Scuola universitaria professionale della Svizzera italiana
Dipartimento economia aziendale, sanità e sociale

SUPSI

Le microtransazioni nei videogiochi MMORPG

Come le motivazioni di gioco influiscono sull'acquisto di oggetti virtuali

Studente

Marlon Sulmoni

Corso di laurea

Economia aziendale

Tipo di documento

Tesi di Bachelor

Luogo e data di consegna

Manno, 16 settembre 2019

STUDENTSUPSI

Titolo: **Le microtransazioni nei videogiochi MMORPG**
Come le motivazioni di gioco influiscono sull'acquisto di oggetti virtuali

Autore: Marlon Sulmoni
Relatore: Giovanni Camponovo

Tesi di Bachelor in Economia aziendale
Scuola universitaria professionale della Svizzera italiana
Dipartimento economia aziendale, sanità e sociale

Manno, 16 settembre 2019

"L'autore è l'unico responsabile di quanto contenuto nel lavoro"

STUDENTSUPSI

“*We all make choices, but in the end, our choices make us.”*

“Andrew Ryan”, *Bioshock*, Irrational Games

Ringraziamenti

Innanzitutto vorrei ringraziare il mio relatore, Giovanni Camponovo, per la sua disponibilità e per tutto il supporto fornito durante il periodo di stesura della tesi. Il suo aiuto è stato prezioso per portare a termine questa ricerca dall'argomento così insolito.

Ci tengo anche a ringraziare tutta la mia famiglia per avermi sopportato durante questa lunga estate e per avermi dato il supporto necessario a portare a termine il mio percorso formativo in SUPSI nel migliore dei modi.

Ringrazio inoltre tutte le persone che si sono messe a disposizione per le interviste. Senza di loro questa tesi non sarebbe stata possibile.

Da ultimo, ma non meno importante, un ringraziamento particolare va al mio compagno di classe e amico Simone Roggiani. I tre anni passati in SUPSI sono stati colmi di sfide, risate e preoccupazioni che sono contento di aver condiviso insieme a lui.

Abstract

Fin dalla loro nascita, i videogiochi hanno dimostrato un enorme potenziale economico, guadagnando sempre più importanza e attenzione nel mondo dell'intrattenimento. Con l'introduzione del modello delle microtransazioni, la possibilità di acquistare oggetti virtuali direttamente all'interno del gioco stesso si è rivelata una pratica notevolmente proficua, tant'è che al giorno d'oggi un gran numero di sviluppatori e case editrici si avvalgono di continuo di questo modello. Nel tempo sono state intraprese diverse ricerche per analizzare i fattori che spingono i giocatori a comprare i vari oggetti virtuali, tuttavia un aspetto che non ha ricevuto particolare attenzione è l'influenza sull'acquisto delle motivazioni di gioco dei consumatori. Per meglio capire le relazioni esistenti fra questi due elementi, è stato quindi intrapreso uno studio esplorativo concentrandosi sul genere dei giochi di ruolo online multigiocatore di massa (MMORPG). Grazie a dieci interviste svolte con individui selezionati in base alla loro esperienza con il mondo videoludico e ad un sondaggio online pubblicato su cinque pagine web legate agli MMORPG, è stato possibile determinare come differenti motivazioni di gioco influiscono sull'acquisto di varie tipologie di oggetti virtuali. Ad esempio, è stato riscontrato come i giocatori che cercano successo e prestigio nel videogioco tendono a comprare articoli che facilitano il processo per raggiungerli oppure che diano loro l'opportunità di mostrare agli altri utenti ciò che hanno guadagnato. I risultati ottenuti offrono interessanti spunti per migliorare il modello di microtransazioni, rendendolo più attrattivo e bilanciato agli occhi dei giocatori.

STUDENTSUPSI

Indice

1 Introduzione ... 1

2 I giochi di ruolo online multigiocatore di massa ... 4

2.1 Caratteristiche tipiche degli MMORPG ... 4

2.1.1 La creazione del personaggio e il gioco di ruolo ... 5

2.1.2 Il mondo virtuale ... 6

2.1.3 L'interazione sociale ... 7

2.2 Perché le persone giocano: la Player Type Theory ... 8

2.2.1 Le differenti tipologie di giocatore ... 9

2.2.2 L'evoluzione e le imperfezioni del modello ... 12

2.2.3 Una tassonomia dei giocatori alternativa ... 14

2.3 Il modello delle microtransazioni ... 15

2.3.1 La ricerca di nuovi ricavi nell'industria videoludica ... 16

2.3.2 Le microtransazioni tra successi e controversie ... 18

2.3.3 Gli item shop e le categorie di oggetti virtuali negli MMORPG ... 22

3 Le relazioni fra motivazioni di gioco e oggetti virtuali acquistati: un'analisi empirica ... 31

3.1 Ipotesi di ricerca ... 31

3.2 Metodologia di raccolta dei dati primari ... 32

3.2.1 Interviste qualitative ... 32

3.2.2 Sondaggio online quantitativo ... 35

3.3 Analisi dei risultati delle interviste qualitative ... 37

3.4 Analisi dei risultati del sondaggio online quantitativo ... 45

3.5 Relazioni finali identificate e considerazioni critiche ... 55

4 Conclusioni ... 60

Bibliografia ... 61

STUDENTSUPSI

Allegati **65**

Allegato 1: Differenti studi sulle tipologie di giocatore 65

Allegato 2: MMORPG analizzati e oggetti virtuali identificati 66

Allegato 3: Test di determinazione della tipologia di giocatore 69

Allegato 4: Traccia d'intervista 71

Allegato 5: Trascrizione intervista 1 del 17.07.2019 72

Allegato 6: Trascrizione intervista 2 del 17.07.2019 76

Allegato 7: Trascrizione intervista 3 del 19.07.2019 80

Allegato 8: Trascrizione intervista 4 del 19.07.2019 85

Allegato 9: Trascrizione intervista 5 del 21.07.2019 90

Allegato 10: Trascrizione intervista 6 del 23.07.2019 95

Allegato 11: Trascrizione intervista 7 del 23.07.2019 100

Allegato 12: Trascrizione intervista 8 del 24.07.2019 105

Allegato 13: Trascrizione intervista 9 del 30.07.2019 109

Allegato 14: Trascrizione intervista 10 del 31.07.2019 113

Allegato 15: Sondaggio online e risultati 118

Allegato 16: Riassunto di personalità e acquisti degli intervistati 126

Elenco delle abbreviazioni

B2P	Buy-To-Play
DLC	Downloadable Content
EA	Electronic Arts
F2P	Free-To-Play
MMO	Multigiocatore di massa online
MMORPG	Giochi di ruolo online multigiocatore di massa
MOBA	Multiplayer Online Battle Arena
MUD	Multi-User Dungeon
NPC	Personaggio Non Giocante
P2P	Pay-To-Play
PvE	Player Versus Environment
PvP	Player Versus Player
RMT	Real-Money Trades

Elenco delle tabelle

Tabella 1: Classifica dei videogiochi B2P più redditizi del 2018 18

Tabella 2: Classifica dei videogiochi F2P più redditizi del 2018..... 19

Tabella 3: Esempio di determinazione della personalità tra Achiever e Explorer..... 34

Tabella 4: Panoramica delle motivazioni di gioco degli intervistati 37

Elenco delle illustrazioni

Figura 1: Grafico originale della Player Type Theory 10

Figura 2: Grafico tridimensionale della Player Type Theory 12

Figura 3: Le motivazioni di gioco secondo Nick Yee 13

Figura 4: Esempio di variazione dei prezzi delle microtransazioni 15

Figura 5: Evoluzione dei ricavi dei giochi B2P e F2P 20

Figura 6: Esempio di item shop 23

Figura 7: Moneta tradizionale e moneta premium a confronto 24

Figura 8: Esempi di oggetti cosmetici 25

Figura 9: Inventario del personaggio prima e dopo l'acquisto dell'oggetto funzionale 26

Figura 10: Esempio di oggetto potenziante 26

Figura 11: Esempio di oggetto acceleratore 27

Figura 12: Esempi di oggetti sociali 28

Figura 13: Esempio di loot box prima e dopo l'apertura 28

Figura 14: Evoluzione del mondo virtuale di Guild Wars 2 tramite contenuti aggiuntivi 29

Figura 15: Distribuzione delle motivazioni di gioco dei rispondenti 46

Figura 16: Frequenze d'acquisto complessive dei rispondenti per i vari oggetti virtuali 47

Figura 17: Frequenze d'acquisto degli Achiever principali per gli oggetti ipotizzati 48

Figura 18: Frequenze d'acquisto degli Explorer principali per gli oggetti funzionali 49

Figura 19: Frequenze d'acquisto dei Socializer principali per i vari oggetti sociali 50

Figura 20: Frequenze d'acquisto dei Killer principali per i vari oggetti potenzianti 51

Figura 21: Frequenze d'acquisto dei Role-Player principali per gli oggetti cosmetici 52

Figura 22: Attitudine dei rispondenti verso il modello delle microtransazioni 53

Figura 23: Relazioni identificate fra motivazioni di gioco e oggetti virtuali acquistati 55

STUDENTSUPSI

1 Introduzione

Nelle ultime due decadi, i videogiochi sono stati soggetti a profondi cambiamenti con lo sviluppo della rete internet e della distribuzione digitale. Se una volta i produttori e le case editrici potevano ottenere dei profitti unicamente attraverso la vendita del disco contenente i file necessari ad installare il gioco su PC oppure per giocarci su console, oggigiorno l'industria videoludica ha introdotto molti altri metodi per generare ricavi e fornire servizi post vendita. Fra questi, uno dei modelli più interessanti e proficui è quello delle microtransazioni, il quale consiste nella vendita, direttamente all'interno del videogioco, di un vasto assortimento di oggetti virtuali che possono migliorare l'esperienza di gioco al consumatore. Nonostante riceva spesso attenzione mediatica negativa, il modello delle microtransazioni si è dimostrato più che opportuno per il mondo videoludico e ha permesso in molteplici occasioni di generare ricavi non indifferenti. Recentemente nel 2017, ad esempio, la Activision Blizzard, azienda statunitense produttrice e distributrice di videogiochi, ha conseguito un reddito di 4 miliardi di dollari solo in microtransazioni (Makuch, 2018).

Come spiegato da Hamari e Keronen (2017), la vendita di oggetti virtuali è diventata ormai un'attività predefinita per gli sviluppatori di videogiochi di qualsiasi piattaforma. Dato che l'acquisto di questi articoli è volontario e che la quantità di videogiochi, soprattutto online, al quale è possibile accedere gratuitamente è in aumento, è essenziale capire quali sono i fattori che influiscono sul comportamento d'acquisto del giocatore in questo ambito. A tal proposito, Hamari e Keronen hanno condotto una meta-analisi di 24 studi quantitativi in materia, concludendo come l'attitudine, il valore percepito del bene e del gioco, la pressione sociale e molti altri elementi hanno un impatto significativo sull'acquisto degli oggetti virtuali. Un aspetto che tuttavia non è emerso è invece legato alle motivazioni di gioco del consumatore e per questo motivo Hamari e Keronen hanno suggerito in futuro di esplorare in modo approfondito la questione. Per esempio, sarebbe interessante capire se le persone che giocano per un senso di realizzazione personale sono più inclini a comprare articoli funzionali che facilitano la vittoria oppure se le persone che giocano per potersi immergere in una storia surreale prediligano l'acquisto di contenuti aggiuntivi o di oggetti che permettono o enfatizzano il gioco di ruolo.

La motivazione è uno dei fattori psicologici che, insieme alla percezione, all'apprendimento, alle credenze e alle attitudini, influisce sul comportamento d'acquisto. I bisogni psicologici possono nascere per svariate ragioni come dalla necessità di riconoscimento, stima o appartenenza e si trasformano in motivazioni quando diventano un'esigenza sufficientemente pressante da spingere la persona a cercare attivamente soddisfazione. (Kotler & Armstrong, 2017)

Indagare quindi sull'influenza delle motivazioni di gioco permetterà di comprendere meglio il comportamento d'acquisto del consumatore in ambito di microtransazioni e di conseguenza sarà possibile offrire degli articoli virtuali più mirati e profittevoli.

STUDENTSUPSI

Considerando i vincoli temporali imposti e la vastità di generi di videogiochi esistenti al giorno d'oggi, passando infatti da quelli sportivi, ai giochi di ruolo, agli strategici in tempo reale fino ai simulatori, si è ritenuto opportuno concentrarsi su uno solo di essi per permettere un'analisi maggiormente approfondita e significativa. A ragion di ciò, si è deciso di porre l'attenzione sui giochi di ruolo online multigiocatore di massa (MMORPG), uno dei primi generi ad utilizzare ampiamente le microtransazioni e che presenta una grande varietà di oggetti virtuali a pagamento con caratteristiche differenti.

Alla luce quindi dei grandi cambiamenti avvenuti nell'industria videoludica e per colmare il vuoto nella letteratura scientifica fra motivazioni di gioco a fini d'intrattenimento e tipologie di oggetti virtuali acquistati, lo scopo ultimo di questa tesi è quello di rispondere alla seguente domanda di ricerca:

In che modo le motivazioni di gioco influiscono sull'acquisto delle differenti categorie di oggetti virtuali offerti con un modello di microtransazioni in un videogioco MMORPG?

Per riuscire a portare a termine efficacemente l'indagine e per conferire una struttura logica all'elaborato, sono stati stabiliti i seguenti obiettivi specifici da raggiungere:

1. individuare, descrivere e analizzare le varie tipologie di giocatore in base alle loro motivazioni di gioco;
2. individuare, descrivere e analizzare le varie categorie di microtransazioni;
3. indagare per le varie tipologie di giocatore le motivazioni che si celano dietro l'acquisto degli oggetti virtuali e, in generale, la percezione del modello delle microtransazioni;
4. formulare delle considerazioni critiche in merito alle tipologie di oggetti virtuali da offrire con un modello di microtransazioni.

La prima parte dell'elaborato è stata dedicata al quadro teorico necessario a comprendere il contesto di riferimento dello studio in questione e a fornire gli elementi essenziali per poter rispondere alla domanda di ricerca. In questa fase sono state privilegiate le fonti secondarie quali libri, testi scientifici e articoli di attualità online.

Inizialmente verrà fornita una panoramica generale sugli MMORPG, concentrandosi in particolare sulle loro caratteristiche, meccanismi e gerghi tipici in quanto diversi di questi sono raramente presenti in altri generi di videogiochi. Successivamente si andranno ad indagare le motivazioni di gioco delle persone a fini d'intrattenimento utilizzando soprattutto gli studi di Richard Bartle e Nick Yee, due dei maggiori esponenti della ricerca in ambito videoludico. Non verranno tuttavia considerati coloro che giocano per ragioni differenti, quali giornalisti, ricercatori, sviluppatori oppure che giocano per profitto, in quanto non sono gli utilizzatori principali dei videogiochi. Il quadro teorico si concluderà con una sezione dedicata al modello delle microtransazioni, nel quale verrà esplicitata la sua nascita, i suoi successi e le sue controversie nel tempo. Verranno inoltre identificate delle categorie significative che possano racchiudere le migliaia di oggetti virtuali a pagamento con funzionalità e caratteristiche simili nei quali è possibile imbattersi all'interno di un tipico MMORPG. Questo eviterà di indagare articoli estremamente specifici e declinati nella realtà di un singolo gioco, permettendo di conseguenza un approccio più generalizzato e comprensibile.

