur vill spelare att RMT ska hanteras i WoW och andra MMO:s?

## 1.3 Avgränsningar

Vi har valt att inrikta oss på spelare i Sverige. Anledningen till detta urval är att denna spelmarknad ligger geografiskt nära oss, vilket gör att vi har haft möjlighet att få tag i spelare inom ramen för detta arbete. Dessutom har vi inriktat oss mot WoW då handel med virtuella varor är vanligt i det spelet, trots att större delen denna handel är otillåten.

# 2 Bakgrund

*Centrala begrepp och definitioner för uppsatsen behandlas i detta avsnitt.*

## 2.1 World of Warcraft

WoW är det fjärde spelet i det s.k. Warcraft-universumet och det enda MMO:et i serien, om inte expansionerna till WoW räknas in. Spelet är skapat av Blizzard Entertainment och släpptes 2004. Spelet har för närvarande över 10 miljoner abonnenter över hela världen (Blizzard Entertainment 2011).

## 2.2 Virtuella handel med riktiga pengar: RMT

Begreppet RMT är centralt i denna uppsats. RMT står för real money trade och betyder handel med virtuella föremål, dvs. byte av riktiga pengar mot virtuella varor.

## 2.3 Virtuella varor

Virtuella varor benämns även som virtuella föremål eller virtuella tillgångar. Men vad är då virtuella varor? Det som är självklart är att en virtuell vara inte är materiell, det går inte att ta på den. Men vad är skillnaden på en mp3-fil eller ett program till datorn och en karaktär eller guld i WoW? Definitionen som används av Lehdonvirta (2009) går att tillämpa för att förklara begreppet i denna uppsats. Definitionen gjordes ursprungligen av Joshua A. T. Fairfield. Definitionen av virtuella varor är uppdelad i tre egenskaper för varan: *rivaliserande*, *beständig* och *finns i ett sammanhang*. Att en virtuell vara är rivaliserande innebär att det bara är en person som kan ha exempelvis en viss rustning åt gången. Det är denna egenskap som skiljer dem från mp3-filer eller bildfiler, då dessa går att ”kopiera och klistra in”. Samtidigt är det denna egenskap som är dess likhet med materiella varor. Beständighet innebär att varan existerar en viss tid och att den inte försvinner när spelaren t.ex. loggar ut från spelet. Att varan ska finnas i ett sammanhang innebär att varan påverkar andra och inte bara finns för en själv, på sin egen dator (Lehdonvirta 2009).

Något som är viktigt i denna uppsats, vilket denna definition inte strider mot, är att RMT inte skiljer sig nämnvärt mot materiell handel. Detta beskrivs av Bartle (2004):

*”If a player can buy and sell virtual goods in a virtual world, there’s no conceptual barrier to buying and selling them in the real world. People can trade in intellectual property, so why not in virtual property?”*

## 2.4 Virtuella handel i World of Warcraft

De virtuella varor som det sker handel med i WoW är föremål som t.ex. rustningar och vapen, guld (spelets valuta) och karaktärer för riktiga pengar. Det går även att betala en person för att den ska ta upp ens karaktär till en viss nivå, en s.k. level. Det finns även s.k. botar, program som kör spelarens karaktär åt spelaren så att den kan göra annat under tiden. Allt detta säljs utanför WoW och är förbjudet enligt Blizzards EULA (End User Licence Agreement) och Terms of Use. Överträdelse av förbudet kan leda till att kontot blir ”bannat” eller borttaget (Blizzard Entertainment 2010a; Blizzard Entertainment 2010b).



Blizzard har även en egen affär, Blizzard Store, där de säljer pets (husdjur) och mounts (varelser som spelkaraktären tar sig fram på, t.ex. häst eller drakar) för riktiga pengar. Dessa föremål påverkar inte spelarens prestationsförmåga. Genom Blizzard går det även att för riktiga pengar ändra kön, utseende och ras.

Det finns dessutom möjlighet att med hjälp av Blizzard rekrytera en vän till spelet som inte spelat tidigare eller någon som vill ta upp spelet igen. När en gammal spelare bjuds tillbaka till spelet används *Scroll of Resurrection*, den gamla spelaren kommer direkt upp till level 80. När den gamla spelaren sedan betalar för 30 dagar får den som skickade inbjudan en belöning. Med *Recruit A Friend* rekryterar en spelare sin kompis till spelet och båda spelarna kan levla (nä högre nivå) snabbare.

### **2.4.1 Handel med konton och karaktärer på köp- och säljmarknader på Internet**

Handeln med virtuella föremål för riktiga pengar i MMO:s började på riktigt 1999 (Lehdonvirta 2008). Det började med att spelare la upp föremål på eBay som de spelat till sig i spelet. Electronic Arts (EA) välkomnade detta fenomen till sitt spel Ultima Online, medan Sony Online Entertainment med spelet EverQuest bad eBay att ta bort alla auktioner som involverade EverQuest föremål (Lehdonvirta 2008). Än idag är denna typ av handel, spelare till spelare, vanlig på auktionsajter och sajter som Blocket.

### **2.4.2 Gold farmers**

Gold farmers är ett negativt betingat begrepp som syftar på spelare som samlar ihop stora mängder guld för att sedan sälja guld utanför spelet för riktiga pengar. Begreppet brukar ofta syfta på personer och företag stationerade i Kina eftersom de är den största gruppen som brukar sälja (Vincent, The Guardian 2011). Det finns även recensionssidor av dessa guldfarmer-företag, ett exempel på detta är mmobux.com.

### **2.4.3 Boost runs och power-levling**

Begreppet boost runs betyder att en karaktär med hög level hjälper en karaktär med lägre level att komma upp i level snabbare eller hjälper till att få tag i ett speciellt item. Eftersom de mest unika föremålen i WoW är bundna till karaktären måste köpare vara med när säljaren får tag i föremålet, t.ex. när ett monster dör, så att köparen kan ta upp föremålet från monstret.

Begreppet power-levling innebär att en spelare anställer någon för att ta upp ens karaktär till en viss nivå. Det kan även vara en viss nivå i t.ex. pvp (player versus player) ranking eller i något yrke, som t.ex. alkemist och smed.

# 3 Teori

*En genomgång av tidigare forskning på området som är relevant för denna uppsats följer nedan.*

## 3.1 RMT:s potentiella effekt på spel och spelande

*Här nedan följer vad RMT kan ha för effekter på spel, som juridiska och sedan även effekter på spelupplevelsen.*

### 3.1.1 Juridiska dilemman som påverkar spelaren

Juridiska dilemman i MMO:s handlar om äganderätten av virtuella tillgångar. Taylor och Raleigh (2002) tar upp ett intressant tema: Äger en spelare sin online persona? I exempelvis spelet EverQuest har det förekommit att en person blivit avstängd från spelet efter att ha skrivit en fiktiv historia om sin karaktär (Taylor & Raleigh 2002). Även Bartle (2004) tar upp juridiska frågor, han bedömer att det är ett stort problem att det finns en sådan stor osäkerhet i lagen när det kommer till RMT. Så länge osäkerheten består kommer alla parter anse sig ha rätt. Spelare kommer därför hamna i konflikt med både andra spelare och spelföretag när olika åsikter om RMT kolliderar (Bartle 2004).

### 3.1.2 Spelupplevelsen och RMT

Studier har analyserat att RMT förstör den s.k. the magic circle (se exempelvis Lehdonvirta 2005; Lin & Sun 2010; Bartle 2004). The magic circle är den artificiella kontexten som skapas av spelregler. Det kan ses som en ram som håller spelet ifrån den verkliga världen (Lehdonvirta 2005). Vissa spelare anser att RMT förstör spelets illusion och för in verkliga problem i spelet. Ett exempel på ett sådant problem är att människor har olika förutsättningar att kunna använda sig av RMT och att den ekonomiska situationen därför har betydelse. Detta beskrivs på ett mycket träffande sätt av Bartle (2004):

*”When poor people can’t even role-play being rich, they’re going to be disheartened.”*

En av den vanligaste negativa åsikten som har förekommit i studier är att många spelare anser att RMT är fusk (Bartle 2004; Taylor & Raleigh 2002; Lin & Sun 2010). Med tio användarperspektiv försöker Lehdonvirta (2005) upplysa om andra synsätt. Användarperspektiven är indelade i tre grupper: prestation, social och immersion och visas i Tabell 1 (fritt översatt från engelska av författarna).

Tabell 1. Tio användarperspektiv av RMT (Lehdonvirta 2005)

<b>Prestation</b>	<b>Social</b>	<b>Immersion</b>
Framsteg Om RMT gör så att spelare kan köpa status, så förstör det framstegshierarkin.	Socialisera RMT gör så att spelare kan uttrycka sig genom deras köpvanor.	Utforska RMT förstör "the magic circle", men ger mer frihet i vilken del av spelet spelaren vill uppleva.
Mekaniker RMT gör det enklare att skaffa olika tillgångar att undersöka.	Relationer RMT gör så att spelare med mindre tid kan komma ikapp och spela tillsammans med deras vänner.	Rollspelare RMT ger spelare möjlighet att skaffa den rekvisita som behövs för deras valda fantasi.
Tävling RMT är fusk om det kan användas för att skaffa tävlingsmässiga fördelar.	Lagarbete RMT ger mål för lagarbete och motivation för effektiv organisation.	Individuell anpassning RMT gör det enklare att skaffa en uppsättning av tillgångar som överstämmer med spelarens smak.
		Verklighetsflykt RMT förstör "the magic circle" genom att introducera oro från den verkliga livet till den virtuella världen.

Positiva synsätt på RMT i spel är t.ex. att vissa spelare tycker att de har för lite tid att spela och därför köper levlar för att kunna spela med sina kamrater. Andra vill hoppa över vissa tråkiga sekvenser av spelet för att uppleva nya mer intressanta delar. Eller så har de spelat spelet en eller flera gånger innan men vill exempelvis prova på en ny klass utan att behöva spela om hela spelet igen. En annan positiv aspekt är att det är möjligt att köpa prylar för att göra sin karaktär unik (Lehdonvirta 2005).

En negativ aspekt på spelupplevelsen är att spelare kan gå ihop och börjar hamstra en tillgång så att det enda sättet att få tag på föremålet är att köpa det av dem. Detta förstör därför för andra spelare. När spelare "oförtjänt" skaffar sig karaktärer som har många achievements (utförda prestationer) och föremål med hjälp av riktiga pengar så skadas statuseffekten och känslan av ens egen bedrift (Lehdonvirta 2005).

## 3.2 Olika typer av attribut till föremål

Lehdonvirta (2009) beskriver olika typer av föremål som har olika funktion i spelet. Typerna är *funktionella attribut*, *hedoniska attribut (individuellt lyckoskapande)* och *sociala attribut*. Funktionella attribut är föremål som ökar ens prestationsförmåga i spelet. Hedoniska attribut är föremål som skapar lycka för den specifika spelaren. I WoW skulle det exempelvis vara en mount som spelaren känner sig mer hemma med. Sociala attribut är föremål som det finns sociala aspekter kring. Det kan vara att ett visst föremål är coolt att ha eller att spelare har en gemenskap kring det. Dessa olika typer av föremål har olika funktioner i spelet och på så sätt finns även olika anledningar till att köpa dessa (Lehdonvirta, 2009).

## 3.3 RMT i olika typer av spel

I WoW måste spelare betala en månadsavgift för att få spela. Andra spel, s.k. free-to-play MMO, är gratis att spela, företagen livnär sig i dessa fall på RMT. Dessa företag säljer alltså föremål direkt till spelare till skillnad från i WoW, där spelare köper och säljer otillåtet utanför spelet av varandra eller av andra företag.

Enligt Lin och Sun (2010) finns det en skillnad i åsikter och förhållningssätt mellan spelare som spelar free-to-play MMO:s och MMO:s med månadsavgift. De skriver att spelare har större förtroende för företag som har månadsavgift och att spelare tycker att de har mindre att säga till om i free-to-play MMO:s och att RMT är oundvikligt i free-to-play MMO:s eftersom spelföretagen i dessa fall livnär sig på RMT.

I spelet Diablo 3 introducerar Blizzard ett auktionshus i spelet där spelare kan köpa och sälja av varandra för riktiga pengar. Diablo 3 släpptes i maj 2012, detta auktionshus har vid tidpunkten för denna uppsats inte släppts än. Blizzard kommer ta en procentsats av alla föremål som säljs och det kommer även kosta att lägga upp föremål i auktionshuset. Detta är nytt inom MMO-världen och hur det kommer påverka synen på RMT är något som ännu är outforskat.

## 3.4 Speltillverkarens dilemma

När det finns pengar att tjäna på RMT blir frågan om spelföretagen ska utnyttja möjligheten eller bara låta marknaden vara. Nedan tas olika teorier upp kring hur speltillverkares förhållningssätt till RMT kan skapa dilemman och sedan nämns några typer av affärsstrategier som speltillverkarna kan använda.

Taylor och Raleigh (2002) anser att det blir ett problem när spelföretag blir för fokuserade på sina rättigheter med konsekvensen att de slutar lyssna på sina användare. Men vem ska spelföretaget lyssna på? De som är för eller emot RMT? Ett argument är att spelmarknaden är en fri marknad. Om spelaren inte tycker om något i spelet så kan den sluta spela och börja spela något annat (Lin & Sun 2010).

Vid en jämförelse av verkliga föremål med virtuella, så kan ingen ändra de fysiska lagarna och göra att verkliga föremål helt plötsligt blir mer värda eller att det finns mer av en viss sak. I MMO:s kan detta ske. En s.k. patch kan omedvetet göra att ett föremål blir mindre effektivt och därför mindre värt. Speltillverkare ställs då inför ett dilemma när de ska förnya spelet då de riskerar att förstöra spelares investeringar (Bartle 2004).

Värt att nämna är att Bartle (2004) anser att många potentiella problem kan undvikas om spelföretag tänker på hur RMT ska hanteras när de skapar spel. Lehdonvirta (2008) presenterar sju olika affärsstrategier för hur RMT kan hanteras av speltillverkare, dessa strategier visas (översatt fritt från engelska av författarna) i Tabell 2.

Tabell 2. Sju olika affärsstrategier (Lehdonvirta 2008)

Strategi	Beskrivning
”låt gå”-strategi	Spelföretagen lägger sig inte i eller förbjuder inte RMT
”Price ceiling”	Spelföretaget kommer in på marknaden som leverantör
”Price floor”	Spelföretaget kommer in på marknaden som köpare
”Price window”	Spelföretaget kommer in på marknaden både som leverantör och köpare
Monopol	Spelföretaget strävar efter att vara den enda leverantören
Monopsoni	Spelföretaget strävar efter att vara den enda köparen
Handelsförbud (Embargo)	Spelföretaget försöker förhindra all RMT

Blizzard har för spelet WoW för närvarande tagit ställning emot guldköp, handel med accounts och karaktärer, men är även mot power-leveling och kan därför säga ha en Embargo strategi. Samtidigt säljer Blizzard vissa virtuella varor själva och kan för dessa föremål också sägas ha en Monopol strategi.

### 3.5 Att undersöka RMT

Tidigare studier angående RMT har behandlat spelares åsikter men i studierna har de ofta inte frågat spelare själva utan resonerat sig fram till varför spelare tycker olika. Grundy (2008) gjorde ett försök till att göra en sådan studie men påpekade att det blev ett ganska dåligt resultat. Detta trodde Grundy (2008) berodde på att spelare är rädda att säga vad de tycker då ämnet ligger i en gråzon och folk inte är benägna att prata om något som kan vara olagligt.

# 4 Metod

*I detta avsnitt beskrivs vilka metoder som använts för att besvara frågeställningen. Dessutom beskrivs metodernas för- och nackdelar samt syftet med dem.*

## 4.1 Enkät

Eftersom enkätundersökning är en känd metod har litteratur kring enkäter kunnat användas för att få fram en tillfredställande enkät. Robson (2002) har använts som stöd. För enkät se bilaga 1.

### 4.1.1 Urval

Urvalet har inte varit slumpmässigt, personer som spelar WoW har sökts upp. Mestadels har urvalet skett genom att kontakta bekanta som spelar WoW. Urvalet har delvis skett genom s.k. snöbollsurval (Ahrne & Eriksson-Zetterquist 2011), alltså att vi börjat med att hitta en person som spelar WoW. Genom denna person har vi fått kontakt med andra spelare. Enkäten var inte anonym, detta eftersom syftet var att få deltagare till intervjuer och fokusgrupp. Alla personer som var med i intervjuer och fokusgruppen svarade inte först på enkäten, de tillfrågades istället direkt om de ville medverka i intervju eller fokusgrupp. I resultatet beskrivs vilka personer som medverkade.

### 4.1.2 Syfte

Huvudsyftet med att använda en enkät i undersökningen har varit att få en bra blandning av spelare med olika åsikter till intervjuer och fokusgrupp. Syftet har också varit att testa några av frågorna som sedan skulle användas till intervjun, men även för att få svar från spelare som inte ville ställa upp på intervju eller var med i fokusgrupp.

### 4.1.3 Tillvägagångssätt

Verktyget Google-spreadsheet har använts för att göra enkäten. Verktyget användes därför att det ger ett lätt sätt att skapa en enkät och sedan både skicka ut den via mail och få svaren insamlade automatisk i ett dokument för vidare behandling.

Frågorna som ställdes utgår från kärnan av vår frågeställning. Det valdes medvetet att enbart ställa ett fåtal frågor då det inte skulle ta för lång tid att svara på enkäten och att engagemang och tid istället skulle spenderas på att skriva i kommentarsfälten. Följande aspekter har beaktats när enkäten sattes ihop (Robson 2002):

- Enkla frågor, där språket riktar sig mot mottagarna.
- Vi har frågat efter deltagarnas upplevelser och åsikter.
- Vi har låtit frågeställningen för arbetet och syftet med enkäten styra utformningen av enkäten.

### 4.1.4 Fördelar och nackdelar

Den största fördelen med enkäter är att det är ett lätt sätt att nå ut till många människor. Men det bidrar även till enkätens nackdelar, att det är svårt att kontrollera svaren och om någon fråga blir missförstådd kan mycket arbete ha gjorts i onödan.

## 4.2 Intervjuer

I undersökningen har kvalitativa intervjuer genomförts. En kvalitativ intervju används för att få en bred bild av ett samhällsfenomen (Ahrne & Eriksson-Zetterquist 2011). Nedan följer en beskrivning av hur intervjuerna gått till.

### 4.2.1 Urval

Samtliga personer som intervjuats har svarat på enkäten innan intervjun. Av de personer som deltagit i intervjun har somliga tillfrågats genom att de i enkätundersökningen svarade jakande på frågan om de kunde delta, andra har tillfrågats direkt om de ville medverka i en intervju.

### 4.2.2 Syfte

Syftet med intervjuerna var att fånga upp spelares personliga åsikter om RMT, men även att få en uppfattning om hur de tycker att RMT ska hanteras i spel. En kvalitativ intervju leder till en bredare bild med fler nyanser och dimensioner av ett fenomen (Ahrne & Eriksson-Zetterquist 2011). Uppsatsens frågeställning besvaras därför på ett tillfredställande sätt med hjälp av kvalitativa intervjuer.

### 4.2.3 Tillvägagångssätt

I en sådan stor utsträckning som möjligt har intervjuerna skett personligen, detta för att inte skapa en så formell stämning (Ahrne & Eriksson-Zetterquist 2011). När ett personligt möte inte har varit möjligt har Skype används. Intervjuerna har, med tillstånd från de personer som intervjuats, spelats in för att sedan transkriberas. För intervjufrågor se bilaga 2.

### 4.2.4 För- och nackdelar

Intervjuer är ett mycket bra verktyg för att få flera personers reflektioner kring ett samhällsfenomen (Ahrne & Eriksson-Zetterquist 2011). Det som kan vara svårt är att en intervju inte alltid bara är en förmedling av personens erfarenheter. Personen som intervjuas påverkas av intervjusituationen och kan även välja att framställa sig på vilket sätt som helst. Det är också svårt att veta när tillräckligt många intervjuer har genomförts för att ha fått alla synvinklar på fenomenet. Risken finns att intervjuerna inte blir representativa. I denna studie har det varit viktigt att få fram så många åsikter och synsätt som möjligt. Hänsyn har inte tagits till hur många spelare som tycker vad.