In quest'ultima fase dedicata alle microtransazioni, al fine di dare al lettore un'idea più concreta e visiva degli aspetti trattati, verranno forniti diversi esempi grafici provenienti dal videogioco *Guild Wars 2*, uno degli MMORPG più popolari e di successo degli ultimi anni e del quale l'autore ha una conoscenza approfondita grazie a più di sei anni di esperienza di gioco.

La seconda parte dell'elaborato è invece incentrata sulla ricerca empirica effettuata per indagare l'influenza delle principali motivazioni di gioco analizzate sull'acquisto delle diverse categorie di oggetti virtuali identificate, andando così a fornire gli elementi necessari per rispondere alla domanda di ricerca. Il primo sotto capitolo sarà dedicato agli aspetti metodologici utilizzati per raccogliere i dati primari, mentre di seguito verranno esposti i risultati più significativi ottenuti. Il tutto si concluderà con un'analisi riassuntiva nel quale saranno esplicitate le relazioni finali individuate e verranno esposte delle considerazioni critiche da parte dell'autore in merito a quanto emerso.

2 I giochi di ruolo online multigiocatore di massa

“MMORPG”, in inglese *massively multiplayer online-role-playing games*, è un termine coniato nel 1997 da Richard Garriott, creatore di uno dei primi videogiochi del genere di successo, per riferirsi ai giochi di ruolo di massa online e alle loro comunità. La sua origine videoludica è però riconducibile al genere tutt’oggi ancora esistente dei *Multi-User Dungeon* (MUD), ovvero dei giochi testuali online dove gli utenti utilizzano dei comandi da tastiera per muovere il proprio alter ego virtuale e farlo interagire con l’ambiente che lo circonda. Ai giocatori viene offerta la possibilità di personalizzare il proprio personaggio scegliendo fra diverse professioni, quali guerriero, mago o ladro, per poi successivamente imbarcarsi in un’avventura, sconfiggendo nel mentre creature fantasy e venendo guidati e aiutati da dei personaggi non giocanti (NPC) controllati dal computer. (Jøn, 2010)

Con l’introduzione della grafica computerizzata in 2D e 3D (Bartle, 2004) e lo sviluppo tecnologico che ha permesso di aumentare il numero di persone connesse ad un server da poche decine a diverse migliaia (Castranova, 2008), dai MUD è potuta nascere come nuova forma d’intrattenimento il genere MMORPG, il quale avrebbe influito significativamente sull’evoluzione dell’industria videoludica negli anni a venire.

2.1 Caratteristiche tipiche degli MMORPG

Prima di entrare nel merito degli elementi tipici che caratterizzano gli MMORPG, è opportuno evidenziare due differenze principali fra i videogiochi a singolo giocatore e quelli multigiocatore di massa online (MMO) per meglio capire il contesto della ricerca.

La prima differenza fondamentale è il tempo di gioco. I videogiochi *singleplayer* raramente offrono più di 50 ore d’intrattenimento e per gli sviluppatori diventa quindi indispensabile fare in modo che le persone acquistino i loro prodotti successivi regolarmente per assicurarsi dei profitti nel tempo. In confronto, è possibile dedicarsi ad un MMO per mesi, se non addirittura anni, prima di sentire il bisogno di cambiare e trovare delle alternative. In questo caso gli sviluppatori non possono contare unicamente sui guadagni della vendita del gioco in sé, motivo per cui sono nate nuove forme di monetizzazione come gli abbonamenti mensili e la vendita *in-game* di oggetti virtuali. (Karlsen, 2004)

La seconda cosa da tenere in considerazione è invece il contenuto aggiuntivo. Da questo punto di vista, i videogiochi singolo giocatore sono rilasciati al pubblico come un prodotto completo (Karlsen, 2004), gli aggiornamenti servono soprattutto per risolvere problemi tecnici e i nuovi contenuti vengono offerti saltuariamente sottoforma di pacchetti espansione ad un prezzo vicino a quello del gioco base (Tomić, 2018). Questo significa che le persone hanno meno motivi per ritornare nel gioco una volta che lo hanno concluso e vi è il rischio che essi perdano completamente l’interesse per i contenuti futuri.

Gli MMO invece sono più dinamici. Il mondo virtuale viene supportato per molto più tempo con aggiornamenti periodici e una costante aggiunta di piccoli contenuti e funzionalità anche senza richiedere specifici pagamenti, dando l'impressione che il gioco sia in continua evoluzione. Questo meccanismo permette di trattenere più facilmente i propri utenti anche dopo che essi hanno completato la storia principale del gioco, agevolando così le vendite di futuri pacchetti espansione. (Karlsen, 2004)

Ogni MMORPG ha le sue particolarità e caratteristiche specifiche, ma ciò nonostante è possibile notare come tutti seguano la stessa logica: grazie ad un personaggio personalizzato è possibile entrare in un mondo virtuale persistente che si evolve nel tempo e compiere diverse attività da soli oppure insieme ad altri giocatori.

2.1.1 La creazione del personaggio e il gioco di ruolo

Dopo aver creato un account personale e scelto un server di gioco, gli utenti iniziano la loro avventura dando vita ad un *avatar*, ovvero ad un personaggio che li rappresenti all'interno del mondo di gioco. È possibile crearne più di uno, tuttavia nella maggior parte dei casi soltanto un personaggio alla volta può essere utilizzato attivamente. (Lin & Sun, 2015)

L'aspetto dell'*avatar* può essere solitamente personalizzato andando a modificare sesso, razza e vari dettagli fisici come la corporatura, il colore degli occhi e i lineamenti del viso. Oltre alla parte estetica, la creazione del personaggio comprende solitamente anche la scelta di una professione o specializzazione, la quale determina le abilità iniziali a disposizione e lo stile di combattimento. Inoltre, a dipendenza del gioco, è possibile distribuire una certa quantità di punti su diversi attributi che apportano dei benefici al personaggio. Ad esempio, aumentare la forza incrementa il danno inflitto, mentre investire nella vitalità accresce la barra della vita. (Kelly, 2004)

La creazione del personaggio è un elemento fondamentale soprattutto per le persone che si dedicano al gioco di ruolo e vogliono restare il più fedeli possibili alla storia e alla cultura fantasy del mondo virtuale. Una persona potrebbe ad esempio scegliere di vivere il gioco impersonando un guerriero specializzato nel combattimento ravvicinato. In questo caso, durante la creazione dell'*avatar* egli sceglierà una razza e definirà un aspetto che più si addicono a questa professione: un nano robusto ricoperto di cicatrici ed equipaggiato con un'armatura pesante rispecchia meglio l'idea di un semplice elfo con un bastone magico e un mantello. Anche gli attributi saranno influenzati da questa scelta: aumentare la vitalità per restare in vita è molto più utile che incrementare l'intelligenza per utilizzare le magie. Il gioco di ruolo non si ferma necessariamente qui. Durante la partita, il giocatore potrebbe far parlare e agire il personaggio coerentemente con la professione scelta, la storia del gioco e con una possibile personalità immaginata, invece che basarsi su ciò che farebbe nella vita reale. (Castranova, 2008)

Indipendentemente dal fatto che il personaggio sia stato creato per il gioco di ruolo o meno, una volta conclusa la sua creazione il giocatore è pronto ad entrare nel mondo virtuale e ad interagire con esso e con gli altri utenti.

2.1.2 Il mondo virtuale

Un tipico MMORPG presenta un vasto mondo di gioco nel quale viene sviluppata un'avventura spesso basata su temi di fantascienza, di arti marziali oppure di regni in guerra, ma è anche possibile trovare dei giochi che espandono o ricreano la storia di romanzi, film o fumetti popolari (Lin & Sun, 2015) come ad esempio *Il Signore degli Anelli Online*, *Star Wars: The Old Republic* e *DC Universe Online*.

L'ambiente in cui si trovano i giocatori viene comunemente definito come "mondo virtuale", uno spazio condiviso da più persone il quale continua ad esistere e a svilupparsi anche quando non vi è nessuno che vi sta interagendo (Bartle, 2004). Esso è spesso suddiviso in diversi continenti e regioni, i quali si differenziano nell'architettura e nella tematica (Kelly, 2004), passando ad esempio da una semplice foresta ad una zona vulcanica oppure da un villaggio di campagna ad una città in stile orientale.

Le varie aree del gioco, in particolare quelle civilizzate, sono popolate da NPC di diversa natura: alcuni permettono di continuare la storia, altri offrono missioni secondarie oppure servizi di trasporto o di commercio e altri ancora esistono invece per dare l'impressione che il mondo sia vivo e complesso attraverso dei semplici dialoghi oppure svolgendo delle attività in sottofondo (Lin & Sun, 2015). Un contadino che ara i propri campi, dei bambini che giocano per le strade oppure una vecchietta che racconta dei propri nipoti al giocatore non hanno alcuna utilità se non quella di rendere più dinamica e credibile la realtà del gioco.

Nelle zone selvagge del mondo virtuale è invece più probabile imbattersi in personaggi e creature ostili. Affrontare questi esseri è inevitabile in quanto il combattimento è un elemento principale degli MMORPG. I giocatori sfrutteranno tutte le abilità del proprio personaggio per uscire vittoriosi dallo scontro e potranno in seguito saccheggiare il corpo del nemico sconfitto nella speranza di trovare monete o oggetti di valore da utilizzare o rivendere ai mercanti. Tuttavia non sempre si vince, ma fortunatamente la morte non è la fine. Perdere ore e ore di progressi rischia di demotivare gli utenti e allontanarli dal gioco in quanto non esiste un tipico sistema di salvataggio, motivo per cui normalmente il personaggio viene fatto risorgere in un luogo sicuro utilizzando una qualsiasi giustificazione che sia coerente con la storia e l'ambientazione. (Kelly, 2004)

Negli MMORPG le varie attività di gioco rientrano all'interno di una delle due categorie conosciute come *player versus environment* (PvE) e *player versus player* (PvP). La prima tipologia racchiude tutto ciò che è legato agli NPC e al mondo virtuale: esplorare le zone aperte, combattere contro creature controllate dal computer, raccogliere risorse e ricchezze, completare missioni e seguire la storia principale del gioco sono tutte attività che ricadono nella categoria PvE. Il PvP è invece dedicato a tutto ciò che permette di confrontarsi direttamente con gli altri giocatori, passando da duelli uno contro uno, a combattimenti tra squadre di piccola dimensione fino a battaglie su larga scala con centinaia di persone coinvolte. (Lin & Sun, 2015)

Che siano PvE o PvP, gran parte delle attività di gioco contribuiscono allo sviluppo del personaggio grazie ad un sistema di progressione che premia i giocatori con dei punti esperienza. Questi permettono all'*avatar* di salire di livello, sbloccare nuove abilità e migliorare i propri attributi, diventando di conseguenza più potenti. Tuttavia la loro evoluzione dipende anche dal loro capitale fisico. Una volta raggiunto il livello massimo, la progressione si sposta infatti dalla raccolta di punti esperienza all'accumulo di soldi e oggetti rari e più potenti, dando all'utente ragioni in più per continuare a giocare. (Castranova, 2008)

Avere una costante entrata di monete virtuali è importante sia per migliorare l'equipaggiamento sia per acquistare i vari oggetti necessari alla sopravvivenza del personaggio come le pozioni curative o gli attrezzi per riparare le armature. Oltre che completando missioni e saccheggiando i nemici sconfitti, i giocatori possono arricchirsi tramite il commercio, vendendo risorse e oggetti raccolti o creati personalmente ai mercanti NPC oppure ad altri utenti. Quest'ultima opzione è spesso più redditizia. (Lin & Sun, 2015)

2.1.3 L'interazione sociale

L'ultimo aspetto fondamentale che caratterizza un MMORPG è fortemente legato alla sua natura di gioco multigiocatore di massa: l'interazione sociale. I giocatori hanno la possibilità di comunicare fra di loro tramite messaggi testuali, i quali possono essere inviati ad una persona specifica, ad un gruppo oppure ad un'intera area di gioco. Vi sono anche casi in cui c'è chi fa ricorso a programmi esterni per comunicare vocalmente, attraverso ad esempio TeamSpeak, Skype o Discord. (Kelly, 2004)

Le occasioni per socializzare durante una sessione di gioco sono molteplici, ma vi sono alcune situazioni particolari che meritano un breve approfondimento per via della loro specificità nel genere MMORPG.

Per costruire personalmente degli oggetti o equipaggiamenti dalle materie prime raccolte vengono spesso richieste delle abilità speciali per fabbricare determinati componenti. Qualora il proprio personaggio non sia in possesso delle capacità necessarie per portare a termine l'opera, è possibile richiedere assistenza ad altri giocatori per ottenere le parti mancanti. Entrare in contatto con loro può risultare tuttavia complicato, ma fortunatamente molti mondi virtuali presentano delle aree apposite che attirano un gran numero di persone per ragioni differenti. Recarsi in queste zone permette di trovare con maggior facilità qualcuno con cui commerciare, ma anche di entrare casualmente in una semplice conversazione e fare nuove conoscenze. (Kelly, 2004)

Come anche spiegato in precedenza, durante la creazione del personaggio è spesso necessario scegliere una professione fra quelle proposte, ognuna delle quali è solitamente specializzata in uno stile di gioco diverso come ad esempio il combattimento corpo a corpo, l'utilizzo di armi a distanza oppure l'impiego di magie curative (Lin & Sun, 2015). Gran parte dei contenuti di un MMORPG possono essere completati da soli, ma spesso e volentieri i giocatori formano dei piccoli gruppi composti da personaggi con professioni differenti per meglio sfruttare le loro abilità ed essere più efficienti in combattimento (Kelly, 2004).

Questi momenti passati insieme rappresentano delle opportunità per creare nuove amicizie o per rafforzare quelle esistenti (Kelly, 2004).

Diversamente dai gruppi, un altro sistema tipico degli MMORPG che facilita l'interazione sociale nel tempo è quello delle gilde, ovvero delle organizzazioni formali create dai giocatori che persistono anche per diversi anni (Kelly, 2004). Parte di esse vengono create per ragioni specifiche: alcune si focalizzano esclusivamente sulle modalità PvP, mentre altre si dedicano ai contenuti PvE più difficili del gioco, come i *dungeon*[1] e i *raid*[2], per i quali sono spesso necessari gli equipaggiamenti migliori e una forte coordinazione tra i membri del gruppo (Lin & Sun, 2015). Grazie al sistema delle gilde non solo è possibile trovare velocemente dei giocatori adatti per i differenti contenuti del gioco, ma è anche più facile chiedere semplicemente delle informazioni o avviare delle discussioni (Kelly, 2004). Molte gilde utilizzano inoltre forum o siti web esterni per organizzare e coordinare degli eventi speciali per i propri membri, aumentando il numero di occasioni per interagire con altre persone (Kelly, 2004).

Creazione del personaggio, mondo virtuale e interazione sociale possono essere considerati come le fondamenta di un MMORPG. Se uno di essi venisse a mancare, cadrebbe l'idea di base su cui è stato creato questo genere di videogioco. La possibilità di assumere un ruolo a proprio piacimento all'interno di un vasto mondo gioco, interagendo con altre persone che fanno lo stesso, rimane un'esperienza unica nel campo dell'intrattenimento digitale, tuttavia bisogna considerare che le persone possono divertirsi in modi completamente differenti.