## 4.3 Fokusgruppsdiskussion

I studien har en fokusgruppsdiskussion genomförts. En fokusgruppsdiskussion är en diskussion där människor möts under en begränsad tid och diskuterar olika aspekter kring några fokuserade teman (Dahlin-Ivanoff 2011).

### 4.3.1 Syfte

Fokusgruppens syfte var att skapa kunskap om hur RMT kan hanteras i WoW i synnerhet och MMO:s i allmänhet från spelarnas perspektiv. Detta syfte uppfylls, som Dahlin-Ivanoff (2011) redogör för, då en fokusgruppsdiskussion leder till kunskap. När människor får interagera med varandra förstärks, omvandlas eller bestrids deras erfarenheter av ämnet och detta leder till att ny kunskap skapas. Med en fokusgruppsdiskussion fås flera perspektiv inom samma ämne genom målgruppens ord (Dahlin-Ivanoff 2011).

### **4.3.2 Urval**

En del av personerna som medverkade i fokusgruppen har tillfrågats genom att de i enkätundersökningen svarande jakande på frågan om de kunde delta, andra har tillfrågats direkt om de ville medverka i en fokusgrupp. Det som har varit viktigt är att personerna har liknande erfarenheter. Samtliga fokusgruppsdeltagare har spelat WoW och har på något sätt märkt av RMT i spelet. Samtidigt har det varit centralt att de har olika erfarenheter och åsikter (Dahlin-Ivanoff 2011).

### **4.3.3 Genomförande**

Fokusgruppsdiskussionen genomfördes med tre stycken deltagare. Varje deltagare hade innan diskussionen fyllt i enkäten och på så sätt fått en introduktion till undersökningen.

För att få ut ett bra resultat från en fokusgrupp är det viktigt att diskussionen blir dynamisk, för detta krävs att de som håller i fokusgruppen är medvetna om olika faktorer innan. Det är viktigt att försöka skapa en tillåtande miljö där många åsikter får komma fram, genom att t.ex. be någon deltagare att utveckla sitt svar. Något som också är viktigt är att se deltagarna som experter och på så sätt flytta makten till dem (Dahlin-Ivanoff 2011). Dessa faktorer var viktiga i genomförandet av denna fokusgrupp.

Fokusgruppsdiskussionen började med en introduktion av gruppen och ledarna. Det som sedan följde var en allmän diskussion kring RMT i spel, detta var ett sätt att ”bryta isen”. Därefter övergick diskussionen till nyckelteman och frågor för diskussionen. Diskussionen fortsatte kring på vilket sätt RMT ska finnas med i spel och vad olika spel har för strategier. Efter detta presenterade vi de strategier som Lehdonvirta (2008) beskriver. Därefter diskuterades olika exempel på virtuell handel i spel utifrån strategierna. De exakta frågorna finns i bilaga 3.

Med deltagarnas godkännande spelades diskussionen in. Efter genomförandet har materialet transkriberats för att sedan brytas ner till olika teman, detta för att kunna analysera resultatet från fokusgruppen.

### **4.3.4 För- och nackdelar**

Fördelen med fokusgruppsdiskussion är som beskrivs i syftet för denna metod, att den skapar ny kunskap genom att personer interagerar med varandra. Nackdelar kan vara att det är svårt att lyckas med det som beskrivs av Dahlin-Ivanoff (2011) att skapa en tillåtande miljö där alla åsikter kommer fram och där ingen av deltagarna tar över för mycket.



# 5 Resultat

*I detta avsnitt presenteras resultatet från enkät, intervjuer och fokusgrupp.*

## 5.1 Resultat enkät

Enkäten skickades till 13 personer, varav nio svarade. Svaren är inte tillräckligt många för att få kvantitativa data. Avsikten med enkäten var emellertid aldrig att samla in data av den typen. Detta analyseras närmare i diskussionsavsnittet (6.2.1).

De nio som svarade var mellan 21-33 år gamla, två av dessa var kvinnor och sju var män. Alla som svarade var vana WoW-spelare. Många av dem hade i stort sett spelat sedan spelets början, medan andra hade kommit in vid senare expansioner. Fem personer som svarade spelade fortfarande WoW, medan de andra fyra inte spelade WoW i dagsläget. Två av deltagarna har inte slutat helt, i senare undersökning berättade de att de hade tagit en paus. Eftersom vi, som beskrivs i metodavsnittet, har frågat bekanta och bekantas bekanta så känner en del deltagare varandra. Samtliga deltagare tillhör dock inte samma bekantskapskrets.

Få av de som svarade på enkäten hade sålt och/eller köpt virtuella varor för riktiga pengar. Endast en deltagare hade köpt guld och en annan hade köpt en mount från Blizzard store. Två hade sålt, den ena hade sålt en karaktär till en kompis och den andra hade både sålt guld och karaktärer. Vårt resultat kan påverkas av att de flesta inte köpt/sålt virtuella varor.

De flesta kände någon bekant som hade köpt och/eller sålt. Vanligast var köp av guld, följt av försäljning av karaktärer och köp av power-leveling. Nästan alla deltagare hade även någon gång misstänkt att någon annan spelare i WoW hade köpt sin karaktär eller level. Detta har de märkt genom att andra spelare inte spelar på den nivån som förväntas.

Vi hade två huvudfrågor i enkäten, frågorna besvarades först med ett val mellan 1 (negativt) och 5 (positivt) och sedan hade deltagarna möjligheten att kommentera frågan. Till huvudfråga 1 kommenterade alla deltagare förutom en och till huvudfråga 2 kommenterade alla förutom två. Svaren på dessa huvudfrågor följer i 5.1.1 och 5.1.2.

### 5.1.1 Huvudfråga 1

Under frågan: ”Hur tycker du att handel av items, karaktärer osv. utanför spelet påverkar spelet/WoW?”, svarade ingen mer positivt än 3. Hälften av deltagarna valde ändå alternativ 3. En intressant observation är att det inte finns någon korrelation mellan vilken siffra deltagarna valde och vad de svarade i kommentaren. En sammanställning av kommentarerna följer här nedan.

En aspekt som framfördes är att RMT förstör atmosfären i spelet. En deltagare nämner att det är negativt när spelare inte tar del av spelet som det är skapat. En annan beskriver att spelare inte får samma förståelse för klassen när de köpt sin karaktär. Något som också har med detta att göra är uppfattningen att det blir orättvist när någon kan köpa sig till en bättre karaktär eller bättre items, detta nämns på olika sätt av fem personer. Det handlar för många även om att vissa köper karaktärer som de själva inte är tillräckligt bra för. För en person handlar det även om att värdet av tiden som den har ägnat åt att t.ex. få ett visst item försvinner om någon kan köpa samma sak för riktiga pengar. På så sätt försvinner prestige av att skaffa ett visst föremål. En negativ påverkan som nämns av två personer är att spelare kan bli lurade i samband med RMT, genom exempelvis kontostöld.

Det kom endast fram ett fåtal positiva aspekter i samband med denna fråga, detta diskuteras i 6.2.1. En positiv aspekt var att spelare kan sälja sin karaktär när de slutar spela och på så sätt få ersättning för all den tid och kraft de lagt på sin karaktär. En annan åsikt var att när spelare köper mounts och pets från Blizzards egna affär (se bakgrund 2.4) har det ingen betydelse utan är bara en rolig bonus. Två personer påpekade att RMT kan vara bra för spelare som vill kunna spela med de bästa spelarna men inte har tid eller inte vill att spelandet ska gå ut över skola, arbete eller privatliv. En av dem påpekade också att många duktiga spelare gör detta men inte personen ifråga själv.

En av deltagarna har en annan syn på påverkan. Denne svarade att RMT i WoW inte direkt påverkar spelarna, men att RMT påverkar spelet indirekt genom att vissa spelare utnyttjar att det finns en marknad för RMT genom att de t.ex. gör reklam för guldföretag.

### 5.1.2 Huvudfråga 2

På frågan ”Hur tycker du att spelföretaget hanterar handel av items, karaktärer osv. i WoW?” fick vi ett varierat resultat då alla alternativ, 1(negativt) - 5 (positivt), blev representerade.

Två deltagare var osäkra eller visste inte hur Blizzard hanterar handeln i WoW. En av dem påpekade också: ”*Blizzards egna försäljning av items (mounts, pets osv.) har jag inget emot då de bara säljer grejer som inte ger några fördelar rent spelmässigt.*”

De tre som valde negativa svar kommenterade att de tyckte att Blizzard kunde ta hårdare tag mot den handel som är otillåtet enligt Blizzards regler. En av dem tyckte även att Blizzard fokuserar för mycket på att enbart tjäna pengar. Den sista tyckte att Blizzard kunde ha bättre koll.

Den som svarade mest positivt tyckte att Blizzard hade hanterat RMT bra, särskilt bra var att föremål är bundna till en karaktär och därför inte går att sälja utanför spelet. Den andra som svarade positivt tyckte att den här typen av handel är svår att göra något åt.

## 5.2 Resultat intervjuer

*Resultatet från de 5 intervjuerna är uppdelat på de två huvudteman som intervjuerna hade: hur spelet påverkas av RMT och hur RMT borde hanteras.*

### 5.2.1 RMT:s påverkan på WoW

Bland spelarna finns olika nivåer av hur de märker av RMT i spelet. Många upplever att det inte märks av så mycket. Positiva aspekter på RMT:s påverkan på WoW handlade oftast om att RMT kan tillföra något extra. Även att det ibland kunde vara bra antingen för spelare som slutat och vill börja spela igen eller för spelare som inte har tiden att spela. Det finns även de som från början uttrycker en stark negativ åsikt om att RMT sker utanför spelet. En uttryckte det såhär: ”*Det är helt klart negativt. Så fort du blandar in pengar och sånt där i någonting som ska vara ett nöje så börjar det bli tråkigt. Jag gillar det inte alls.*”. Alla deltagare hade mer att tillägga när vi gick igenom olika specifika kategorier av virtuella varor. Svaren kring dessa kategorier följer här nedan.

### 5.2.1.1 Guld

Först behandlades handel med guld för riktiga pengar, en handel som sker helt utanför spelet. Det framkom olika åsikter om hur spelet påverkas av handeln med guld. En synvinkel är att det inte påverkar så mycket utan att det är mer av en bonus att skaffa lite extra guld. En annan åsikt var att guldfarmare gör så att värdet går ner och att det finns de som farmar på samma ställe hela tiden, vilket innebär att andra inte kommer åt guld lika bra. Det framkom även att det kan kännas orättvist då vissa kämpar för att samla ihop guld till något specifikt, medan andra bara köper för riktiga pengar. En åsikt som också kom fram är att det är svårt att förstå handel med guld eftersom det är så lätt att skaffa guld inom ramen för spelet. De som framförde detta tyckte inte att spelare borde köpa guld.