2.2 Perché le persone giocano: la Player Type Theory

Al fine di individuare e comprendere il perché le persone giocano, è necessario ricorrere alla scienza della ludologia, ovvero allo studio dei giochi nel loro complesso e in particolare dei videogiochi (Frasca, 2013). Le prime ricerche accademiche effettuate all'interno di questa disciplina scientifica risalgono agli inizi degli anni '80 ed erano incentrate sul voler dimostrare come i videogiochi potessero causare dipendenza e influire sull'aggressività delle persone (King, Delfabbro, & Griffiths, 2009). Negli anni successivi, come riportato da Nacke (2009), gli studi condotti in ambito videoludico hanno assunto un carattere più multidisciplinare e meno negativo per evidenziare anche i benefici derivanti dal loro continuo utilizzo, passando dalle scienze sociali, alla medicina, fino alla psicologia e all'ingegneria. Fra queste nuove ricerche è emersa anche la categorizzazione dei giocatori, la quale si è rivelata un utile strumento per l'industria videoludica.

---

[1] Un *dungeon* è una zona PvE speciale al quale si accede normalmente insieme ad altri giocatori. È spesso popolato da molti nemici di alto livello, i quali, una volta sconfitti, premiano gli utenti con una grande quantità di punti esperienza e occasionalmente con degli oggetti rari o particolari.

[2] Un *raid* è una modalità PvE in cui un piccolo gruppo di giocatori combatte contro un nemico particolarmente potente il quale utilizza delle meccaniche di gioco uniche che possono far perdere immediatamente lo scontro se non eseguite correttamente. È solitamente la modalità PvE più difficile di un MMORPG e per questo motivo le ricompense date sono fra le più prestigiose del gioco.

Come per qualsiasi altro settore, anche nell'ambito dello sviluppo di videogiochi è infatti importante conoscere il proprio mercato di riferimento in modo da creare un prodotto che soddisfi le aspettative e perduri nel tempo. Sempre di più negli anni si è riscontrata la necessità di distinguere i giocatori in base ai loro bisogni e alle diverse motivazioni di gioco in quanto ogni utente risponde in maniera differente agli elementi e ai meccanismi offerti dal mondo virtuale, influenzando di conseguenza la loro voglia di continuare a giocare (Hamari & Tuunanen, 2014). Dato inoltre il numero crescente di sviluppatori e case editrici che optano oggigiorno per l'implementazione di un modello di microtransazioni, la suddivisione dei giocatori in tipologie distinte permette di creare con maggior precisione degli oggetti virtuali attrattivi che vanno a rispondere in maniera mirata alle loro necessità.

Dalla loro introduzione nella ludologia, negli anni sono emersi diversi modelli di categorizzazione dei giocatori (cfr. Allegato 1). Per la maggior parte sono stati costruiti prendendo come base di riferimento gli utenti degli MMO e di altri giochi online, utilizzando come criterio di suddivisione il comportamento oppure la psicografia, ovvero partendo dall'attitudine, dagli interessi, dai valori o dagli stili di vita (Hamari & Tuunanen, 2014).

Ai fini della tesi, per individuare ed analizzare le motivazioni di gioco si farà particolare riferimento alla tassonomia dei giocatori di Bartle, in quanto è uno degli autori con il maggior numero di riferimenti e rispetto in materia (Hamari & Tuunanen, 2014). La sua categorizzazione è la prima ad essere stata creata, è relativamente semplice da capire ed utilizzare e si ritiene che abbia un giusto equilibrio a livello di contenuto. Non è né troppo generalizzata, né troppo specifica.

Richard Allan Bartle è uno scrittore e ricercatore inglese attivo nel campo della progettazione e dello sviluppo di mondi virtuali e ha contribuito alla creazione del primo MUD. Nel 1996, con il suo articolo *Hearts, Clubs, Diamonds, Spades: Players Who Suit MUDs,* Bartle definì quattro categorie distinte di giocatori nei videogiochi MMO osservando il loro comportamento. Il suo intento era quello di dare un cambio di direzione agli sviluppatori, spingendoli a creare i videogiochi che le persone volevano e non quelli che loro stessi desideravano (Bartle, 2012).

Conosciuta in seguito con il nome di *Player Type Theory*, questa categorizzazione dei giocatori divenne una delle prime teorie legate ai mondi virtuali ed è ancora oggi utilizzata come base di partenza per lo sviluppo di diversi generi di videogiochi tra cui gli MMORPG (Bartle, 2012).

2.2.1 Le differenti tipologie di giocatore

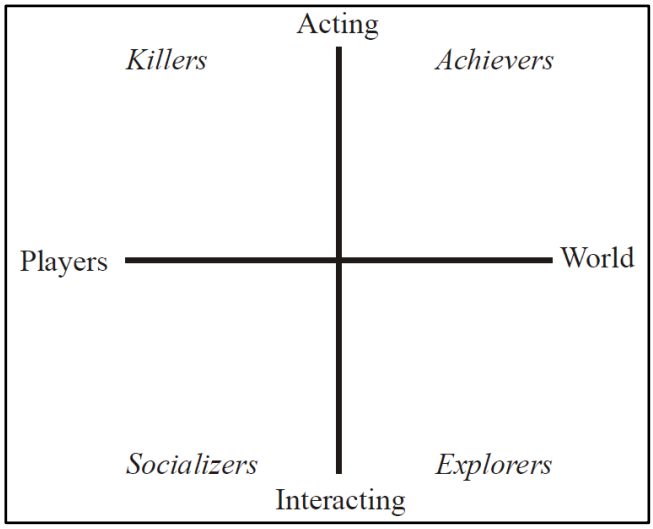
Il modello grafico originale della *Player Type Theory*, riportato nella Figura 1, utilizza due dimensioni per suddividere i giocatori:

- l'asse orizzontale misura quanto le persone rivolgono l'attenzione al mondo virtuale oppure agli altri giocatori;
- l'asse verticale, invece, indica quanto gli utenti preferiscono agire sugli elementi della prima dimensione oppure interagire con essi (Bartle, 2004).

In merito all'asse verticale è opportuno chiarire brevemente la differenza fra agire e interagire. Agire si riferisce all'avere un effetto su qualcosa o qualcuno con le proprie azioni, mentre interagire significa soprattutto cercare il contatto reciproco con qualcosa o qualcuno e di conseguenza influenzarsi a vicenda. Attaccando ad esempio un altro giocatore si ha un effetto su di lui, mentre se invece vi si collabora o semplicemente vi si parla insieme, ci si trova di fronte ad una forma d'interazione.

Grazie al grafico progettato, Bartle (1996) ha potuto formalizzare le sue categorie nei quattro quadranti emersi, attribuendo ad ognuna un nome significativo: Achiever, Explorer, Socializer e Killer. Secondo l'autore inglese, un giocatore rientra fondamentalmente in una sola tipologia alla volta, spostandosi nel tempo fra di esse.

Figura 1: Grafico originale della Player Type Theory



Fonte: Bartle, 2004, p. 131.

Gli **Achiever** agiscono sul mondo virtuale e sono le tipiche persone che giocano per vincere (Bartle, 2004). Essi danno precedenza a tutti quei contenuti che gli permettono di ottenere esperienza, punti, titoli, livelli, oggetti o qualsiasi altra cosa che consenta di misurare il loro successo nel gioco (Bartle, 2004). Sono disposti a compiere qualsiasi tipo di attività, per quanto tediosa possa essere, solo per ottenere anche un minimo di prestigio in più rispetto agli altri (Bartle, 1996). Molti Achiever non sono tali unicamente per una questione di realizzazione personale, ma possono anche esserlo perché vogliono mostrarlo agli altri e convincersi che quello che fanno abbia effettivamente un valore (Bartle, 2016).

Data la notevole quantità di contenuti che gli MMORPG possono offrire anche in seguito al rilascio ufficiale al pubblico, essi risultano molto attrattivi per gli Achiever in quanto ci sarà sempre qualcosa da ottenere anche dopo aver raggiunto il livello massimo o completato la storia principale.

Gli **Explorer** preferiscono invece interagire con il mondo virtuale e vedono il gioco come un passatempo, dove il divertimento deriva dalla scoperta e dalla conoscenza (Bartle, 2004). La maggior parte del tempo è dedicata all'esplorazione delle varie aree di gioco per trovare luoghi nascosti, per imparare di più sul mondo in cui si trovano e per capire come

quest'ultimo funziona, anche da un punto di vista tecnico scoprendo ad esempio dei *bug*[1] nel sistema (Bartle, 1996).

Molti MMORPG offrono delle ambientazioni ricche di storia e di NPC con cui interagire, tuttavia vi è il rischio che gli Explorer si stanchino velocemente se il mondo è troppo piccolo, ripetitivo, generalizzato o superficiale oppure sentono che il gioco è diventato più un peso che un passatempo.

I **Socializer** interagiscono e comunicano con gli altri giocatori, utilizzando il mondo virtuale come mezzo alternativo per conoscere nuove persone o divertirsi con gli amici anche attraverso il gioco di ruolo (Bartle, 2004). Sono i più amichevoli ed empatici tra le categorie di giocatore, sfruttando tutti i mezzi a disposizione per creare relazioni, condividere storie anche della vita reale e sentirsi parte di un gruppo attraverso ad esempio la *chat* privata, gli eventi organizzati dalla *community* e la possibilità di creare o unirsi alle gilde (Bartle, 1996).

Infine, i **Killer** sono coloro che agiscono sugli altri giocatori. Nonostante la terminologia, questa tipologia di giocatore non si limita solo ad attaccare gli altri ma anche ad infastidirli e a rendergli la vita difficile (Bartle, 2004). È possibile essere un Killer anche senza uccidere, in quanto le occasioni per tormentare gli altri giocatori sono diverse. Ad esempio, un Killer potrebbe sfruttare delle meccaniche particolari del gioco per bloccare le attività degli altri oppure semplicemente avvalersi della *chat* testuale o vocale per insultare o denigrare qualcuno. Più è alto l'impatto negativo causato, maggiore sarà il divertimento che ne trae, in quanto è consapevole che le ripercussioni nel gioco e nella vita reale sono quasi del tutto inesistenti (Bartle, 1996).

Molte persone tendono a confondere Killer e Achiever quando considerano le modalità del comparto PvP di un gioco. I giocatori che attaccano gli altri negli spazi appositi sono normalmente degli Achiever in quanto cercano il successo anche in questo contesto. I Killer si dedicano invece a queste modalità soprattutto per misurarsi direttamente contro gli altri o per attaccare i giocatori vulnerabili. La differenza sostanziale giace nel fatto che i Killer si dedicano al PvP perché prediligono lo scontro faccia a faccia con gli altri giocatori, mentre per gli Achiever la competizione diretta è un modo per misurarsi rispetto a degli standard. (Bartle, 2016)

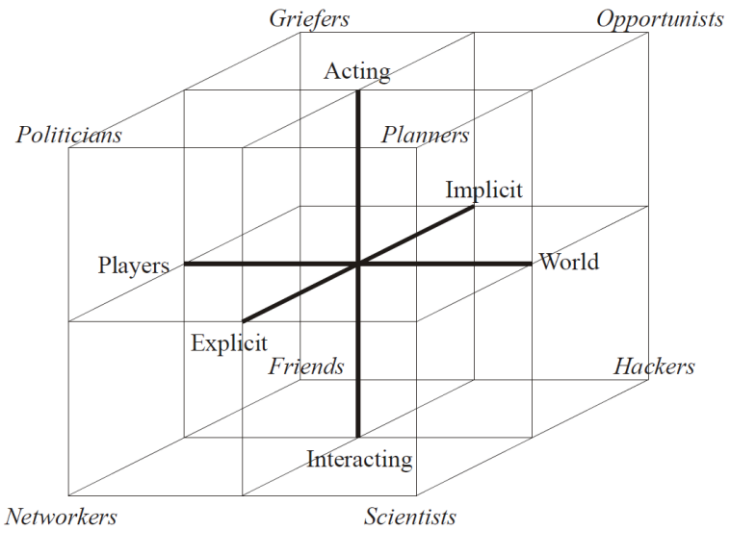
La semplice rappresentazione grafica della *Player Type Theory* offre agli sviluppatori uno strumento per capire come creare e modificare il mondo virtuale in modo che esso sia più attrattivo ed equilibrato agli occhi degli utenti. Includere ad esempio degli elementi che permettono di agire sul mondo va a favore degli Achiever, mentre aggiungere più funzionalità per interagire incrementa il numero di Socializer e di Explorer ma non di Achiever e di Killer. (Bartle, 2004)

[1] Un *bug* è un errore di programmazione che può avere effetti indesiderati sull'esperienza di gioco, ma allo stesso tempo potrebbe anche dare dei vantaggi non intenzionali.

2.2.2 L'evoluzione e le imperfezioni del modello

Sebbene la *Player Type Theory* sia ampiamente rispettata e accettata come un utile strumento di sviluppo per videogiochi (Hamari & Tuunanen, 2014), non manca di limiti ed imperfezioni. Qualche anno dopo la creazione del modello originale, Bartle (2005) ha sviluppato ulteriormente la sua tassonomia in quanto lui stesso aveva riconosciuto due limiti importanti. Il primo era collegato al fatto che tutte le tipologie di giocatore presentavano in realtà delle sottocategorie che il modello iniziale non permetteva di distinguere e secondariamente non era possibile spiegare come e perché i giocatori possano cambiare motivazioni di gioco e comportamento nel tempo. Di conseguenza è stata aggiunta una nuova dimensione al grafico originale, trasformando la rappresentazione grafica della *Player Type Theory* nel modello tridimensionale presentato nella Figura 2.

Figura 2: Grafico tridimensionale della Player Type Theory



Fonte: Bartle, 2005, p. 2.

Ognuna delle quattro tipologie di giocatore è stata suddivisa in due sottocategorie grazie alla nuova dimensione implicita/esplicita, la cui distinzione è sostanzialmente riconducibile all'atto di pensare prima di agire. Le azioni implicite vengono infatti svolte in modo automatico senza esserne consapevoli, mentre quelle esplicite sono pensate e pianificate in anticipo. Prendendo come esempio una delle categorie originali, i Planner (Achiever espliciti) stabiliscono un obiettivo preciso da raggiungere e, per quanto difficile possa essere, si concentrano unicamente su di esso. Al contrario, gli Opportunist (Achiever impliciti) decidono che tipo di prestigio perseguire in modo casuale e in base alle circostanze in cui si trovano. (Bartle, 2004)

Per quanto riguarda invece il cambiamento delle motivazioni di gioco e del comportamento, Bartle (2005) sostiene che i giocatori seguano un sentiero di sviluppo ben definito. Gli utenti rientrano dapprima in una dimensione implicita, affidandosi soprattutto al proprio istinto per capire il livello di libertà che possiedono. Successivamente si spostano nella dimensione esplicita, la quale corrisponde al momento in cui essi cercano attivamente di imparare e conoscere meglio il mondo virtuale che li circonda e a giocare con più convinzione.

Il percorso termina infine con il ritorno alla dimensione implicita, dove i giocatori hanno padroneggiato i contenuti e i meccanismi del gioco e tutte le loro azioni sono diventate ormai naturali e automatiche (Bartle, 2005).

Nonostante la sua evoluzione, il nuovo modello della *Player Type Theory* non ha ricevuto la stessa attenzione dalla letteratura scientifica di quello originale e inoltre esistono altre criticità e imperfezioni che non sono state pienamente affrontate dall'autore. Fra queste si annoverano in particolare le considerazioni formulate da Nick Yee, ricercatore americano che ha studiato psicologia e sociologia negli ambienti virtuali.