### 5.2.1.2 Föremål

När det gäller handel med föremål i spelet märktes en skillnad mellan de föremål som Blizzard säljer och de föremål som spelare köper för riktiga pengar från andra spelare. Många tyckte att föremål som Blizzard säljer som inte gör någon spelmässig förändring, så som mounts och pets, är helt okej att köpa och kan vara en kul grej att ha. När det sedan gäller föremål som t.ex. rustningar och vapen, vilka gör spelarens karaktär prestationsmässigt bättre, så hade deltagarna däremot olika åsikter. Vissa tyckte att det inte var okej att köpa sådana föremål då de som köper inte har kämpat till sig föremålet. En av dem tyckte att det samtidigt kunde vara bra för att kunna hjälpa sitt guild (ett lag som spelaren är med i). Andra tyckte att det inte hade så stor betydelse. En deltagare påpekade att den redan hade de bästa föremålen. En annan deltagare påpekade att det inte hade någon betydelse så länge köparen har kommit så långt att den har kunskapen om hur föremålet används.

### 5.2.1.3 Power-levling

När det kom till power-levling hade deltagarna två olika synsätt. Det ena synsättet var att det förstör lite och att det är svårt att förstå poängen med att få sin karaktär levlad av någon annan, detta eftersom sådan stor del av spelet handlar om att levla upp sin karaktär själv. Det andra synsättet var att om någon har spelat spelet många gånger och inte vill spela om det igen eller vill komma till de nyare delarna, kan det vara okej att få sin karaktär upplevld.

### 5.2.1.4 Karaktärsköp

Karaktärsköp var, av nästan samtliga av de som intervjuades, helt förknippat med spelare som inte kan spela. Många hade märkt av spelare som trots sin höga level inte kunde spela. Så här beskriver en spelare det:

*"I många fall så vet inte personen som köper hur den ska hantera karaktären eftersom den inte har levlat upp den. Vilka 'spells' man ska ha när, har lägre dps (damage per second), sköter sig sämre på raider. Men det finns ju alltid undantag som bekräftar regeln."*

En deltagare hade inte märkt av det själv men hört talas om det och påpekar: *"När man ser någon som är grym då ska den vara det också. Att man kan köpa karaktärer förstör ju lite, har man köpt sin karaktär är det ingen idé att spela"*. Personen nämnde också att det kan vara jobbigt att starta en ny karaktär då det kan ta tid att komma upp i s.k. maxlevel.

Många av de intervjuades irriterade sig också på att spelare köper karaktärer och ansåg att det var något som spelare inte ska göra. De tyckte ofta att det inte fanns någon mening att spela i sådana fall. Så här uttryckte en deltagare sig:

*”Det tycker jag absolut inte man ska göra. Det förstör poängen med spelet. Det förstör jättemycket, just för att man kanske inte kan spela och så kommer man in i en grupp och så förstör man för andra då också.”*

### **5.2.1.5 Personliga erfarenheter**

De som intervjuats har alla beskrivit olika tillfällen då de märkt av att RMT i spelet. Nedan följer några exempel på detta.

En av de intervjuade berättade om att det var en person i deltagarens guild som fått sitt konto stulet efter att ha köpt guld och skrutit om detta. Situationen hade lett till att guildet försvann. Personen hade annars inte märkt av speciellt mycket påverkan av RMT. Deltagaren berättade att detta kan bero på att den inte alls är social i spelet och inte spelar mot andra.

En annan berättade om att en mycket duktig spelare i personens förra guild hade slutat spela och sålt sin karaktär, hela sitt spelkonto, utan att någon i guilden fick reda på det. Så när den nya ägaren loggade in så trodde guilden bara att deras gamla guildmedlem var tillbaka, men så var det såklart inte. Så när de skulle raida (spelare besestrar en boss tillsammans) så bjöd de in den nya ägaren i spelet i tron att det var den gamla bra spelaren. Men efter ett tag började de märka att så inte var fallet eftersom den nya ägaren inte alls kunde sin karaktär och inte heller viste vad den skulle göra i raiden. Detta förstörde mycket för dem eftersom den nya ägaren hela tiden misslyckades. Deltagaren tyckte därför att köp av karaktärer och spelkonton är dåligt.

### **5.2.2 Hur ska RMT hanteras i WoW och andra MMO:s**

De flesta deltagarna verkade överens om att de helst inte ville att det skulle förekomma någon RMT utanför WoW. Men som tidigare beskrivs i 5.2.1.2 så tyckte många att Blizzards försäljning är bra och att sådan virtuell handel kan fortsätta. En annan åsikt var att så länge det bara finns några få aktörer som säljer guld och försäljningen sker i skymundan märks det inte av i spelet. En ytterligare åsikt var att så länge det inte förstör spelkänslan så är det acceptabelt med RMT i spel.

#### **5.2.2.1 Hur har Blizzard hanterat RMT i World of Warcraft**

Hurvida Blizzard har hanterat RMT i WoW bra eller dåligt råder det delade meningar om. Flera deltagare var överens om att Blizzard bör motverka botar som gör reklam för guldföretag. Samtliga som kom in på detta var negativa till reklamen. Deltagarna beskrev också att reklamen faktiskt minskat, vilket de tyckte var bra. De flesta av deltagarna tycker även att Blizzard hanterar virtuell handel bra. En av dessa påpekade att:

*”Det olagliga är ju bra om de tar bort. Supportköerna kanske blir längre om folks konton blir stulna. Så när det händer något som händer mig att mitt konto blev bannat av misstag, vill inte jag att det ska extra lång tid för att folks konton blivit stulna när de köpt guld. Det står ju i terms of agreements att man inte får köpa guld.”*

En av de som intervjuades nämnde att den gillade hur föremål var bundna till karaktären i WoW, vilket innebär att det blir svårare att köpa och sälja utanför spelet, men personen påpekade att det fortfarande går och var inte helt negativ till detta.

Vissa av deltagarna var osäkra på vad Blizzard verkligen gör. Några tyckte även att Blizzard var för lata och kunde göra mer för att förhindra den otillåtna handeln. En uttryckte det som: *"Ibland tror jag att de inte bryr sig, att de bara låter sådana saker gå förbi"*. En deltagare tyckte att Blizzard inte alls hade hanterat RMT bra i WoW och att Blizzard fokuserar för mycket på att tjäna pengar.

### 5.2.2.2 Skillnader hur RMT ska behandlas i spel beroende på typ av spel

Något som kom fram i första intervjun var att RMT kan påverka olika mycket beroende på vilken typ av spel det är och därför kanske kan behandlas på olika sätt. Denna fråga framfördes sedan under de andra intervjuerna.

Auktionshuset i Blizzards MMO-spel Diablo 3 togs upp i intervjuerna för att diskutera om detta upplägg skulle kunna vara aktuellt för WoW. Diablo 3 hade inte släppts vid tidpunkten för intervjuerna som hölls i mars-april 2012. En åsikt som framfördes var att Diablo 3 inte innehåller samma tävlingsmoment som WoW, vilket leder till att om någon köper de bästa grejerna påverkas inte de andra spelarna i samma grad som i WoW. Åsikten var alltså att ett auktionshus är en bra lösning för Diablo 3 men inte för WoW. En av de intervjuade tog upp att det finns fördelar med ett auktionshus för RMT i en del spel. I Diablo 3 blir det lättare för de spelare som vill använda RMT eftersom det är tillåtet i spelet, de bli inte avstängda som i WoW och det blir även lättare då spelarna inte blir lurade vid handeln.

Andra uttryckte vidare att ha ett visst föremål i spelet har olika påverkan i olika spel. Två deltagare uttryckte först att det beror helt på upplägget, men uttryckte sedan att det faktiskt inte spelar någon roll vilken typ av spel det är, när riktiga pengar blandas in i spel försvinner nöjet.

### 5.2.2.3 Hur WoW har förändrats

Att WoW har förändrats som spel kom upp i några av intervjuerna. Många upplevde att nivån på spelarna och spelet hade sänkts under de senare expansionerna, men ingen trodde orsaken var RMT. De trodde mer att det berodde på att Blizzard försöker anpassa spelet för, som en person uttryckte det, *"13-åringar"* och inte tar hänsyn till äldre eller mer rutinerade spelare och på ett sätt dumförklarar spelarna. Samma person uttryckte också att prestation inte ger någon belöning. En annan person uppmärksammade att uppdrag inte tar lika lång tid längre som förr. Andra påpekade också att WoW blivit lättare. Diskussion av hur detta kan inverka på hur spelet påverkas av RMT följer i 6.1.1.2.

## 5.3 Resultat fokusgrupp

*Nedan följer resultatet av fokusgruppen. Huvudämnet för fokusgruppen var hur RMT ska förekomma i WoW i synnerhet och MMO:s i allmänhet.*

I fokusgruppen deltog tre personer. Alla har stor erfarenhet av WoW och två deltagare hade spelat i princip sedan spelet kom. En deltagare har spelat de senare expansionerna. En av de mer erfarna spelarna har använt sig av otillåten RMT. Den andra mer erfarna spelaren har köpt pets och mounts för riktiga pengar från Blizzards affär.

### 5.3.1 RMT i spel

I fokusgruppen kom både negativa och positiva synvinklar fram angående RMT i spel. Framförallt ansåg deltagarna att spelare ser olika på RMT beroende på vad de vill ha ut av spelet och vilka spelartyper de är. Några negativa åsikter var att det blir dålig dynamik när spelare lätt får tag i de bästa grejerna, att priset dumpas och att det förstör när dåliga spelare får tag i karaktärer med hög level. Positiva åsikter var att RMT är bra för folk som inte har så

mycket tid att spela. När det gäller WoW var en aspekt att det inte händer så mycket i de tidiga levlnarna utan att det först är när spelaren kommer till maxlevel som det börjar hända mycket i spelet. Detta uttrycktes av en deltagare såhär:

*”WoW handlar inte så mycket om level 1 till level 85, man vill komma till level 85 för det är där man börjar göra saker”*

Dessutom så tyckte deltagarna att WoW var som mest intressant att spela igenom de första gångerna. Det är ganska ointressant för en spelare att se samma delar av spelet igen om den vill ha en ny karaktär. Därför kan det vara bra att få köpa en karaktär för att på så sätt komma till de intressanta delarna på en gång eller för att kunna spela med sina kompisar. Deltagarna tyckte inte att en känsla för storyn i spelet påverkades så mycket av att någon har köpt sin karaktär. En annan åsikt var att det, på grund av expansionerna till WoW, kan vara svårt som ny att börja spelet och sätta sig in i allt som har hänt. En annan synvinkel var att spelare inte får hela storyn genom spelet utan behöver t.ex. läsa böcker. Detta tolkas som det då inte nödvändigtvis behöver vara så viktigt att spela igenom spelet varje gång.

Deltagarna tyckte att det kunde vara bra om spelföretaget sålde ”tomma” level 85 karaktärer. En deltagare ansåg att det kunde kännas lite smutsigt att spela andras karaktärer men påpekade att folk fortfarande kunde föredra en annans karaktär då den kan ha bl.a. olika achievement som ger cred (abstrakt belöning av spelarens prestation) till spelaren. En annan uttryckte sig såsom att *”det är lite som att folk föredrar nya eller gamla hus”* och påpekade att det inte är helt omöjligt att företaget kan tänkas sälja maxlevlade karaktärer. Vid många tillfällen togs vikten av cred upp i diskussionen. En sammanställning av diskussionen kring detta tema följer nedan.

### **5.3.1.1 Vikten av cred**

Vikten av cred i spelet var något som kom upp flera gånger under samtalet. Det diskuterades om cred påverkas av RMT genom att det inte blir samma värde i att t.ex. ha en bra karaktär i och med att spelare lika gärna kan ha köpt den. En åsikt var att det beror på hur viktigt spelaren tycker att cred är i spelet. Trots det var det ändå viktigt för deltagarna att ingen spelare gör ”falsk marknadsföring” för sig själv genom att se bra ut på pappret men inte alls leverera när ett uppdrag ska utföras tillsammans.

Det kom upp förslag som har med cred och RMT att göra. Ett förslag var att det kunde vara bra ifall en spelare får bevisa att den är tillräckligt bra för att köpa ett föremål, exempelvis visa hur mycket eller hur bra den spelat. Ett annat förslag var att företaget kunde sälja bra men inte de bästa föremålen, detta för att spelare ska kunna komma upp till den nivån som krävs för att skaffa de bästa föremålen själv och på så sätt behålla cred för de föremålen.

Ett exempel på ett MMO som togs upp inför gruppen var Everquest. I Everquest2 infördes en officiell marknadsplats, detta infördes enbart på 2 av 30 servrar. Deltagarna i fokusgruppen såg både det positiva och negativa med olika servrar. Kör spelaren på en server där det är tillåtet att handla med riktiga pengar slipper spelaren bryta mot regler och dessutom försvinner osäkerheten kring att köpa av en oseriös säljare. Samtidigt kanske vissa är ute efter cred när de använder RMT och då väljer de ändå att spela på en server där det inte finns någon officiell marknadsplats.

### 5.3.1.2 Spelföretagets regler

En tes som kom upp bland deltagarna är att RMT håller kvar spelare och att ett förbud mot handeln kan få spelare att lämna spelet. Det ansågs bäst att förbjuda fenomenet i spelets regler men sedan låta handeln pågå ändå. Det är svårt att inte förbjuda RMT eftersom spelföretaget inte kan stå för de oseriösa företagen som säljer guld etc. En jämförelse som kom upp är illegal nedladdning i den bemärkelsen att många säger att det inte är acceptabelt men sedan använder sig av det ändå. Skulle företaget tillåta RMT utanför spelet skulle det vara som att en svensk politiker skulle säga att det är tillåtet att ladda ner upphovsrättskyddat material från Internet.

### 5.3.2 Free-to-play MMO:s kontra MMO:s med månadsavgift

Som nämns i 3.3 är s.k. free-to-play MMO:s spel som är gratis att spela. Alla deltagare ansåg att det finns en tydlig skillnad mellan free-to-play MMO:s och MMO:s med månadsavgift. Deltagarna tyckte att det är mer acceptabelt med RMT i free-to-play MMO:s eftersom dessa spel är gratis och måste finansieras på något sätt. I spel med månadsavgift förväntar sig spelaren däremot att den ska få tillgång till hela spelupplevelsen och inte ska behöva betala mer för att komma åt någon del i spelet. De ansåg även att spelare är mer benägna att följa spelföretagets regler om spelet har hög månadsavgift. En av deltagarna hade hört talas om ett spel som hade haft en extrem hög månadsavgift enbart i syfte att behålla de mest trogna spelarna.

### 5.3.3 Spelföretagens strategier.

Lehdonvirtas strategier (se 3.4, Tabell 2) presenterades för fokusgruppen. Deltagarna tyckte att strategierna var svåra att förstå och att de inte passade så väl in på MMO:s. När exempelvis Diablo 3 diskuterades kom det fram att det spelet inte riktigt passade in i någon av strategierna. ”Price window” eller ”Monopol” var de strategier som var närmast men passade ändå inte in eftersom det är Blizzard som står för marknaden men spelarna som säljer mellan varandra. Deltagarna tyckte att Blizzards egna auktionshus är en intressant idé för Diablo 3 men att det inte skulle fungera att ha något liknande i WoW eftersom spelen ansågs vara av två helt olika typer. En deltagare uttryckte sig i denna fråga enligt följande:

*”Det som är grejen när man gör en sådan förändring eller låter Diablo3 ha en sådam är att det kommer bli ett annat typ av MMO. Det kommer läggas andra värderingar i vad som är viktigt och det kommer påverka spelet.”*

Deltagarna tyckte att det skulle bli intressant att se hur det kommer fungera i verkligheten när Diablo 3 släpps. En aspekt som deltagarna tyckte var viktig var, såsom nämns innan, att spelföretagen måste tänka på vilka spelare de vill ha i spelet och att RMT kunde vara acceptabelt i vissa spel. Eller som en deltagare uttryckte sig:

*”Det är viktigt att spelföretaget vet vad de gör och vet vad de strävar efter för känsla i spelet. Och att man är medveten om hur det kommer påverka, jag är inte helt säker på hur det kommer påverka, så är det väl okej.”*

## 5.4 Sammantaget resultat

*I detta avsnitt sammanfattas och konkretiseras resultatet*

### 5.4.1 RMT:s påverkan på spelet

Nedan i tabell 3 sammanfattas RMT:s påverkan på WoW utifrån resultaten från enkät, intervjuer och fokusgrupp. Resultaten säger inte emot de spelarperspektiv som Lehdonvirta (2005) presenterar.

*Tabell 3*

Positiv påverkan på spelet	Negativ påverkan på spelet
<ul style="list-style-type: none"><li>+ Att spelare kan sälja sin karaktär när de slutar och på så sätt få tillbaka lite för den tid de har lagt ner på spelet</li><li>+ Köpa mounts och pets som en rolig bonus</li><li>+ Köpa guld för att kunna fokusera på annat</li><li>+ Använda RMT för att hänga med de bästa spelarna för att spelandet inte ska gå ut över skola/arbete eller privatliv</li><li>+ Kunna spela med kompisar som har mer tid att spela</li><li>+ Slippa spela om hela spelet flera gånger</li><li>+ Hjälpa sitt guild</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Att spelare köper karaktärer som de inte är tillräckligt bra för</li><li>- När en spelare köper en karaktär tar den inte del av spelet och klassen</li><li>- Orättvist och förlorad prestige</li><li>- Risk att bli lurad genom t.ex. kontostöld</li><li>- Karaktärer som tar samma föremål om och om igen för att sälja det.</li><li>- Reklam för företag som säljer guld</li><li>- Det är en del av spelet att kämpa sig till föremål</li><li>- Supportköerna kan bli längre i och med kontostöld</li><li>- Förvirrande att träffa på en karaktär som inte spelas av samma person som den gjorde tidigare</li></ul>

Som tidigare nämnts framkom även åsikter att påverkan inte är speciellt stor. Det blir på så sätt också intressant att studera hur stor påverkan är. RMT påverkar exempelvis varken spelaren som antingen inte är social eller en som redan har de bästa grejerna. I diskussionen kommer detta avhandlas närmare.

### 5.4.2 Hur ska RMT hanteras och förekomma i spelet?

Här sammanfattas deltagarnas olika åsikter om hantering av RMT i WoW och andra spel:

*Blizzards hantering i WoW:*

- Blizzard hanterar RMT bra i WoW.
- Blizzard borde ta hårdare tag mot den otillåtna handeln.
- Blizzard har lagt till byte av kön eller ras för att undvika den otillåtna handeln.
- Bra att föremål är bundna till karaktären så det blir svårare att köpa och sälja föremål utanför spelet.
- RMT ska vara otillåtet i spelet.
- Blizzard ska ibland förbise att spelare bryter mot reglerna för RMT.
- Svårt att förbjuda RMT.



*Jämförelse med andra spel:*

- Ett auktionshus med riktiga pengar skulle fungera annorlunda i WoW jämfört med Diablo 3 på grund av att de är olika typer av spel.
- Det är inte godtagbart i något spel.
- Det är en fördel om det är tillåtet eftersom spelaren inte blir avstängd om den använder RMT. Det skapas större tillit till försäljaren och de ”olagliga” marknaderna försvinner.
- Olika servrar skulle inte fungera i praktiken.
- Det är acceptabelt med RMT i free-to-play MMO:s.
- I spel med månadsavgift vill spelaren ha tillgång till hela spelupplevelsen och inte behöva betala extra för någon del.
- Viktigt att tänka på vilken känsla spelföretaget vill ha i spelet och att spelföretaget är medvetna om hur hanteringen av RMT påverkar spelet.
- Lehdonvirta (2008) affärsstrategierna funkar inte riktigt för Diablo3.

*Förslag:*

- Krav på att spelare ska kunna visa på att spelaren är tillräckligt bra för ett föremål.
- Det ska inte vara möjligt att köpa de bästa föremålen.