Innanzitutto, Yee (2005) contesta il fatto che una persona ricada esclusivamente in una sola categoria di giocatore alla volta e che questa sopprima le altre. Non è del tutto corretto quindi pensare che avere ad esempio una personalità da Achiever si traduca automaticamente nella totale assenza di comportamenti da Socializer, Killer o Explorer. Questo è il motivo principale per cui si ritiene impossibile determinare con esattezza e in modo definitivo in quale categoria ricada una persona. Yee afferma invece che combinando le motivazioni di gioco è possibile definire con maggior precisione le preferenze di un giocatore. Essere ad esempio sia Achiever che Socializer è tipico dei capi delle gilde dedicate ai *raid*.

Yee (2005) ha inoltre condotto personalmente uno studio empirico sulle motivazioni di gioco prendendo come base di riferimento la *Player Type Theory*. Attraverso un questionario sottoposto a circa 3'200 giocatori di videogiochi MMO, egli è riuscito ad affermare come i fattori *achievement*, *social* e *immersion*, riportati nella Figura 3, permettano di definire il perché una persona gioca. A differenza delle categorie di Bartle, i fattori di Yee prevedono la possibilità di essere intrecciati, permettendo così di determinare con maggior precisione il tipo di giocatore.

Figura 3: Le motivazioni di gioco secondo Nick Yee

Achievement	Social	Immersion
Advancement Progress, Power, Accumulation, Status	**Socializing** Casual Chat, Helping Others, Making Friends	**Discovery** Exploration, Lore, Finding Hidden Things
Mechanics Numbers, Optimization, Templating, Analysis	**Relationship** Personal, Self-Disclosure, Find and Give Support	**Role-Playing** Story Line, Character History, Roles, Fantasy
Competition Challenging Others, Provocation, Domination	**Teamwork** Collaboration, Groups, Group Achievements	**Customization** Appearances, Accessories, Style, Color Schemes
		Escapism Relax, Escape from RL, Avoid RL Problems

Fonte: Yee, 2005, p. 6.

Ciò nonostante, grazie alla sua ricerca, Yee è riuscito a validare da un punto di vista più statistico il contenuto della tassonomia di Bartle, la quale, si ricorda, è stata creata partendo dall'osservazione del comportamento dei giocatori. Tuttavia vi sono quattro elementi principali che si contraddistinguono dai suoi risultati:

1. la socializzazione come motivazione di gioco è indipendente dal voler giocare di ruolo;
2. Achiever e Killer potrebbero essere riuniti sotto la stessa categoria per via della correlazione lineare positiva fra avanzamento e competizione;
3. gli Explorer si dedicano soltanto all'esplorazione e all'accumulo di conoscenza sul mondo virtuale e non comprendono anche quei giocatori interessati alle meccaniche di gioco;
4. infine, emerge l'immersione come motivazione di gioco aggiuntiva completamente assente nella teoria di Bartle, racchiudendo in sé tutto ciò che è collegato alla trama principale, al gioco di ruolo, alla personalizzazione e all'evasione dalla realtà (Yee, 2005).

Nonostante queste imperfezioni, la *Player Type Theory* rimane uno dei modelli più autorevoli e diffusi in materia di categorizzazione dei giocatori e di conseguenza resta uno strumento adatto a raggiungere il fine ultimo di questa tesi.

2.2.3 Una tassonomia dei giocatori alternativa

Per poter indagare sulle relazioni esistenti collegate all'acquisto di determinati oggetti virtuali, le motivazioni di gioco sono state suddivise in cinque tipologie prendendo come riferimento il contenuto della tassonomia di Bartle e le considerazioni emerse dallo studio empirico di Yee. Ogni categoria rappresenta la personalità e le motivazioni che si celano dietro ad un determinato stile di gioco negli MMORPG, in modo da poter racchiudere ragioni di gioco molto simili che altrimenti avrebbero potuto creare ridondanze nei risultati ottenuti.

Quattro delle cinque tipologie rispecchiano quelle definite da Bartle nel suo modello, tuttavia sono state apportate delle correzioni per renderle più rappresentative grazie alle considerazioni formulate da Yee. La quinta categoria racchiude invece parte di quegli elementi dell'immersione che non sono emersi dalla *Player Type Theory* e che si riteneva inopportuno inserirli all'interno di una delle altre tipologie già esistenti.

Le nuove categorie di giocatore possono essere pertanto riassunte come segue:

1. **Achiever**: sono coloro che giocano perché guidati da un senso di realizzazione. Vogliono essere i migliori e cercano fama o successo completando obiettivi, accumulando oggetti o diventando più potenti. Non necessariamente lo fanno per competere e confrontarsi con gli altri, ma perseguono questa strada semplicemente per una questione di gusto personale.
2. **Explorer**: sono coloro che giocano perché spinti dalla curiosità e dalla voglia di sapere. Si dedicano all'esplorazione di tutte le aree del mondo virtuale in cerca di segreti e luoghi nascosti e prestano anche particolare attenzione alla storia di sottofondo che caratterizza il gioco al di fuori della narrazione principale.
3. **Socializer**: sono coloro che giocano perché spinti dal desiderio di socializzare con gli altri. Non per forza entrano in un MMORPG solo per parlare con qualcuno o fare nuove conoscenze, ma anche per giocare in gruppo in un'atmosfera amichevole.
4. **Killer**: sono coloro che giocano perché traggono piacere dall'infastidire gli altri giocatori con i vari mezzi messi a disposizione dal gioco come possono essere il combattimento, delle meccaniche particolari oppure attraverso la *chat*. Anche se Yee ritiene che Killer e Achiever possano essere considerati sotto un'unica categoria, si è ritenuto opportuno

tenerli separati per via della diversa motivazione che spinge il desiderio di competizione spiegato in precedenza.

5. **Role-Player**: la nuova categoria racchiude tutte quelle persone che giocano perché interessate ad immergersi nella trama principale del gioco e nei loro personaggi anche attraverso il gioco di ruolo. Gli MMORPG danno a loro l'opportunità di diventare i protagonisti di un'avventura fantastica e di poter fare ciò che non sarebbe possibile nella vita reale.

Conclusa questa parte inerente le motivazioni di gioco dei giocatori, prima di passare all'indagine empirica alla ricerca di relazioni con gli oggetti virtuali acquistati, rimane da approfondire il modello delle microtransazioni, cercando di capire il suo funzionamento e cosa effettivamente è possibile comprare grazie ad esso all'interno di un videogioco.

2.3 Il modello delle microtransazioni

Nell'ultima decade, la vendita di oggetti virtuali è diventata una delle più grandi fonti di guadagno per gli sviluppatori e le case editrici di videogiochi. Grazie alle microtransazioni, i giocatori possono acquistare direttamente all'interno del gioco diverse tipologie di articoli quali armi, armature, abbigliamenti per l'alter ego virtuale, valute fittizie o altri beni più funzionali (Hamari & Keronen, 2017). Anche se nella letteratura scientifica le microtransazioni vengono spesso descritte come degli acquisti caratterizzati da piccoli importi monetari, è bene notare che il termine "micro" non si riferisce necessariamente al prezzo pagato, ma piuttosto alla grandezza del contenuto acquistato (Ball & Fordham, 2018). Infatti, osservando la Figura 4, si può constatare come i prezzi possano in realtà arrivare fino a 100 euro.

Figura 4: Esempio di variazione dei prezzi delle microtransazioni

Fonte: foto scattata dall'autore il 25.07.2019 nel gioco *Guild Wars 2* (ArenaNet, 2012).

Per capire però l'effettiva importanza delle microtransazioni nell'industria videoludica odierna, è necessario conoscere il contesto in cui sono nate e quali sono i rischi e i benefici che derivano dal loro utilizzo.

2.3.1 La ricerca di nuovi ricavi nell'industria videoludica

L'inizio dell'industria videoludica è comunemente riconducibile agli inizi degli anni '70, seguito da un periodo di forte espansione durante gli anni '80 e '90 grazie alle innovazioni nel campo delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione che ridussero i prezzi dei computer e ne favorirono la loro diffusione. Il grande successo dei primi videogiochi arcade e per computer agevolarono ulteriormente lo sviluppo del settore, aumentando esponenzialmente il numero di imprese sviluppatrici e di case editrici e portando alla nascita delle prime console dedicate all'intrattenimento. (Tomić, 2017)

In passato, la fonte principale di ricavi del settore derivava dalla vendita iniziale del gioco completo ad un *premium price* attraverso un negozio *retail* oppure tramite distribuzione digitale (Tomić, 2017). Questo modello, conosciuto con il nome di *Buy-to-Play* (B2P), richiedeva una particolare attenzione alla *costumer retention*, ovvero al bisogno di assicurarsi che il videogioco offrisse contenuti e meccanismi abbastanza attrattivi da renderlo popolare e distinguerlo dalla concorrenza, favorendo così l'aumento delle vendite dei titoli successivi (Davidovici-Nora, 2014). Tuttavia, il modello B2P non era destinato a durare nel tempo in questa forma. All'inizio del XXI° secolo, molti sviluppatori e case editrici furono portati al fallimento a causa della sovrabbondanza di videogiochi presenti sul mercato, la quale rese difficile raggiungere il numero necessario di vendite per garantire la sopravvivenza dell'azienda (Tomić, 2017). A peggiorare ulteriormente la situazione vi era la pirateria informatica, la quale permetteva con facilità di scaricare illegalmente i videogiochi poco dopo la loro uscita sul mercato, danneggiando ulteriormente le vendite (Evers, Van de Ven, & Weeda, 2015; Tomić, 2017).

Di fronte a questa situazione, gli sviluppatori di videogiochi MMO in particolare si sono ritrovati confrontati con un problema non indifferente. Come spiegato in precedenza, rispetto ad altri generi di videogiochi gli MMO vengono supportati ed arricchiti di contenuti per molto più tempo e per questo motivo necessitano di una copertura continua dei costi di sviluppo che non è possibile garantire unicamente con le vendite del gioco. Si è reso quindi necessario individuare nuove fonti di ricavi per superare questi ostacoli.

Una delle prime innovazioni di successo fu l'introduzione di un modello di sottoscrizione mensile anche chiamato *Pay-to-Play* (P2P), il quale fu in grado di dimostrare che era possibile convincere le persone a pagare un prezzo aggiuntivo ogni mese oltre a quello iniziale per poter continuare a giocare. Nel 2010, *World of Warcraft*, uno degli MMORPG di maggior successo al mondo, registrava infatti più di 12 milioni di abbonati grazie agli aspetti innovativi offerti dal gioco, al continuo supporto e aggiornamento e dalla regolare organizzazione di eventi *in-game*. Tuttavia, nel 2013 il numero di utenti iscritti è calato a 7.7 milioni, portando la Blizzard Entertainment (sviluppatrice del gioco) ad offrire un'edizione introduttiva gratuita per attirare nuovi giocatori senza rimuovere tuttavia il modello di sottoscrizione. Osservando l'andamento di *World of Warcraft*, molti MMORPG presenti sul mercato come *Star Wars: The Old Republic, Star Trek Online* e *Il Signore degli Anelli Online* hanno di conseguenza abbandonato parzialmente o del tutto il modello di sottoscrizione in favore di un modello *Free-to-Play* (F2P) o di un modello *freemium*, già utilizzati in altri generi di videogiochi dagli inizi del 2000 (Clark, 2014).

Il F2P, come suggerisce il termine, consiste nell'offrire gratuitamente l'accesso al videogioco completo sia nei contenuti sia nelle funzionalità. Questo modello ha permesso di risolvere il problema della pirateria informatica ma allo stesso tempo ha eliminato l'unica fonte di ricavi per i creatori. È importante non confonderlo con il modello *freemium*, il quale garantisce l'accesso libero ad una versione base e delimitata del gioco e richiede un pagamento aggiuntivo non obbligatorio per accedere a tutti i contenuti e alle funzionalità bloccate. (Davidovici-Nora, 2013)

Una prima fonte alternativa di ricavi per i F2P fu la vendita di spazi pubblicitari all'interno del gioco stesso. Il tutto restava gratuito fintantoché si visualizzavano le inserzioni, tuttavia i giocatori si lamentavano delle continue interruzioni da esse causate e della bassa qualità dei contenuti dovuta ai budget ridotti a disposizione degli sviluppatori. Soltanto i migliori titoli riuscirono a trarre dei profitti consistenti da questo modello, mentre gli altri si ritrovarono con un bacino d'utenza insoddisfatto e poco coinvolto, incline a cercare alternative più attrattive. (Olsson & Sindenblom, 2010, cit. in Davidovici-Nora, 2004)

Oggigiorno le inserzioni nei videogiochi sono tuttavia ancora ampiamente diffuse, soprattutto nelle applicazioni *freemium* su piattaforma mobile (WePC, 2019).

Il modello F2P si è ulteriormente evoluto, trovando finalmente una fonte costante di ricavi per gli sviluppatori e le case editrici nella vendita di oggetti virtuali direttamente nel gioco. L'idea è nata come risposta agli scambi chiamati *Real-Money Trades* (RMT) che avvenivano fra i giocatori su dei mercati paralleli collocati al di fuori dei videogiochi (Davidovici-Nora, 2013). Infatti, su piattaforme web come Ebay era possibile acquistare e vendere armi, risorse, personaggi e molti altri tipi di articoli virtuali, arrivando anche a prezzi esorbitanti superiori ai 5'000 euro (Jimenez, 2007). Questi scambi causavano importanti danni alla salute di un gioco e ai propri sviluppatori, riducendo continuamente i profitti e il numero di utenti attivi. Un primo problema era l'aumento della disparità fra i giocatori, scoraggiando quelli non coinvolti negli RMT e spingendoli a cambiare gioco (Davidovici-Nora, 2013). Un'altra complicazione derivava invece dalla diffusione di programmi che svolgevano in automatico delle attività per accumulare più velocemente risorse o oggetti che potevano poi essere venduti esternamente, portando di conseguenza ad un rapido consumo del gioco e alla necessità per gli sviluppatori di creare più in fretta nuovi contenuti (Lehdonvirta & Virtanen, 2010). Nel tentativo di trovare una soluzione a questi scambi esterni, le imprese sviluppatrici si sono rese conto del potenziale di guadagno derivante da questo sistema e lo hanno perciò progressivamente incorporato direttamente all'interno dei propri videogiochi, regolandone personalmente il funzionamento (Davidovici-Nora, 2013). Fu così che nacque il concetto di microtransazione.

Il nuovo modello adottato dagli MMO ha permesso al genere di consolidarsi negli anni e non trascorse molto tempo che le microtransazioni fecero la loro comparsa anche in altre tipologie di videogiochi. Infatti, i grandi attori dell'industria videoludica come Ubisoft, Square Enix ed Electronic Arts (EA) enfatizzano oggigiorno come nuovo modello di business il *Game as a Service*, basato su tutto ciò che ha reso gli MMO un successo anche dal punto di vista economico. (Moeller, 2018)

La nuova logica alla base di un qualsiasi genere di videogioco è quella di creare qualcosa che venga costantemente aggiornato e arricchito di contenuti per molti anni in modo da coinvolgere e trattenere più facilmente i giocatori, agevolando di conseguenza le vendite *in-game* di oggetti virtuali avvalendosi delle microtransazioni. (Moeller, 2018)

2.3.2 Le microtransazioni tra successi e controversie

Il massiccio impiego delle microtransazioni ha generato importanti benefici in termini economici per l'industria videoludica. Osservando infatti la Tabella 1 si può notare come i ricavi dei dieci videogiochi B2P più redditizi del 2018 superano tutti i 400 milioni di dollari fino anche ad oltrepassare il miliardo.