# 6 Diskussion

*I det här avsnittet diskuteras resultatet utifrån frågeställningarna och innefattar även metodkritik.*

## 6.1 Diskussion kring frågeställning

*Nedan kommer vi att diskutera utifrån frågeställningen och resultatet.*

### 6.1.1 Hur påverkar RMT WoW?

Inledningsvis har många deltagare i våra intervjuer och fokusgruppen ansett att RMT inte påverkar eller märks av så mycket i WoW. Sedan har det framkommit att RMT visst påverkar WoW på många sätt enligt våra deltagare.

I teoriavsnittet togs tre typer av attribut till föremål upp, hedoniska, sociala och funktionella. Det har genom enkät och intervju framkommit att vilken typ av föremål som en spelare köper i WoW har betydelse för om spelet påverkas. Hedoniska och sociala föremål (se 3.2) som inte gör någon spelmässig förändring, som mounts och pets, kommer antagligen alltid vara en extra rolig bonus. Det är en fördel för spelaren om den kan skraddarsy sin karaktärs yttre exempelvis så att den blir den avatar som spelaren alltid velat ha. När det gäller funktionella föremål är det inte lika självklart hur handeln med dessa för riktiga pengar påverkar WoW. Vilket har ett samband med att WoW är ett prestationsinriktat spel, där exempelvis power-levling, karaktärsköp och vapen får en större betydelse än hedoniska och sociala föremål.

RMT kan vara en morrot som håller spelare kvar i spelet. RMT är bra för att spelare kan välja vilka delar de vill spela eller spela med sina vänner och ha tid för annat utanför spelet. RMT inför dock ett element av orättvisa. När någon inskaffar en positiv fördel, i det här fallet med riktiga pengar, så kan andra anse att det är orättvist och fel. Deltagarna har också uttryckt att det är ett problem när spelare som inte förtjänar det, som kanske inte kan spela, skaffar bra föremål eller karaktärer och att det förstör för de som har skaffat det själva eller de som verkligen kan spela. Det kan även påverka att vissa har råd att köpa och andra inte. I denna fråga kommer aspekten med magic circle in (se 3.1.2).

Något som framkom av både enkäten och intervjuerna är att många hade märkt av eller misstänkt att andra spelare har köpt sin karaktär, detta på grund av att en spelare inte spelar på förväntad nivå. Vår analys är att dessa misstänkliggjorda spelare inte nödvändigtvis behöver ha köpt sin karaktär utan att fenomenet med RMT påverkar spelare att tro att dåliga spelare har köpt sina karaktärer.

En intressant iakttagelse från intervjuerna var också att det var en så stor skillnad på åsikter mellan karaktärsköp och power-levling. Karaktärsköp var nästan helt förknippat med spelare som inte kan spela och som oförtjänt skaffat sig en bra karaktär. Anledningen till att spelarna är så negativa till karaktärsköp kan sammankopplas med Taylor och Raleighs (2002) online persona (se 3.1.1). Då en spelare köper en karaktär har den redan en online persona från den tidigare ägaren som folk har interagerat med. När en spelare köper en karaktär leder det därför till en osäkerhet i frågan om vem som är bakom karaktären. Intressant är också vad som händer när en bra spelare köper en karaktär, spelaren spelar då på förväntad nivå men det är inte samma person som spelar karaktären och dess online persona förändras. Samtidigt är kanske detta inte intressant i WoW då deltagarna i denna studie fokuserat på vikten av att en spelare spelar på förväntad nivå. En annan aspekt till varför spelare tycker att karaktärsköp är negativt är att det i köpet ofta ingår flera achievements, det står således på pappret att spelaren har uppnått mål som

den egentligen inte har gjort. Detta får en negativ påverkan då andra spelare kan förlora cred för deras achievements, men också då en dålig spelare ”marknadsför sig falskt” och kommer in och förstör t.ex. raids. En power-levlad karaktär är däremot mer som ett vitt papper och förknippas i större grad med bra spelare som köper. Detta kan möjligen bero på att många bra spelare har spelat spelet så många gånger eller vill ha tid för annat och därför använder sig av power-levling. Vissa spelare kanske föredrar att köpa en karaktär för att den har achievement och är ett ”gammalt hus” som redan är färdig. Andra vill ha ett ”nytt hus” som inte är påverkad av någon annan och där spelaren kan skapa karaktärens persona själv.

I resultatavsnittet presenteras olika sätt som RMT påverkar WoW (Tabell 3, 5.4.1). RMT:s olika sätt att påverka spelet går starkt att koppla till spelaregenskaper och anledningar att använda RMT. I stort sett har vi fått fram samma aspekter som i de spelarperspektiven om RMT som Lehdonvirta (2005) tagit fram (se även: 3.1.2, Tabell 1). Vi kan alltså dra slutsatsen att spelaregenskaper bestämmer hur en viss spelare upplever att spelet påverkas av RMT. Spelare som föredrar värde av prestation och spelare som vill att spelet ska vara en rättvis tävling mellan spelare kommer tycka att RMT påverkar negativt. De spelare som däremot vill vara mer sociala kan tycka att RMT är positivt då det tillåter olika spelare med olika förutsättningar att spela tillsammans och kan bidra till t.ex. ens guild. Något som vi också sett är att spelare som varken är speciellt tävlingsinriktade eller sociala inte påverkas speciellt mycket, de märker inte av fenomenet. På så sätt är det inte enbart intressant hur spelare tycker att spelet påverkas utan även hur mycket spelet påverkas.

Det har varit svårt att diskutera frågan om RMT:s påverkan på WoW och andra spel med deltagarna, då det indirekt har fört tankarna till något negativt. Ett perspektiv är om lojalitet till företaget också påverkar spelarnas åsikter om vad som ska vara tillåtet och inte i spelet. Det är de hedoniska föremålen, vilka är tillåtna att köpa för riktiga pengar i WoW, som de flesta deltagare tycker är okej att köpa. Däremot är föremål och karaktärer som företaget förbjuder något deltagarna har varit emot. Samtidigt är WoW ett prestationsinriktat spel där funktionella attribut till föremål möjligen har störst betydelse för spelarna.

#### **6.1.1.1 Påverkar RMT olika för olika spel?**

Frågan om RMT påverkar olika för olika spel är spännande. Svaret kan besvaras både jakande och nekande. På ett sätt kommer RMT alltid att påverka eftersom det är ett element i spelet som från början inte var tänkt att vara där. Det kommer förmodligen alltid att tvistas om det är en positiv eller negativ påverkan. Vidare finns det antagligen en skillnad på spel beroende på om spelföretaget har valt att hantera RMT i spelet från början eller inte. Som Lin och Sun (2010) tror vi också att det är en skillnad på free-to-play MMO:s och MMO:s med månadsavgifter eftersom free-to-play MMO:s har valt att livnära sig på RMT (se 3.3). Om vi sedan jämför WoW med Diablo 3 så kan vi säga att RMT antagligen inte fungerar i WoW men kanske kommer fungera i Diablo 3 just för att de är olika spel som är uppbyggda på olika sätt och har olika tävlingsmoment. I Diablo 3 är RMT något som spelföretaget varit medvetna om när de skapat spelet i och med att auktionshuset är en tänkt förutsättning, vilket gör att de undviker fallgropar (Bartle 2004).

Samtidigt kan vi säga att det inte har någon betydelse om det är olika spel eftersom det är olika spelares åsikter som påverkar, vilket också har med hur spelaren vill spela spelet som vi diskuterade tidigare. På samma gång är spel designade för olika spelare vilket kommer göra spelet olika lämpligt för RMT.

### 6.1.1.2 WoW:s förändring

Efter intervjuerna funderade vi på hur WoW har förändrats genom åren och om förändringarna kan påverka synen på RMT. Vi vet inte hur Blizzard har tänkt i utvecklingen av spelet men deltagarna i intervjuerna uttryckte, som nämns innan (se 5.2.2.3), att nivån i WoW har minskat med expansionerna. Ett vanligt argument för att spelare handlar färdiga karaktärer eller powerlevling har varit att det kan ta långt tid och vara jobbigt att levla upp och utföra uppdrag. Vi har funderat på om Blizzard för att motverka detta, minska otillåten RMT, har gjort spelet allt lättare. Vi har inga uppgifter på exakt hur förändringen har sett ut men förändringen kan ha bidragit till att flera spelar igenom spelet. Men om spelare blir latare, eftersom spelet blir enklare, så kanske spelarna har ännu mindre lust att levla och därför är de mer benägna att köpa. Samtidigt kan mer erfarna spelare tappa lusten och på grund av detta vilja tjäna pengar på den tid de har spenderat. Vi vet inte riktigt hur spelföretag ska göra för att hålla spelet nytt, fräscht och roligt att spela igenom men just nu vekar det som om att spelarna nästan enbart vill börja spela när det tagit sig till max leveln, alltså level 85 i WoW.

### 6.1.2 Hur vill spelare att RMT ska hanteras i framtida MMO:s?

Hur spelare vill att RMT ska hanteras i spel tangerar till stor del frågan hur spelarna anser att RMT påverkar spelet.

Deltagarna har till viss del varit motsägelsefulla i sina åsikter. De vill att RMT ska vara förbjudet, särskilt när det gäller WoW, men samtidigt är RMT något vissa vill ägna sig åt ändå. I fokusgruppen avhandlades frågan om RMT ska implementeras eller förbjudas i framtida spel, något som beror mycket på vilka spelare spelföretaget vill nå ut till. Vi instämmer med deltagarna i fokusgruppen, att MMO:s med månadsavgift ska försöka hålla sig borta från att spelare ska behöva betala extra för något som annars inte går att få tag på i spelet, med undantag för hedoniska föremål. Detta eftersom spelare vill ha tillgång till hela spelupplevelsen om de betalar en avgift för att spela spelet. Däremot har free-to-play MMO:s större frihet när det kommer till RMT eftersom dessa MMO:s måste få in pengar på något sätt.

Om spelföretag vill ha RMT som en beståndsdel i ett spel kan det vara bra att skapa en officiell marknadsplats, som t.ex. i Diablo 3. Anledningen till denna ståndpunkt är att det på så sätt blir säkrare att handla och att den inofficiella marknaden, om inte helt försvinner i alla fall minskar. För att behålla en känsla av cred skulle företagen kunna erbjuda bra grejer men inte de bästa. Spelarna kunde på så sätt få tillgång till tillräckligt bra föremål så att spelarna sedan kan få tag i de bästa föremålen själva. Spelföretaget skulle även kunna erbjuda karaktärer som är under maxlevel så att spelare slipper spela igenom hela spelet flera gånger. Kanske ska det i spelet också finnas som krav att spelare ska spela igenom spelet en gång innan denna tjänst blir tillgänglig. När det gäller maxlevlade karaktärer och de bästa föremålen tycker vi att det skulle vara intressant att se om spelföretagen endast skulle erbjuda dessa till spelare som är tillräckligt bra, att definiera vem som är tillräckligt bra skulle dock vara svårt.

Ett annat alternativ är att göra just som Blizzard gjort i WoW, nämligen att de har lagt till tjänster som kompromissar med karaktärsköp. Som beskrevs i bakgrundsavsnittet (del 2.4) kan spelare bl.a. använda Scroll of Resurrection när en annan spelare vill komma tillbaka till spelet men vill spela igenom spelet snabbare. Även foreteelsen att spelare kan byta kön eller ras är ett alternativ till att köpa en karaktär med hög level.

Vi anser att spelföretaget borde lägga mer tid på att göra spelet intressant och omväxlande än på att jaga ”lagbrytare”. Spelföretag bör aktivt utarbeta strategier i frågan om RMT. Detta innebär att företagen inte bör ställa sig positiv till handeln. Förbud mot RMT kan tolkas som att

spelföretagen rentvår sig i relation till de spelare som blir lurade. Ansvaret läggs därmed helt och hållet på spelarna. Samtidigt kan denna inställning bero på att RMT inte var något som spelföretaget tagit med i beräkningen. Det är också viktigt att spelföretaget säger att det är emot RMT om de vill göra något åt det. Vår studie utgår från ett spelarperspektiv, för spelföretaget kanske det viktigaste är att visa på att ingen annan har rätt att tjäna pengar på deras produkt eller ens använda den, se bl.a. Taylor och Raleighs (2002) exempel om personen som blivit bannad för att ha skrivit fanfiction.

Under undersökningen har vi försökt att använda oss av Lehdonvirtas (2008) strategier (se 3.4, Tabell 2). I efterhand har strategierna visat sig vara svåra att förstå och att de inte varit specifikt anpassade till RMT i spel. Som exempel kan vi se att Diablo 3 och spelets auktionshus inte tillhör någon av strategierna. Nya strategier kan därför behöva formuleras för att passa in på den virtuella världen och MMO:s.

## 6.2 Metodkritik

I genomförandet av metoderna har vi haft ett ganska lågt deltagarantal. En orsak till att personer inte har velat delta kan bero på att de som spelar MMO:s är anonyma i spelet och gärna vill fortsätta att vara det och därför inte vill vara med i den här typen av sammanhang. Många deltagare har även haft liknande åsikter vilket antagligen har påverkat resultatet. Orsaken till bristen på oliktankande kan bero på att spelare inte vill säga vad de tycker i ämnen som ligger i en gråzon och kan vara otillåtna (jämför med studien som Grundy (2008) gjorde). Deltagarnas överensstämmande åsikter kan också ha ett samband med att dessa spelare valt att spela just WoW för att de gillar hur WoW är uppbyggt. Det skulle eventuellt ha varit bättre med en annan metod än fokusgruppsdiskussionen för att få fler åsikter om hur RMT påverkar WoW. Vi skulle istället ha kunnat använda ett diskussionsforum på Internet för att bredda resultatet.

### 6.2.1 Enkät

Det tänkta syftet med enkäten var att ta hjälp av den för att få deltagare till intervjuer och fokusgruppen. Syftet uppfylldes endast i ett fåtal fall. I de flesta fall kontaktades personen i fråga om den ville delta i en intervju och tillfrågades även att fylla i enkäten. På så sätt var enkäten inte helt nödvändig. Dock gav enkäten att vi fick svar från några personer som inte hade lust att delta i intervju eller fokusgrupp, vilket ledde till att svaren breddades en aning. Enkäten kan ha fått deltagarna att fundera kring ämnet och vara mer insatta inför intervju och fokusgrupp. Det fanns aldrig någon avsikt att skapa en enkät som skulle ge kvantitativa resultat men samtidigt fanns ett mål från början med fler svar än vad som vi fick.

Vidare har sättet som frågorna ställts på påverkat resultatet. Formuleringarna ledde till att de tillfrågade nästan enbart svarade på hur RMT påverkar spelet negativt. Frågorna var ställda neutralt kring hur mycket spelet påverkas men de tillfrågade svarade nästan enbart med negativa aspekter i kommentarsfältet. Skulle enkäten gjorts om skulle denna fråga delats upp i två. En om hur spelets påverkas negativt och en om hur RMT tillför spelet något.

### 6.2.2 Intervju

Ahrne och Eriksson-Zetterquist (2011) beskriver hur det går att veta om tillräckligt många har intervjuats. På ett sätt har inte undersökningen kommit till en mättnad i intervjuerna, samma åsikter har inte alltid framkommit flera gånger och inte heller alla svar. Det gäller framförallt åsikter om att RMT utanför spelet är positivt. Ändå har åsikter kring detta kommit fram vilket innebär att den positiva aspekten inte helt fallit bort. Det finns säkerligen mer att undersöka i denna fråga vilket påverkar resultatet. En del åsikter har framkommit flera gånger. Frågan kring tabu och att all RMT inte är tillåtet i WoW kommer också in angående att inte så många positiva åsikter om RMT framkommit.

Under undersökningens gång har även frågor lagts till och tagits bort från intervjuerna. Detta kan ha påverkat undersökningen då vi under de olika intervjuerna inte helt och hållet ställde samma frågor. Dock har dessa förändringar skett antingen på grund av att en fråga varit oförståelig och ogenomtänkt eller att en av de intervjuade kommit in på något som varit intressant att ta upp även i de andra intervjuerna.

### **6.2.3 Fokusgruppsdiskussion**

Fokusgruppen genomfördes med tre personer, vilket är det minsta antalet personer som krävs för att hålla en fokusgrupp. Detta påverkar resultatet genom att det gav en liten representation av målgruppen. Det låga antalet deltagare beror på svårigheter att få tag på deltagare, såsom beskrivs tidigare har detta varit ett återkommande problem i undersökningen. Vidare påverkades resultatet från fokusgruppen av att vi som ledare av fokusgruppen inte hade någon erfarenhet av denna metod. Erfarenhet beskrivs av Dahlin-Ivanoff (2011) som viktigt just i fokusgruppsdiskussioner. Det var även svårt att moderera diskussionen så att alla deltagares åsikter fick en plats i diskussionen, då en deltagare dominerade mycket.

I fokusgruppen användes tre andra spel för att diskutera kring hur de spelen hade hanterat RMT. Det fungerade bra att diskutera Diablo (både 2 och då, april 2012, kommande 3) eftersom det var ett spel som alla kände till och några hade spelat. Exemplet med Diablo togs även upp som ett naturligt exempel utan påverkan från gruppledarna. De andra spelen Everquest och Ultima online gick inte lika bra då ingen hade spelat dessa spel och knappt hade hört talas om dem. Även gruppledarna var dåligt inlästa i dessa spel och visste inte exakt hur spelen fungerade. Skulle en till fokusgrupp genomföras skulle mer förarbete kring dessa spel ha gjorts.

# 7 Slutsats

*Här presenteras de slutsatser kring hur spelare tycker att RMT påverkar spelet och hur spelarna tycker att RMT ska hanteras i WoW och andra MMO:s.*

## 7.1 Hur WoW påverkas av RMT enligt spelare i Sverige

Hur spelare tycker WoW påverkas av RMT beror först och främst på vilken typ av vara som handeln berör. Det är acceptabelt med handel med hedoniska och sociala föremål. När det kommer till hur spelet påverkas av funktionella föremål blir frågan mer komplex, hur spelare tycker dessa varor påverkar beror på hur de spelar spelet. Vi påstår att detta beror på WoW:s karaktär, trots spelets förändring är prestation och cred bland de viktigaste komponenterna i spelet. RMT ska inte ha en negativ påverkan på spelet. Vad som är en negativ påverkan är dock olika i olika situationer och för spelare med olika spelaregenskaper. Huruvida spelare anser att MMO:s påverkas av RMT beror mycket på hur de vill spela. Detta påverkar i sin tur hur spelföretag ska hantera RMT i framtida MMO:s då spel ofta är inriktade mot en viss målgrupp.

## 7.2 Hur spelare vill att RMT ska hanteras i WoW och andra MMO:s

En målsättning i början av processen med denna uppsats var att det skulle gå att ta fram enkla riktlinjer för hur RMT ska hanteras i MMO-spel utifrån hur spelare tycker att RMT påverkar. Det vi istället kom fram till är att RMT är mycket komplext och att RMT därmed inte kan förekomma på exakt samma sätt för alla MMO:s.

Det vi har kommit fram till angående hur spelare vill att RMT ska hanteras i WoW är att det är bra som det är nu. Detta säger vi beror på lojalitet till spelföretaget men också att många är emot handel med prestationshöjande föremål. En aspekt är också att några vill använda den otillåtna handeln även fast de inte vill att det ska vara tillåtet i spelet. I olika MMO:s kan det vara mer eller mindre acceptabelt med RMT. Ett exempel på när RMT är acceptabelt är i free-to-play MMO:s.

Vi kan konstatera att det är bra för spelföretagen att bestämma sig för vilken typ av spelare spelföretaget vill ha i spelet. Då kan spelföretaget lättare se på vilket sätt de ska implementera RMT i spelet. Vi föreslår att RMT inte bör implementeras i spel som vill profilera sig som svåra, avancerade och tävlingsinriktade eller spel där spelarens skicklighet och kunskap om MMO-världen värderas högst. Däremot i spel som fokuserar på att vara avslappnande och socialiserande kan RMT med fördel vara en del av spelet. Det skulle även vara bra att implementera en officiell marknadsplats om spelföretaget bestämmer sig för att RMT ska vara en del av spelet. Spel är däremot ofta inte så enkla då de brukar innehålla både sociala moment och tävlingsmoment. Dessutom vill spelföretag att så många som möjligt ska spela spelet vilket gör att alla olika spelaregenskaper ska passa in i spelet.