Tabella 1: Classifica dei videogiochi B2P più redditizi del 2018

Rango	Titolo	Genere	Ricavi (in milioni di dollari)
1	*PlayerUnknown's Battlegrounds*	Sparatutto / *Battle Royale*[1]	1'028
2	*FIFA 18*	Sport	790
3	*Grand Theft Auto V*	Azione / Avventura	628
4	*Call of Duty: Black Ops 4*	Sparatutto	612
5	*Red Dead Redemption 2*	Azione / Avventura	516
6	*Call of Duty: WWII*	Sparatutto	506
7	*FIFA 19*	Sport	482
8	*Monster Hunter: World*	Gioco di ruolo	467
9	*Tom Clancy's Rainbow Six: Siege*	Sparatutto	440
10	*Overwatch*	Sparatutto	429

Fonte: SuperData, 2019, p. 11.

Rispetto al 2017, i ricavi registrati dai videogiochi che occupavano lo stesso rango erano significativamente inferiori. Ad esempio, se nel 2018 *Overwatch* risulta come ultimo classificato con 429 milioni di dollari, nel 2017 esso era il secondo videogioco B2P più redditizio con 382 milioni e l'ultima posizione era occupata da *Tom Clancy's Rainbox Six: Siege* con appena 67 milioni. (SuperData, 2018)

L'incremento registrato in un solo anno è notevole, ma rimane comunque da tener conto che i ricavi riportati considerano sia la vendita del gioco base che la vendita degli oggetti virtuali offerti al loro interno. Paragonandoli a quelli dei videogiochi F2P riportati nella Tabella 2, il divario è impressionante, soprattutto se si considera che in quest'ultimi le entrate derivano quasi esclusivamente dalle microtransazioni.

[1] Il *battle royale* è un genere di videogioco nel quale un alto numero di giocatori combatte fra di loro in una mappa che si rimpicciolisce progressivamente. I partecipanti dovranno cercare l'equipaggiamento necessario a sopravvivere e riuscire ad essere l'ultima persona o squadra rimasta a fine partita per ottenere la vittoria.

Tabella 2: Classifica dei videogiochi F2P più redditizi del 2018

Rango	Titolo	Genere	Ricavi (in milioni di dollari)
1	*Fortnite*	Sparatutto / Battle Royale	2'400
2	*Dungeon Fighter Online*	Gioco di ruolo	1'500
3	*League of Legends*	MOBA[1]	1'400
4	*Pokemon GO*	Avventura	1'300
5	*Crossfire*	Sparatutto	1'300
6	*Honour of Kings*	MOBA	1'300
7	*Fate/Grand Order*	Gioco di ruolo	1'200
8	*Candy Crush Saga*	Puzzle	1'100
9	*Monster Strike*	Gioco di ruolo	1'000
10	*Clash Royale*	Strategia	900

Fonte: SuperData, 2019, p. 9.

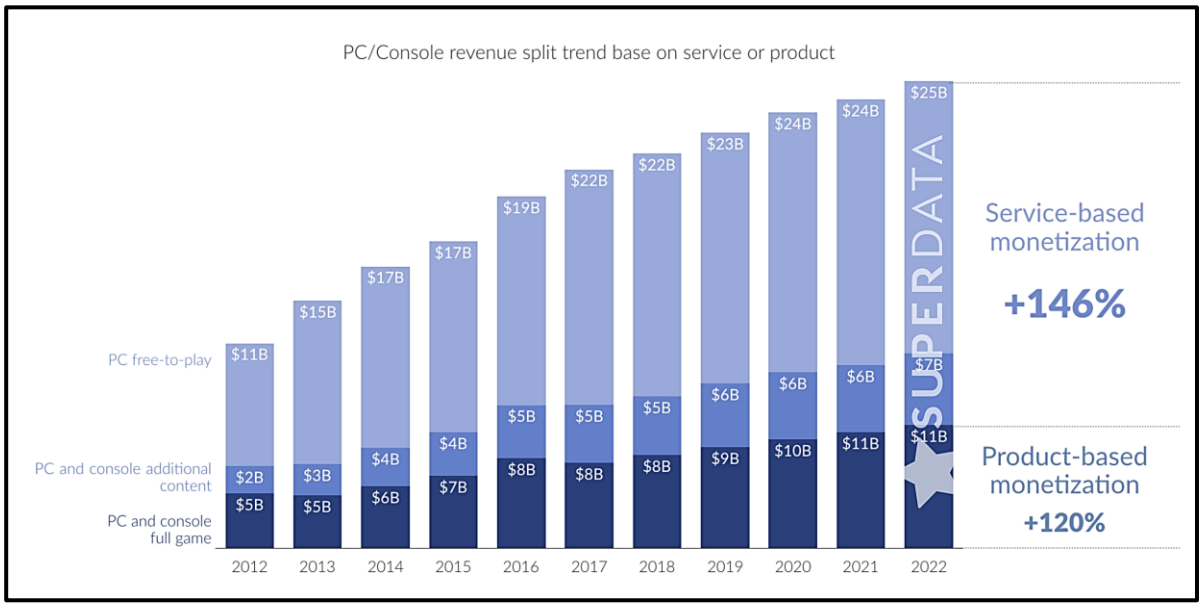
Anche in ambito di F2P i ricavi registrati nel 2018 sono aumentati rispetto al 2017. Infatti, soltanto i primi tre giochi della classifica oltrepassavano il miliardo, mentre gli altri sette non arrivavano nemmeno ai 500 milioni di dollari con *FIFA Online 3* in ultima posizione a quota 163 milioni. (SuperData, 2018)

Le ragioni principali che si celano dietro la netta differenza fra B2P e F2P sono sostanzialmente due. Innanzitutto, la natura gratuita di un F2P consente di attirare a sé un grande bacino d'utenza. Senza quella barriera che è l'acquisto iniziale, una persona sarà più incline a provare un nuovo prodotto, aumentando di conseguenza le probabilità che ne rimanga coinvolta. Se il giocatore finisce per sviluppare un attaccamento profondo al videogioco e ne diventa dipendente, difficilmente lo abbandonerà e questo è, secondo la teoria dell'*engagement*, un fattore positivo per le vendite, in quanto più l'utente gioca, maggiori sono le probabilità che esso acquisti oggetti virtuali. Secondariamente, i F2P sono sviluppati in modo da consentire ai giocatori di pagare solo se lo desiderano e, come visto in precedenza, già quando gli acquisti venivano effettuati esternamente al gioco si è constatato che vi erano individui anche disposti a pagare migliaia di euro per degli oggetti virtuali specifici. (Davidovici-Nora, 2014)

Con il perfezionamento e la diffusione del modello non c'è da stupirsi che le microtransazioni abbiano permesso dei guadagni così marcati e negli anni a venire, come riportato nella Figura 5, è stato stimato che i ricavi per entrambi i B2P e i F2P continueranno a crescere, confermando ulteriormente la sua efficacia.

[1] L'acronimo "MOBA" sta per *Multiplayer Online Battle Arena* ed è un genere di videogioco nel quale due squadre competono per distruggere la base avversaria. Ogni giocatore controlla un personaggio con differenti abilità e combatterà in una mappa suddivisa in tre strade lungo le quali vengono lanciate delle ondate di unità controllate dal computer e vi sono collocate delle torri da distruggere prima di poter accedere alla base avversaria.

Figura 5: Evoluzione dei ricavi dei giochi B2P e F2P



Fonte: SuperData, 2017.

Nonostante i benefici economici siano evidenti, da quando è iniziata l'implementazione delle microtransazioni nei videogiochi queste sono state spesso al centro di diverse polemiche e controversie.

Uno dei primi casi risale al 2006, quando la Bethesda Game Studios rilasciò come contenuto scaricabile a pagamento per il suo gioco *The Elder Scrolls IV: Oblivion* delle armature decorative per il proprio cavallo virtuale. Le microtransazioni in quel periodo erano ancora un concetto relativamente nuovo per la gran parte dei giocatori, cosa che ha influito negativamente sulla ricezione di questa offerta. In particolare, i giocatori non trovavano giusto dover pagare 2,50 dollari per un oggetto puramente cosmetico. Nemmeno l'aumento della vita del cavallo, ritenuto quasi del tutto inutile, bastava a giustificare il prezzo. (Fahey, 2016)

Data anche la popolarità del gioco ottenuta grazie al successo del suo predecessore, le armature per cavalli di *Oblivion* divennero uno dei punti di riferimento nell'industria videoludica su cosa non fare quando si vendono oggetti virtuali. Riconsiderando però la situazione al giorno d'oggi, questa risulta paradossale: a cinque anni dal rilascio, la Bethesda registrava ancora degli acquisti consistenti delle armature (Good, 2011) e se si osservano attualmente altri generi di videogiochi come i *battle royale*, si potrà constatare come le loro entrate dipendono quasi esclusivamente dalla vendita di oggetti cosmetici a prezzi anche molto più elevati (Fortney, 2019).

Un altro esempio di microtransazione non apprezzata è invece il cosiddetto *Pay-to-Win*. Nei videogiochi multigiocatore è impossibile barare a meno che non si utilizzino dei programmi esterni e per questo motivo i giocatori devono contare puramente sulle loro abilità. Tuttavia, le microtransazioni possono creare disparità significative e dissenso fra gli utenti se queste permettono ad un individuo di comprare dei miglioramenti ed ottenere di conseguenza dei vantaggi permanenti o temporanei sugli altri (Tomić, 2017).

Come anche dimostrato da Evers, Van de Ven e Weeda (2015), questi giocatori sono meno rispettati dalla *community*, compresi amici e compagni, e il loro comportamento rischia di allontanare una gran parte di utenti.

Oltre a destabilizzare le relazioni fra giocatori, il *Pay-to-Win* può anche avere ripercussioni importanti sulla reputazione degli sviluppatori e delle case editrici. Il caso più eclatante degli ultimi tempi risale al 2017 quando la EA implementò all'interno del videogioco *Star Wars Battlefront II* delle microtransazioni che permettevano di ottenere in modo casuale degli oggetti che avrebbero altrimenti richiesto più di 48 ore consecutive di gioco per ottenerli singolarmente. Fra questi vi erano sia articoli cosmetici sia oggetti che conferivano dei vantaggi sugli altri. Il meccanismo di premiazione casuale, conosciuto con il nome di *loot box*, non era una novità nell'industria videoludica, ma il fatto che in questa situazione veniva percepito dai giocatori come una forma indiretta di *Pay-to-Win* e data la notorietà mondiale della saga di Star Wars, questo caso ricevette un'elevata attenzione mediatica negativa e provocò un grande danno d'immagine alla EA. (Jackson, 2017)

Inizialmente, un rappresentante della casa editrice tentò di calmare gli utenti rispondendo ad una discussione su Reddit[1], evidenziando come l'elevato tempo di gioco richiesto per sbloccare determinati oggetti era per fornire un senso di orgoglio e di realizzazione. In meno di 24 ore, il suo commento ha ricevuto il più alto numero di valutazioni negative nella storia di Reddit con più di 600'000 *downvote*. L'attenzione mediatica che stava ricevendo il caso portò anche all'intervento di Jimmy Pitaro, capo della sezione *Consumer Products and Interactive Media* presso Disney, la quale detiene attualmente i diritti di Star Wars. Con il nuovo episodio del film prossimo all'uscita nei cinema, Disney non si poteva permettere tutta quell'attenzione negativa e fece ulteriori pressioni sulla EA per risolvere la questione. (Jackson, 2017)

Poco prima del lancio ufficiale del gioco, la EA decise di rimuovere temporaneamente le microtransazioni ma dichiarò che sarebbero state aggiunte nuovamente in seguito (Jackson, 2017).

Anche se il caso di *Star Wars Battlefront II* si era concluso, la questione delle *loot box* più in generale non si era tuttavia ancora risolta. Diversi paesi hanno infatti avviato poco tempo dopo delle indagini per verificare se queste potessero essere paragonate al gioco d'azzardo e condurre di conseguenza alla dipendenza. Belgio e Olanda sono state fra le prime nazioni a stabilire che esse dovessero sottostare alle loro leggi sul gioco d'azzardo, costringendo le imprese videoludiche a cambiare o eliminare il sistema delle *loot box*. Nonostante ciò, vi sono aziende, fra cui la EA, che utilizzano ancora questa pratica e stanno tutt'oggi lottando con i governi di diversi paesi per mantenerla. (Gach, 2018; Grayson, 2019)

[1] Reddit è un sito internet di social news e intrattenimento suddiviso in moltissime pagine chiamate Subreddit che ricoprono specifiche aree di interesse molto variate, passando ad esempio dall'intrattenimento digitale, all'economia, alla letteratura fino ad arrivare anche alla politica.

In sostanza, gli ingenti vantaggi economici che derivano dall'impiego delle microtransazioni suggeriscono che la pratica non verrà presto abbandonata, ma rimane comunque indispensabile prestare attenzione a cosa si offre e come per evitare di perdere giocatori o causare danni d'immagine non indifferenti.

2.3.3 Gli item shop e le categorie di oggetti virtuali negli MMORPG

Gli sviluppatori offrono la possibilità di acquistare centinaia di articoli differenti attraverso un negozio incorporato direttamente all'interno del gioco. Questi sono comunemente definiti come *item shop* e la loro implementazione non è per niente casuale.

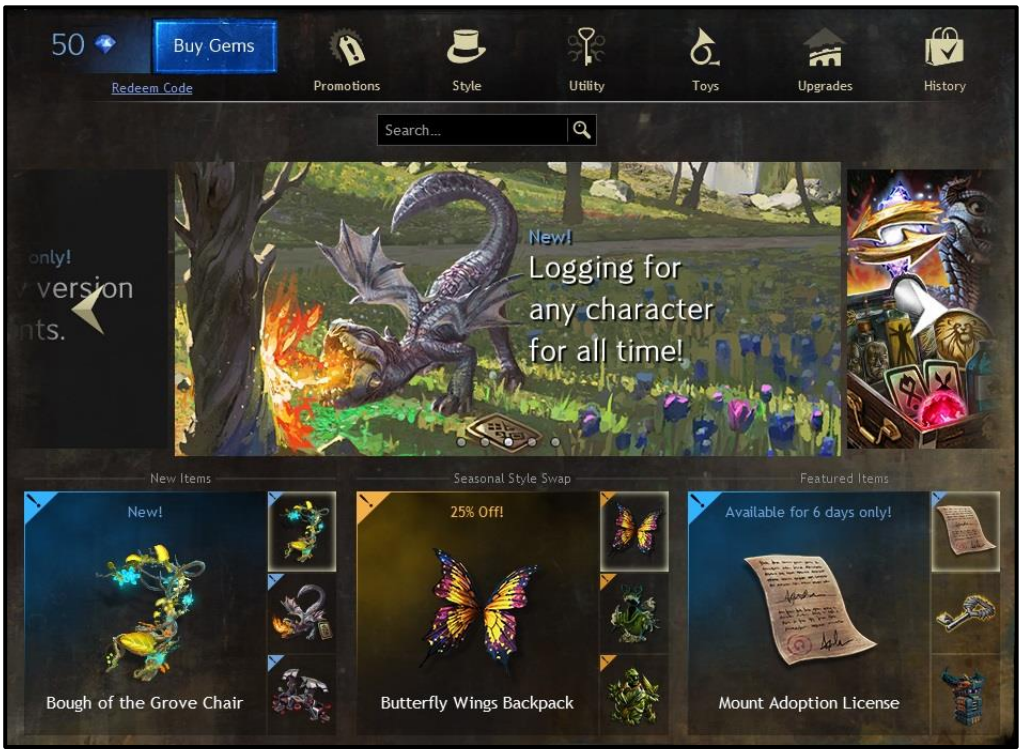
Come spiegato da Tomić (2018), il voler acquistare qualcosa all'interno di un videogioco con soldi veri deriva dal gioco stesso, quindi il pagamento deve seguire questo processo e non interromperlo. Gli scarsi risultati ottenuti sono spesso la causa della nascita del desiderio d'acquisto, motivo per cui dover lasciare il gioco per concludere la transazione può causare esitazione e condurre al posticipo dell'acquisto e di conseguenza alla perdita di potenziali guadagni per gli sviluppatori. Tomić mette anche in evidenza un'altra particolarità degli *item shop* legata ai prezzi. Da un punto di vista psicologico, è più facile convincere una persona ad effettuare un acquisto se questa non è consapevole del vero prezzo dell'articolo. Per questa ragione gli sviluppatori spesso si avvalgono di una moneta virtuale detta *premium*, la quale è possibile ottenere unicamente comprandola con soldi veri e in quantità prestabilite. Solo in rari casi è possibile guadagnarla giocando normalmente, ma è solitamente necessario investire una grande quantità di tempo per riuscire ad ottenere l'importo necessario a comprare qualcosa. La Figura 4 mostrata in precedenza riporta un esempio della valuta in questione. Il prezzo dei vari oggetti virtuali offerti viene espresso utilizzando questo tipo di moneta in quanto un giocatore raramente si preoccupa di calcolare quanto effettivamente deve spendere in termini di soldi reali.