## 7.2 Fortsatta studier

Vi inser att vår studie inte är tillräckligt omfattande för att vi ska kunna dra en slutsats för alla MMO:s. Det skulle vara intressant att genomföra fler fokusgrupper och även fler intervjuer med personer som är mer positiva till RMT för att få en helhetsbild. Det skulle även vara intressant att fortsätta att studera och jämföra andra MMO:s, kanske även något free-to-play MMO. Det skulle även vara av intresse att studera om synen på RMT förändrats i Diablo 3 och hur Blizzards strategi med spelets auktionshus fungerar.



# 8 Referenser

## 8.1 Undersökningar och rapporter

- Bartle, R.A., 2004. Pitfalls of virtual property. *Group*, (April). Tillgänglig på Internet: <http://mud.co.uk/richard/povp.pdf>.
- Grundy, D., 2008. The Presence of Stigma Among Users of the MMORPG RMT: A Hypothetical Case Approach. *Games and Culture*, 3(2), sid.225-247. Tillgänglig på Internet: <http://gac.sagepub.com/cgi/doi/10.1177/1555412008314131>.
- Lehdonvirta, V., 2008. Real-Money Trade of Virtual Assets: New Strategies for Virtual World Operators. In *Virtual Worlds*. Hyderabad: Icfai University Press, sid. 138-156.
- Lehdonvirta, V., 2005. Real-Money Trade of Virtual Assets: Ten Different User Perceptions. *Online*, sid.192-196. Tillgänglig på Internet: [http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=1351772](http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1351772).
- Lehdonvirta, V., 2009. Virtual item sales as a revenue model: identifying attributes that drive purchase decisions. *Electronic Commerce Research*, 9(1-2), sid.97-113. Tillgänglig på Internet: <http://www.springerlink.com/index/10.1007/s10660-009-9028-2>.
- Lin, H. & Sun, C.-T., 2010. Cash Trade in Free-to-Play Online Games. *Games and Culture*, 6(3), sid.270-287. Tillgänglig på Internet: <http://gac.sagepub.com/cgi/doi/10.1177/1555412010364981>.
- Taylor, T.L. & Raleigh, W., 2002. "Whose Game Is This Anyway?": Negotiating Corporate Ownership in a Virtual World. *Cultures*, sid.227-242. Tillgänglig på Internet: [http://www.ncbi.nlm.nih.gov/entrez/query.fcgi?db=pubmed&cmd=Retrieve&dopt=AbstractPlus&list\\_uids=17210314566312177135related:763E9eIR1-4J](http://www.ncbi.nlm.nih.gov/entrez/query.fcgi?db=pubmed&cmd=Retrieve&dopt=AbstractPlus&list_uids=17210314566312177135related:763E9eIR1-4J).

## 8.2 Webb

- Blizzard Entertainment. 2010a. World of Warcraft End User License Agreements. [http://us.blizzard.com/en-us/company/legal/wow\\_eula.html](http://us.blizzard.com/en-us/company/legal/wow_eula.html) (Hämtad 2012-04-04)
- Blizzard Entertainment. 2010b. World of Warcraft Terms of use. [http://us.blizzard.com/en-us/company/legal/wow\\_eula.html](http://us.blizzard.com/en-us/company/legal/wow_eula.html) (Hämtad 2012-04-04)
- Blizzard Entertainment. 2011. Join over 10 million players online. <https://eu.battle.net/account/creation/wow/signup/index.xml> (Hämtad 2012-04-03)
- Vincent, Danny. 2011. China used prisoners in lucrative internet gaming work. *Guardian*. 25 maj. <http://www.guardian.co.uk/world/2011/may/25/china-prisoners-internet-gaming-scam?INTCMP=SRCH> (Hämtad 2012-04-03)

## 8.3 Böcker

- Robson, C. 2002. *Real World Research*. Wiley-Blackwell publishing

Eriksson-Zetterquist, U. & Ahrne, G. 2011. Kapitel 3: Intervjuer. I *Handbok i kvalitativa metoder*, Göran Ahrne och Peter Svensson (red.). Malmö: Liber.

Dahlin-Ivanoff, S. 2011. Kapitel 5: Fokusgruppsdiskussioner. I *Handbok i kvalitativa metoder*, Göran Ahrne och Peter Svensson (red.). Malmö: Liber.

# Bilagor

## Bilaga 1: Enkätundersökning

Hej, vi är två studenter som läser Medieteknik på KTH. Just nu håller vi på och skriver vårt kandidatexamensarbete. Dem flesta av er har vi ju pratat med innan så ni har koll på vad det handlar om, men vi kör en kort presentation så alla är på samma spår.

Vårt arbete handlar om handel av virtuella föremål utanför spel. Med virtuella föremål menar vi sådant som karaktärer, items, guld och uppleveling. Vi inriktar oss mot spelares åsikter och utför därför en enkätundersökning för att samla ihop folks åsikter inför intervjuer och en fokusgrupp.

Ditt namn:

Din mail:

Spelar du i dagsläget world of warcraft?

- Ja
- Nej

Har du någon gång köpt items, karaktärer eller liknande till wow för riktiga pengar?

- Ja
- Nej

Om ja, vad köpte du?

*//kommentar fråga*

Har du någon gång sålt item, karaktär eller liknande från wow för riktiga pengar?

- Ja
- Nej

Om ja, vad sålde du?

*//kommentar fråga*

Känner du någon annan som köpt eller sålt för riktiga pengar?

- Ja
- Nej

Kommentar:

Har du någon gång misstänkt i wow att någon har köpt till sig sin lvl eller account?

- Ja
- Nej

Kommentar:

Hur tycker du att handel av items, karaktärer osv utanför spelet påverkar spelet/wow?

	1	2	3	4	5	
negativt						positivt

Kommentar:

//hjälp<sub>text</sub> -> Skriv gärna om vilka aspekter du tycker är bra resp. dåliga.

Hur tycker du att spelföretaget hanterar handel av items, karaktärer osv i wow?

	1	2	3	4	5	
negativt						positivt

Kommentar:

//hjälp<sub>text</sub> -> Vad tycker du hanteras bra resp. dåligt?

Kan du tänka dig att ställa upp på en intervju?

- Ja
- Nej

Kan du tänka dig att ställa upp i en fokusgrupp(en grupp med ca. 5 personer som diskuterar kring ämnet lett av oss)?

- Ja
- Nej

## Bilaga 2: Intervjufrågor

Målet med intervjuerna är att få fram så många tankar om fenomenet som möjligt. Frågorna ställdes inte exakt i den form de visas nedan och inte alltid i samma ordning, följdfrågor har även ställts för att få deltagare att utveckla sina svar men dessa finns inte med i detta dokument.

### **Fösta temat för intervjun: RMTs påverkan på spel (särskilt spelupplevelsen).**

Hur påverkas spel (särskilt wow) av virtuell handel utanför spel?

Hur påverkas spelet av att man kan köpa/sälja:

- Guld
- Karaktärer
- Level
- Items

Har du några personliga erfarenheter av handel med virtuella varor för riktiga pengar?

Har du några personliga erfarenheter av RMT?

Har det påverkat dig i spelet? (Om de har köpt fråga hur detta påverkat spelupplevelsen)

### **Andra temat för intervjun: Hur ska RMT hanteras i MMO:s?**

Hur tycker du att RMT ska hanteras i spel (specifikt i wow)?

Tycker du att det är någon skillnad om Blizzard eller om privatpersoner står för RMT? (Vill du att Blizzard ska sälja varor? Eller ska Blizzard fokusera på att hålla RMT borta?)

Diablo 3 och Blizzards auktionshus, är det något som ska implementeras i wow?

Är det skillnad på olika spel? (Blizzards auktionshus passar det bättre för vissa

## Bilaga 3: Fokusgruppsdiskussion

1. Hej, nu är alla här och vi tänkte att alla kan presentera sig och vi kan börja även om alla har vart i kontakt med någon av oss.

*Folk presenterar sig*

2. Vi tänkte också att ni kunde berätta lite om hur länge ni spelat wow och vilka karaktärer ni spelar med. Har ni spelat andra MMO?

3. Ni har ju alla fyllt i enkäten och två har vart med på intervju, så ni vet vad arbetet handlar om. Det som är syftet med just fokusgruppen är att diskutera strategier för speltillverkare att förhålla sig till fenomenet virtuell handel. (Hur ni vill att RMT ska hanteras i spel?)

4. Vilka strategier tänker ni er att det finns? Och vad är att föredra? Ta gärna upp spel som ni har spelat.

5. Vi presenterar de strategier vi utgår ifrån i arbetet.

6. Exempel1 Diablo 3

7. Exempel2 Everquest2

8. Exempel3 Ultima Online

9. Free-to-play kontra MMO:s som har en månadsavgift?

10. Sammanfatta och avsluta

### Beskrivning av de exemplen

#### Diablo3

Tänker införa två stycken auktionshus, en där man betalar med guld och den andra där man betalar med riktiga pengar. Blizzard ska ta ut en avgift för varje föremål du säljer och för varje föremål du lägger upp (de första föremålen är dock gratis) på auktionshuset. Det ska dock inte införas i Hardcore då alla föremål förloras förevigt om ens karaktären dör en gång.

#### Everquest2

Införde en officiell marknadsplats för Everquest2, dock infördes detta på 2 utav 30 servrar. Klagomål på tredje parts virtuell handel minskade i kundsupporten efter införandet av den officiella marknadsplatsen. På de 28 andra servrar fortsatte den inofficiella marknaden oförändrat.

#### Ultima Online

Kom 1997 och var det första större MMORPG spelen, ägs av EA. I spelet finns mycket föremål man kan vilja byta som kläder, mat, verktyg och även fastigheter. Det utvecklades snabbt en andrahandsmarknad. Mot denna hade EA en Laissezfaire-strategi, end user licence agreements har inte ändrats. 2002 introducerade dock EA Advances Character Service. Man köper en färdig lite mer avancerad karaktär.

[http://store.origin.com/store/eaemea/sv\\_SE/DisplayProductDetailsPage/ThemeID.850300/productID.241434900](http://store.origin.com/store/eaemea/sv_SE/DisplayProductDetailsPage/ThemeID.850300/productID.241434900)

När tjänsten kom var det kontroversiellt och diskuterades mycket, vissa menade att det skulle förminska värdet av prestation.

Det visade sig dock att det inte var särskilt kraftfulla karaktärer som såldes av EA.