Un esempio per chiarire meglio il meccanismo è il seguente: se acquistare 200 monete *premium* costa 10 franchi e un cappello per il personaggio esclusivo dell'*item shop* viene venduto al prezzo di 50 monete *premium*, il giocatore non si concentrerà troppo sul convertire il prezzo in franchi e sarà più incline a completare la transazione. Se invece il cappello venisse esposto al prezzo di 2,50 franchi, l'utente potrebbe rinunciare all'oggetto.

Al di là delle ragioni per cui gli sviluppatori si avvalgono degli *item shop* per facilitare le vendite, è opportuno avere un'idea della loro interfaccia.

Nella Figura 6 viene riportato come esempio la pagina iniziale dell'*item shop* di *Guild Wars 2*. Come si può osservare nell'immagine, una volta aperto il negozio virtuale le prime cose messe in risalto sono i nuovi oggetti (al centro dell'interfaccia e in basso a sinistra), le offerte scontate del momento (in basso al centro) e gli articoli disponibili solo per un periodo di tempo limitato (in basso a destra). La parte superiore del negozio permette invece di navigare fra diverse categorie (*promotions, style, utility, toys, upgrades*) che raggruppano gli oggetti virtuali secondo determinate logiche scelte dagli sviluppatori.

Figura 6: Esempio di item shop



Fonte: foto scattata dall'autore il 25.07.2019 nel gioco *Guild Wars 2* (ArenaNet, 2012).

L'interfaccia dell'*item shop* varia da gioco a gioco, mentre gli oggetti virtuali vengono spesso categorizzati con gli stessi parametri ed è qui che emerge la loro utilità.

Ai fini della tesi è stato necessario raggruppare i vari articoli virtuali in diverse tipologie in quanto andare a ricercare i legami fra motivazioni di gioco e singoli oggetti risultava troppo complicato e alquanto impossibile se si considera solo la loro numerosità. Tuttavia, nella letteratura scientifica non è stata riscontrata l'esistenza di una suddivisione del genere ampiamente riconosciuta e abbastanza approfondita sul quale basarsi per poter rispondere alla domanda di ricerca.

Per risolvere la questione sono state quindi analizzate e incrociate le ricerche e gli studi di differenti autori inerenti le microtransazioni nell'industria videoludica e come risultato sono emerse otto possibili categorie di oggetti virtuali:

1. Monete virtuali
2. Oggetti cosmetici
3. Oggetti funzionali
4. Oggetti potenzianti
5. Oggetti acceleratori
6. Oggetti sociali
7. *Loot box*
8. Contenuti aggiuntivi

Per meglio capire le loro caratteristiche e per verificare l'esistenza effettiva delle tipologie, è stata condotta una ricerca in prima persona all'interno di tre videogiochi MMORPG, andando in particolare a guardare gli oggetti presenti nei rispettivi *item shop*. Nell'Allegato 2 sono disponibili delle tabelle che riassumono e descrivono gli articoli trovati in ogni gioco indagato, fornendo in questo modo un buon numero di esempi per ogni categoria di oggetto.

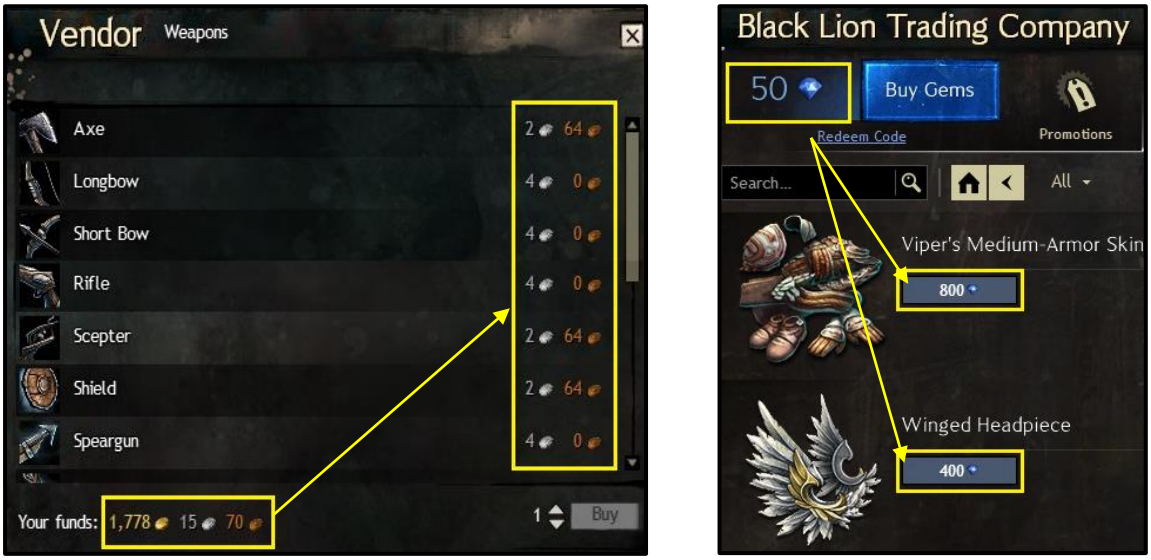
1) Monete virtuali

Oltre alla moneta *premium*, gli MMORPG presentano solitamente un altro tipo di moneta virtuale che si può definire come tradizionale.

Come quella *premium*, anche la moneta tradizionale può essere acquistata, tuttavia essa viene normalmente accumulata durante la regolare esperienza di gioco completando missioni, sconfiggendo nemici o svolgendo altre attività (Luton, 2013). Su di essa si basa gran parte dell'economia fittizia del gioco, in quanto è il mezzo principale utilizzato nel commercio di risorse, oggetti ed equipaggiamenti con gli NPC e fra giocatori.

Per meglio capire la differenza fra moneta tradizionale e moneta *premium*, si può osservare l'immagine seguente.

Figura 7: Moneta tradizionale e moneta premium a confronto



Fonte: elaborazione dell'autore, foto scattate il 25.07.2019 nel gioco *Guild Wars 2* (ArenaNet, 2012).

Guild Wars 2 utilizza principalmente l'oro come moneta tradizionale e le gemme come moneta *premium*. Con la prima (immagine di sinistra) si può vedere infatti come è possibile acquistare delle armi basilari da un mercante nel mondo virtuale mentre tutto ciò che può essere comprato con le gemme (immagine di destra) è disponibile unicamente nell'*item shop* al quale si può accedere in qualsiasi momento.

Ai fini della tesi, questa categoria considera unicamente la moneta tradizionale, in quanto, una volta acquistata, questa può essere direttamente utilizzata nel mondo di gioco. La moneta *premium* non viene invece considerata poiché, come affermato da Tomić (2018), essa è spesso soltanto un mezzo per acquistare gli altri oggetti virtuali dall'*item shop*, i quali in confronto hanno delle funzionalità effettive legate al mondo di gioco.

2) Oggetti cosmetici

Gli oggetti cosmetici, spesso definiti con il termine inglese di *skin*, hanno uno scopo puramente estetico e permettono al giocatore di creare ed esprimere la propria identità nel gioco (Davidovici-Nora, 2013). La categoria include l'acquisto di tutto ciò che può cambiare l'aspetto o i colori del proprio personaggio o di una sua proprietà come le armi, le armature, gli animali da compagnia e i mezzi di trasporto. Nessuno di questi oggetti modifica in alcun modo la potenza in generale del giocatore, andando ad esempio ad aggiungere nuove funzionalità oppure modificando gli attributi dell'*avatar*. Due esempi sono riportati di seguito nella Figura 8.

Figura 8: Esempi di oggetti cosmetici

Fonte: foto scattate il 25.07.2019 nel gioco *Guild Wars 2* (ArenaNet, 2012).

In entrambe le situazioni si è di fronte allo stesso oggetto soltanto con applicata una *skin* differente. Gli attributi dell'armatura sono i medesimi e la velocità di movimento della cavalcatura non è stata alterata.

Molti giocatori considerano l'acquisto di oggetti cosmetici come l'unica forma accettabile di microtransazione in quanto ritengono che queste siano le sole a non danneggiare l'equilibrio del gioco (Tomić, 2017; Almaguer, 2019). Tuttavia, Almaguer (2019) fa notare come essere in possesso o meno di questi tipi di articoli può far cambiare la percezione degli altri sul giocatore, influenzando di conseguenza le sue relazioni.

3) Oggetti funzionali

Si tratta soprattutto di articoli che rendono più facili alcune attività del gioco e aumentano il confort del giocatore, rendendo in particolare meno tediose e ripetitive determinate attività o meccanismi al di fuori del combattimento (Davidovici-Nora, 2013). Come riportato nella Figura 9, è possibile ad esempio comprare degli spazi aggiuntivi nella borsa del personaggio per aumentare la quantità di oggetti che si possono trasportare, riducendo così le interruzioni dovute alla necessità di svuotare l'inventario.

Figura 9: Inventario del personaggio prima e dopo l'acquisto dell'oggetto funzionale

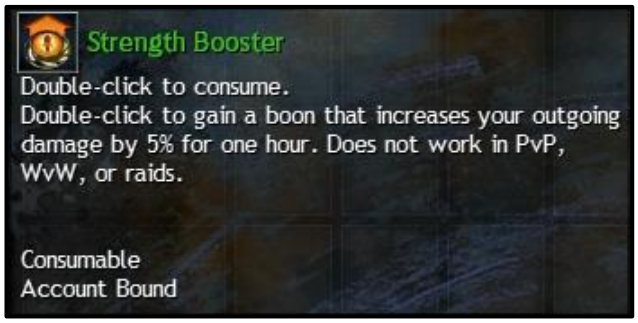
Fonte: elaborazione dell'autore, foto scattate il 25.07.2019 nel gioco *Guild Wars 2* (ArenaNet, 2012).

Gli oggetti funzionali dipendono fortemente dal design del gioco: degli articoli acquistabili in uno possono non esserci completamente in un altro, in quanto la meccanica interessata non esiste del tutto oppure viene già offerta di base. In *MapleStory* le persone possono ad esempio comprare un animale da compagnia che raccoglie per loro il bottino lasciato cadere dai nemici sconfitti (Lehdonvirta, 2009) mentre in *Guild Wars 2* la raccolta automatica può essere attivata semplicemente nelle impostazioni di gioco.

4) Oggetti potenzianti

Questa categoria racchiude tutti quegli oggetti che contribuiscono ad aumentare gli attributi di attacco e di difesa del personaggio (Davidovici-Nora, 2013). Si tratta sia di equipaggiamenti del tutto nuovi sia di bonus particolari da fondere o inserire nelle armi e nelle armature. Vengono anche considerati i potenziamenti temporanei come le pozioni e gli articoli che conferiscono un bonus specifico come quello riportato di seguito nella Figura 10.

Figura 10: Esempio di oggetto potenziante



Fonte: foto scattata il 25.07.2017 nel gioco *Guild Wars 2* (ArenaNet, 2012).

Questa tipologia di articoli può contenere delle armi e armature più forti di quelli che si possono ottenere normalmente senza pagare, sfociando di conseguenza nel concetto visto in precedenza del *Pay-to-Win*, una delle pratiche più detestate dai giocatori per via del loro impatto sull'equilibrio del gioco (Tomić, 2017).

5) Oggetti acceleratori

Gli acceleratori sono solitamente degli oggetti monouso che consentono di velocizzare la progressione del personaggio per un periodo di tempo limitato sia in termini di aumento di livello che di accumulo di oggetti (Davidovici-Nora, 2013). Nella Figura 11, l'acceleratore riportato come esempio permette infatti di aumentare di una certa percentuale la quantità di punti esperienza guadagnati e la probabilità di trovare oggetti ed equipaggiamenti rari con ogni missione completata e nemico sconfitto. Solitamente esistono tuttavia altri tipi di acceleratori che permettono di velocizzare un solo aspetto specifico della progressione.

Figura 11: Esempio di oggetto acceleratore

Fonte: foto scattata il 25.07.2019 nel gioco *Guild Wars 2* (ArenaNet, 2012).

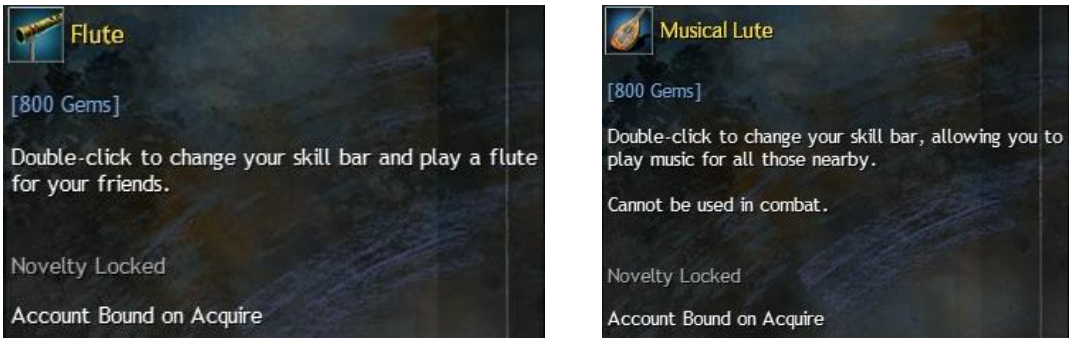
Se si considera il fattore tempo, anche in questa categoria è possibile trovare degli oggetti che possono essere ritenuti *Pay-to-Win* dai giocatori.

In generale, il *Pay-to-Win* dipende fortemente da come un giocatore interpreta il concetto di "vincere". Se battere un giocatore in un duello per mostrare le proprie abilità è la vittoria definitiva, gli oggetti potenzianti sono per lui la forma principale di *Pay-to-Win* in quanto lo scontro non sarà deciso dalla bravura ma piuttosto da chi ha speso più soldi. Se invece la persona ritiene di aver vinto dopo aver sorpassato tutti gli altri nel PvE, egli non apprezzerà il fatto di poter acquistare degli oggetti come gli acceleratori che permettono di arrivare prima al successo.

6) Oggetti sociali

Come suggerisce il nome, questa categoria fa riferimento a tutti quegli articoli che possono essere utilizzati direttamente per socializzare ed interagire con altri giocatori. Animazioni, fuochi d'artificio, palloncini d'acqua o altri oggetti con effetti divertenti e amichevoli possono tutti essere inclusi in questa categoria. Un altro esempio, riportato nella Figura 12, sono invece gli strumenti musicali che permettono di riprodurre la colonna sonora del gioco oppure addirittura danno la possibilità di comporre e riprodurre personalmente delle musiche, attraendo a sé una folla di spettatori.

Figura 12: Esempi di oggetti sociali



Fonte: foto scattate il 25.07.2019 nel gioco *Guild Wars 2* (ArenaNet, 2012).

Sarebbe possibile inserire gli oggetti sociali all'interno della categoria di quelli cosmetici in quanto i suoni e le animazioni possono contribuire all'estetica del personaggio (Lehdonvirta, 2009), tuttavia si ritiene opportuno separarli per una questione di comportamento attivo e passivo. Gli oggetti sociali per avere degli effetti richiedono l'attivazione da parte del giocatore, mentre quelli cosmetici non costituiscono uno strumento d'interazione diretto con gli altri.

7) Loot box

Le *loot box*, come anche spiegato in precedenza, sono dei contenitori che permettono di ottenere in modo del tutto casuale un certo numero di articoli virtuali (Tomić, 2018). Al loro interno è possibile trovare sia oggetti che possono essere acquisiti durante la normale esperienza di gioco, sia articoli più esclusivi che potrebbero anche essere disponibili nell'*item shop*. Più è alta la rarità dell'oggetto o l'utilità che conferisce, minore sarà la probabilità che esso compaia. Un esempio grafico è riportato qui di seguito, nel quale viene mostrata la situazione prima e dopo l'apertura della *loot box*.

Figura 13: Esempio di loot box prima e dopo l'apertura

Fonte: foto scattate il 25.07.2019 nel gioco *Guild Wars 2* (ArenaNet, 2012).

Come si può vedere, non è possibile conoscere in anticipo tutto il contenuto e non esiste alcun modo per influenzarne l'esito.

Il fatto che le *loot box* possano contenere degli oggetti non disponibili altrove e che l'esito della loro apertura è dettato dal caso, i giocatori sono spinti ad acquistarle di continuo e in gran numero fino a quando non riescono ad entrare in possesso di ciò che desiderano. Questo meccanismo è stato spesso comparato negli ultimi anni con il gioco d'azzardo e, come visto in precedenza, è uno dei motivi per cui le *loot box* sono finite al centro di un ciclone mediatico e legislativo. (King & Delfabbro, 2018)

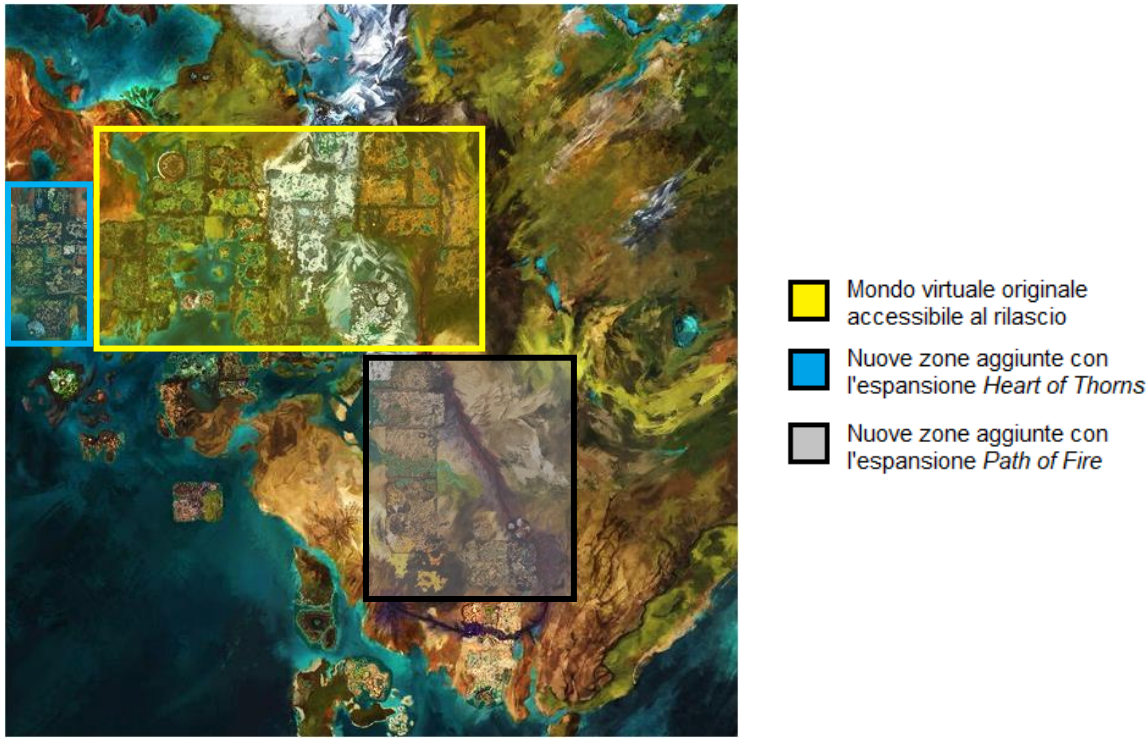
Per citare un altro caso esemplificativo recente, nel mese di febbraio un ragazzo di 24 anni negli Stati Uniti ha aperto 500 *loot box* pagando più di 500 dollari solo per ottenere un set speciale di oggetti estremamente raro (Jackson, 2019), dando il via all'ennesima serie di articoli riguardanti il loro collegamento con il gioco d'azzardo.

8) Contenuti aggiuntivi

Anche conosciuti con il termine di *downloadable content* (DLC), i contenuti aggiuntivi permettono di vivere una nuova esperienza in un gioco già esistente senza alterarne i meccanismi o perturbando l'equilibrio fra giocatori (Tomić, 2018). Nel genere MMORPG si tratta soprattutto di espansioni alla trama principale del gioco, nuovi *dungeon* e *raid*, nuove aree da esplorare e occasionalmente nuove funzionalità.

Per dare un'idea di quanto grandi possano essere i contenuti aggiuntivi si può osservare l'immagine seguente.

Figura 14: Evoluzione del mondo virtuale di Guild Wars 2 tramite contenuti aggiuntivi



Fonte: elaborazione dell'autore in base a Guild Wars 2 Official Wiki (2019).

Guild Wars 2 è stato rilasciato inizialmente con 25 zone aperte da esplorare (contenute per la maggior parte nell'area gialla della Figura 14). Con il rilascio della prima espansione *Heart of Thorns* sono state aggiunte quattro nuove zone (area azzurra), mentre con la seconda espansione *Path of Fire* ne sono state aggiunte cinque (area grigia). Prima e dopo l'uscita di ogni espansione, il mondo di gioco accessibile è stato ampliato ed arricchito di contenuti attraverso molti DLC gratuiti di dimensioni minori, i quali hanno aggiunto ogni volta una nuova zona da esplorare e contribuito allo sviluppo della narrazione principale del gioco. A sette anni dal suo rilascio iniziale, il mondo virtuale di *Guild Wars 2* è raddoppiato in grandezza e nel corso degli anni sono state aggiunte molte novità che non erano presenti nel gioco base come i *raid* e le cavalcature.

Può essere discutibile considerare i DLC come una vera e propria categoria di oggetti, proprio per il fatto che non sono tali. Acquistare qualcosa appartenente alle altre tipologie sopra descritte conferisce il possesso di quell'articolo e il suo utilizzo rimane a discrezione del giocatore. I DLC invece non sono un oggetto su cui si ha la proprietà, ma sono dei contenuti che estendono il mondo di gioco e al quale più giocatori possono accedere in contemporanea. Inoltre, non rispecchiano del tutto la definizione di microtransazione, in particolare l'aspetto della dimensione evidenziato da Ball & Fordham (2018). Se si paragona una singola arma acquistata con un'intera area di gioco, la quantità di memoria del computer utilizzata è nettamente differente. Nonostante ciò, ai fini della tesi i DLC vengono tenuti in considerazione per una questione di completezza e per il fatto che anch'essi possono essere spesso acquistati direttamente nell'*item shop* del gioco.

3 Le relazioni fra motivazioni di gioco e oggetti virtuali acquistati: un'analisi empirica

Esaurita la parte maggiormente teorica dell'elaborato circa le motivazioni di gioco delle persone e le varie categorie di oggetti virtuali acquistabili in un tipico MMORPG, rimane ora da capire se e come questi due elementi hanno influenza l'uno sull'altro.

3.1 Ipotesi di ricerca

Nel rispondere alla domanda di ricerca principale e basandosi sul quadro teorico appena concluso, prima di avviare la ricerca empirica sono state formulate le seguenti ipotesi in merito alle possibili relazioni esistenti fra motivazioni e oggetti acquistati:

H1. Gli Achiever acquistano monete virtuali, oggetti potenzianti, oggetti acceleratori e loot box.

Come si è potuto constatare in precedenza, gli Achiever puntano soprattutto al successo e all'essere migliori degli altri in qualsiasi modo possibile. Per questo motivo si ipotizza che essi siano più propensi ad acquistare le monete virtuali del gioco per potersi poi procurare gli oggetti non a pagamento necessari per restare performanti. Per la stessa ragione, si presume che gli Achiever sfruttino le microtransazioni per comprare direttamente la potenza e che essi si avvalgano degli oggetti acceleratori per potersi dedicare prima alla performance del personaggio, piuttosto che al suo sviluppo. Infine, si pensa che gli Achiever siano la categoria di giocatore che possa essere più disposta a comprare le *loot box* in quanto il meccanismo paragonabile al gioco d'azzardo può dare a loro un senso di successo quando riescono ad ottenere ciò che vogliono.

H2. Gli Explorer acquistano oggetti funzionali e contenuti aggiuntivi.

L'esplorazione e la scoperta del mondo fisico e letterale del gioco sono centrali per gli Explorer. Si ipotizza di conseguenza che essi acquistino oggetti funzionali che rendano questi aspetti più piacevoli e meno tediosi: cavalcature per agevolare i movimenti, spazi aggiuntivi nell'inventario per ridurre le interruzioni e conservare oggetti, etc. In più, si suppone che essi siano fra i primi a comprare i contenuti aggiuntivi, in quanto possono prolungare l'esperienza di gioco con nuove zone da esplorare, storie da approfondire e segreti da scoprire.

H3. I Socializer acquistano oggetti sociali.

Come anche suggerisce il nome, si ipotizza che i Socializer acquistino oggetti sociali per avere a disposizione più strumenti per interagire amichevolmente con gli altri giocatori.

H4. I Killer acquistano oggetti potenzianti.

Come spiegato in precedenza, i giocatori Killer possono infastidire gli altri sia uccidendoli sia interferendo con le loro attività in modi diversi. Risulta quindi opportuno ipotizzare che i Killer acquistino gli oggetti potenzianti, in particolare gli articoli *Pay-to-Win*, in quanto possono dare dei vantaggi significativi sugli altri nel combattimento PvP ed agevolare il loro comportamento.

H5. I Role-Player acquistano oggetti cosmetici e contenuti aggiuntivi.

Infine, in merito ai Role-Player, i quali si dedicano alla trama principale e al gioco di ruolo, si ipotizza che essi acquistino oggetti cosmetici per meglio immergersi nel gioco e nel personaggio. Inoltre, analogamente agli Explorer, si prevede che essi comprino anche i contenuti aggiuntivi per espandere la narrazione e poter così continuare a vivere un'avventura.

3.2 Metodologia di raccolta dei dati primari

Per portare a termine la ricerca e trovare rispondenza nelle ipotesi effettuate, è stato indispensabile interpellare i principali utilizzatori di videogiochi, ovvero i giocatori stessi. Utilizzando un approccio dapprima qualitativo e successivamente quantitativo, attraverso l'analisi empirica si sono indagati gli acquisti effettivi degli utenti, la loro attitudine verso il modello delle microtransazioni e la predisposizione all'acquisto dei vari oggetti.

Si è deciso di dare uno sguardo anche all'attitudine in quanto influenza le decisioni d'acquisto del consumatore. Infatti, essa rappresenta l'insieme delle valutazioni, sentimenti e tendenze che lo spingono verso o lontano un oggetto o un'idea. Ogni individuo tenderà a privilegiare l'acquisto di qualcosa verso il quale ha un'attitudine positiva, mentre eviterà gli articoli per il quale non ha molto riguardo. Le attitudini di un consumatore sono difficili da modificare e pertanto le imprese dovrebbero soprattutto concentrarsi sull'offrire dei prodotti che si adattino ad esse. (Kotler & Armstrong, 2017)

Senza limitarsi quindi agli acquisti effettivi, anche indagando l'attitudine si sono ricercati altri elementi interessanti di riflessione che potessero indicare l'esistenza di relazioni fra motivazioni e oggetti acquistati.

3.2.1 Interviste qualitative

Tra il 17.07.2019 e il 31.07.2019 sono state svolte dieci interviste faccia a faccia con persone residenti in Ticino di età compresa fra i 15 e i 41 anni che hanno giocato ad almeno un MMORPG ed effettuato al loro interno delle microtransazioni. Le interviste sono state costruite adottando una logica semi-strutturata in quanto Saunders, Lewis e Thornhill (2016) spiegano come sottoporre una serie di temi e domande aperte dà la possibilità all'intervistato di esprimersi con maggiore libertà e di conseguenza permette di far emergere degli elementi di discussione da approfondire che possono ritornare utili ai fini della ricerca.

Inoltre, le interviste semi-strutturate vengono normalmente utilizzate nelle ricerche esplorative, motivo in più per cui sono state ritenute uno strumento adatto per la raccolta dei dati (Saunders, Lewis, & Thornhill, 2016).

Le interviste sono durate in media 45 minuti ed ognuna è stata suddivisa in tre fasi. Inizialmente sono state poste una serie di domande per capire il perché gli intervistati giocano ai videogiochi in generale e in seguito agli MMORPG nello specifico. Lo scopo di questa prima parte era quello di determinare in quali categorie di giocatore essi ricadevano fra le cinque individuate in precedenza grazie alla *Player Type Theory* e agli studi di Yee. Per verificare quanto espresso dagli intervistati è stato inoltre sottoposto un breve test basato su quello di Bartle.

Il *Bartle Test of Gamer Psychology*[1] o semplicemente "test di Bartle" in italiano, contrariamente da quello che suggerisce il nome, è stato creato da Erwin Andreasen e Brandon Downey per permettere alle persone di determinare in quale categoria di giocatore esse ricadono (Bartle, 2004). Il questionario online è costituito da trenta domande le cui risposte vengono processate secondo una formula matematica per restituire come risultato il "coefficiente di Bartle", il quale indica in che percentuale il rispondente rientra in ogni categoria di giocatore (González Mariño, Cantú Gallegos, Camacho Cruz, & Rosales Camacho, 2018). Ad esempio, una persona potrebbe ottenere 100% Achiever, 50% Killer, 40% Socializer e 10% Explorer, arrivando fino ad un massimo complessivo del 200%.

Il test di Bartle è stato compilato da più di un milione di persone ed è un riferimento internazionale utilizzato dagli sviluppatori di videogiochi e dagli esperti di *gamification* (González Mariño et all., 2018), tuttavia ai fini dell'intervista non risultava pratico sottoporre il test originale a causa della sua lunghezza eccessiva e dal fatto che non è possibile rispondere in maniera neutrale (Bartle, 2004). Inoltre, non vi erano garanzie che gli intervistati avessero le conoscenze sufficienti per capire il testo in inglese. Per queste ragioni si è presa come struttura di riferimento quella del test riprogettato da González Mariño, Cantú Gallegos, Camacho Cruz e Rosales Camacho (2018), i quali, avvalendosi del calcolo combinatorio e della scala Likert[2], hanno sviluppato un metodo alternativo per misurare le categorie.

Nella loro variante, per ogni possibile combinazione unica fra Achiever, Explorer, Socializer e Killer, viene sottoposta una situazione che implica un modo di pensare che va a favore di una o dell'altra tipologia. Questo sistema permette di attribuire un punteggio in base alla risposta data grazie alla scala Likert a cinque livelli e di ridurre drasticamente il numero di domande, passando da trenta a sei. La Tabella 3 mostra un esempio di come viene misurata la personalità di un giocatore su una scala da Achiever ad Explorer.

---

[1] Una versione del test è attualmente disponibile sul sito https://matthewbarr.co.uk/bartle/.

[2] La scala Likert è una tecnica di misurazione dell'atteggiamento. Ai rispondenti vengono sottoposte un certo numero di affermazioni alle quali bisogna indicare il proprio grado di accordo o disaccordo in base ad una scala simmetrica contenente una serie di dichiarazioni. La scala varia generalmente dai quattro ai sette livelli e dovrebbe contenere sia risposte positive che negative. (Saunders, Lewis, & Thornhill, 2016)

Tabella 3: Esempio di determinazione della personalità tra Achiever e Explorer

	Più Achiever che Explorer		Né Achiever né Explorer	Più Explorer che Achiever	
	In completo disaccordo	*In disaccordo*	*Neutrale*	*D'accordo*	*Completamente d'accordo*
Situazione che implica un modo di pensare a favore dell'Explorer e che si allontani invece dal punto di vista dell'Achiever.	3 punti verso Achiever 0 punti verso Explorer	2 punti verso Achiever 1 punto verso Explorer	1 punto verso Achiever 1 punto verso Explorer	1 punto verso Achiever 2 punti verso Explorer	0 punti verso Achiever 3 punti verso Explorer

Fonte: rielaborazione dell'autore in base a González Mariño, Cantú Gallegos, Camacho Cruz & Rosales Camacho, 2018, p. 37.

L'impiego di questo sistema è stato necessario anche per poter considerare la quinta categoria del Role-Player, totalmente assente nel test di Bartle. Seguendo i ragionamenti di González Mariño et all., sono state infatti formulate quattro ulteriori domande per coprire le nuove combinazioni derivate dall'aggiunta di questa nuova tipologia.

Prendendo come spunto le domande del test di Bartle originale, sono state create infine dieci situazioni sulle quali i rispondenti hanno dovuto esprimere il loro grado di accordo o disaccordo su una scala Likert da 1 a 5. La modalità di presentazione dei risultati è rimasta la stessa del test originale, le uniche differenze stavano nell'esistenza della categoria del Role-Player e nel fatto che la somma delle percentuali di ogni tipologia arrivava al massimo fino al 100% e non al 200% (González Mariño et all., 2018). Dato che non si conosce esattemente il metodo di calcolo utilizzato nel test originale, la percentuale è stata calcolata in modo semplice per ogni tipologia, dividendo i punti ottenuti in ognuna di esse per il totale complessivo.

Nell'Allegato 3 è possibile consultare il test sottoposto durante le interviste così come i punteggi attribuiti ad ogni risposta.

La seconda parte dell'intervista poneva invece l'accento sugli acquisti di oggetti virtuali effettuati negli MMORPG e in altri generi di videogiochi. Agli intervistati è stato chiesto inizialmente di esprimersi in merito ai vari articoli che hanno comprato al loro interno, ponendo l'attenzione sul collegamento con le motivazioni di gioco e tralasciando l'aspetto economico. In questo modo si è andata a misurare una parte del loro comportamento d'acquisto effettivo. Successivamente, sono state spiegate a loro le otto categorie di oggetti virtuali individuate nella ricerca e per ognuna di esse è stato chiesto quanto, su una scala da 1 a 5, essi sarebbero inclini ad acquistare i rispettivi articoli e perché. Con questo sistema si è indagata invece l'attitudine degli intervistati verso l'acquisto, oltre che a permettere di verificare le affermazioni precedenti e di far emergere eventuali spese omesse.

La parte conclusiva dell'intervista è stata dedicata infine alla percezione delle microtransazioni in generale, nella quale si è chiesto agli intervistati semplicemente di esprimere la loro opinione in merito al modello. Quest'ultima fase è stata effettuata per aver ulteriori spunti di riflessione e per concludere l'intervista con una discussione più aperta.

Nell'Allegato 4 è disponibile la traccia d'intervista utilizzata per i dieci incontri, mentre a partire dall'Allegato 5 fino all'Allegato 14 è possibile trovare le trascrizioni di ogni intervista.

3.2.2 Sondaggio online quantitativo

La seconda fase di raccolta dei dati primari è avvenuta attraverso un sondaggio online, il cui scopo era quello di ottenere anche in termini quantitativi un quadro approssimativo delle motivazioni di gioco dei giocatori di MMORPG e dei loro acquisti di oggetti virtuali. Tutte le domande e i risultati grezzi ottenuti dal questionario sono stati riassunti nell'Allegato 15.

Il sondaggio era disponibile sia in lingua italiana che in lingua inglese ed è stato strutturato con la stessa logica delle interviste qualitative. Inizialmente sono state sottoposte una serie di domande per determinare il profilo demografico dei rispondenti e ottenere così un'idea generale di chi gioca agli MMORPG. A differenza delle interviste, le motivazioni di gioco sono state misurate con un metodo alternativo al test progettato sulla base di quello di Bartle, prendendo come riferimento questa volta la metodologia adottata nello studio empirico di Yee menzionato in precedenza. Per ognuna delle cinque categorie di giocatore sono state sottoposte tre domande distinte, le cui singole risposte attribuivano un punteggio da 1 a 5 nella rispettiva tipologia. Una volta sommati i risultati ottenuti, per ogni categoria è stato possibile determinare le personalità dominanti del rispondente. Ad esempio, una persona poteva ottenere 15 punti Achiever, 11 Killer, 7 Socializer, 5 Explorer e 3 punti Role-Player. Nell'Allegato 15 è possibile consultare le domande dalla 9 alla 23 comprese per avere maggiori dettagli sull'attribuzione dei punteggi.

Per le motivazioni di gioco si è scelto di utilizzare una metodologia alternativa per rendere il sondaggio meno pesante e confusionale. Dato che le domande mischiavano due personalità differenti, vi era il timore che i rispondenti non capissero appieno le situazioni proposte e che la loro lunghezza eccessiva li scoraggiasse dal portare a termine il questionario, cose che invece si ritiene di aver evitato implementando domande brevi e più mirate.

In seguito alla parte relativa alle motivazioni di gioco, sono state poste diverse domande per misurare la frequenza d'acquisto dei vari oggetti virtuali appartenenti alle otto categorie individuate nel corso della ricerca. Qualora i rispondenti non avessero mai acquistato determinati articoli, le possibilità di risposta date erano due:

- "*Mai acquistate, non ho intenzione di farlo*"
- "*Mai acquistate, ma sarei incline a farlo*"

Oltre che il comportamento effettivo, con questa distinzione è stato possibile anche misurare l'attitudine dei giocatori verso un potenziale acquisto futuro.

L'ultima parte del questionario è stata invece dedicata alla percezione del modello delle microtransazioni in generale. Prendendo come base le considerazioni emerse durante le interviste, sono state sottoposte sei affermazioni ai rispondenti sulle quali veniva richiesto di esprimere il proprio grado di accordo su una scala da 1 a 5.

Per diffondere il sondaggio si è scelto di utilizzare principalmente il sito web di Reddit per via della sua popolarità e facilità d'accesso, pubblicando il questionario sulle seguenti sotto pagine:

- *Albion Online* (r/albiononline)
- *The Elder Scrolls Online* (r/elderscrollsonline)
- *Guild Wars 2* (r/Guildwars2)
- *Neverwinter* (r/Neverwinter)
- MMORPG (r/MMORPG)

Fra queste, le prime 4 sono dedicate a specifici videogiochi MMORPG che possiedono un modello di microtransazioni, mentre l'ultima pagina è invece legata al mondo degli MMORPG in generale[1]. Si ritiene che con il campione selezionato si è potuta raggiungere un'adeguata quantità di rispondenti che rappresentassero i giocatori tipici di MMORPG e che potessero dimostrare un interesse nella ricerca, aumentando così le possibilità di ottenere una risposta. Il sondaggio è rimasto attivo dal 04.08.2019 al 23.08.2019 per un totale di 19 giorni ed è stato rilanciato all'inizio di entrambe le due settimane successive a quella iniziale. Ciò è stato fatto seguendo le linee guida di Saunders, Lewis e Thornhill (2016), i quali suggeriscono che il tempo minimo necessario per raccogliere i dati attraverso un questionario online varia dalle due alle sei settimane a dipendenza dei rilanci.

In merito alla validità e alla quantità dei risultati ottenuti, è opportuno tenere in considerazione quali sono i limiti che ancora tutt'oggi affliggono le ricerche effettuate tramite questionari online in ambito videoludico.

Per prima cosa, non è stato possibile definire un campione rappresentativo in quanto determinare la popolazione che gioca a videogiochi MMORPG è un lavoro ben al di là dello scopo di questa tesi. Come prima difficoltà bisogna infatti considerare che questo tipo d'informazione non è solitamente disponibile al pubblico e per questo motivo, come anche evidenziato da Williams, Yee e Caplan (2008), le ricerche sistematiche e generalizzate in ambito videoludico riscontrano ancora delle difficoltà proprio a causa dell'inaccessibilità a questo tipo di dati. Secondariamente, non è possibile stabilire quanti utenti unici esistono effettivamente poiché una persona potrebbe giocare a più MMORPG e distorcere così il numero della popolazione totale. Infine, non è vi alcuna garanzia che le persone che frequentano le pagine di Reddit sul quale è stato pubblicato il sondaggio siano rappresentative di quelle che si possono raggiungere effettivamente nei giochi.

Nonostante questi limiti, il fine ultimo della tesi non è quello di produrre dei dati certi e indiscutibili dal punto di vista statistico, ma piuttosto di fornire degli spunti per ulteriori ricerche future grazie al suo carattere esplorativo e pionieristico. Per questo motivo si è posto l'obiettivo di ottenere almeno 300 risposte per avere un numero discreto di dati da analizzare e per conferire un certo grado di validità alla ricerca.

[1] Vi era l'intenzione di pubblicare il sondaggio anche sulla pagina Reddit di *Final Fantasy XIV* (r/ffxiv), tuttavia la richiesta di pubblicazione è stata respinta dagli amministratori della pagina.

3.3 Analisi dei risultati delle interviste qualitative

Lo scopo delle interviste qualitative era quello di approfondire il perché determinati giocatori con motivazioni di gioco differenti hanno acquistato o meno specifici oggetti virtuali. Prima di entrare nel merito dei risultati ottenuti è opportuno dare però uno sguardo alle caratteristiche e alle personalità degli individui intervistati anche grazie al test condotto durante gli incontri.

Al fine di mantenere l'anonimato di coloro che si sono messi a disposizione per la ricerca, d'ora in avanti vi si farà riferimento come "intervistati" seguiti dal loro numero di rispondente in base all'ordine cronologico con cui sono stati svolti gli incontri. Nell'Allegato 16 sono disponibili delle tabelle riassuntive in merito agli acquisti effettuati e intenzionali di ogni intervistato, suddivisi per le otto categorie di oggetti virtuali.

Su dieci intervistati, due erano di sesso femminile (intervistati 4 e 9), mentre i restanti otto erano di sesso maschile. Nel complesso, cinque di loro dedicano in una settimana la maggior parte del loro tempo di gioco agli MMORPG, mentre gli altri riservano a questo genere di videogiochi meno della metà del tempo. Tutti gli intervistati hanno effettuato delle microtransazioni in almeno due delle otto categorie individuate (cfr. Allegato 16), mentre per quanto riguarda le motivazioni di gioco, di seguito viene riportata una tabella riassuntiva dei risultati del test sottoposto durante le interviste.

Tabella 4: Panoramica delle motivazioni di gioco degli intervistati

Intervistato	Achiever	Explorer	Socializer	Killer	Role-Player
1	14%	18%	32%	4%	32%
2	32%	7%	29%	25%	7%
3	26%	22%	18%	4%	30%
4	14%	31%	21%	3%	31%
5	30%	27%	7%	3%	33%
6	33%	15%	26%	7%	19%
7	15%	30%	7%	15%	33%
8	14%	17%	24%	14%	31%
9	10%	31%	17%	4%	38%
10	32%	4%	32%	25%	7%

Fonte: elaborazione dell'autore.

Sulla base di quanto emerso durante gli incontri, la tabella viene interpretata come segue:

- le motivazioni di gioco principali (evidenziate in azzurro) sono rappresentate da una percentuale pari o superiore al 30%;
- le motivazioni secondarie (evidenziate in giallo) rientrano invece tra il 10% compreso e il 30% non compreso;
- infine, tutto ciò al di sotto del 10% indica delle motivazioni sporadiche e meno rilevanti.

D'ora in avanti, quando si parlerà di motivazioni principali e secondarie si farà riferimento a coloro che hanno ottenuto le percentuali appena indicate, mentre se non viene specificata la suddivisione si farà riferimento ad entrambi.

Al termine del test, agli intervistati è stato spiegato il contenuto di ognuna delle cinque tipologie e successivamente è stato chiesto se essi si rispecchiassero nel risultato ottenuto. Tutti hanno dato una risposta positiva, tranne l'intervistato 2 che riteneva l'aspetto della socializzazione più importante di quello dell'essere un Achiever, anche se la differenza in punti percentuali era minima.

Osservando la tabella si può notare come si è riusciti ad intervistare delle persone con motivazioni di gioco principali variate, andando a coprire quasi tutte le categorie. Soltanto per la tipologia Killer non è stato individuato qualcuno che l'avesse come ragione di gioco principale, tuttavia quattro di loro (intervistati 2, 7, 8 e 10) hanno ottenuto una percentuale relativamente elevata rispetto agli altri. Un altro aspetto da mettere in evidenza è come la maggior parte degli intervistati giochi per via dell'interesse nella trama principale e/o nel gioco di ruolo. Solo in due casi (intervistati 2 e 10) non vi era alcun interesse in merito.

Passando ora ai risultati ottenuti, per ogni tipologia di giocatore si andranno ad analizzare i vari elementi emersi che permettono di validare o meno le ipotesi formulate oppure che indichino l'esistenza di eventuali altre relazioni non considerate. Il tutto verrà effettuato ponendo l'attenzione soprattutto a coloro che hanno ottenuto nelle rispettive categorie una percentuale pari o superiore al 30% e, qualora vi fossero elementi rilevanti, anche a chi ha conseguito una percentuale inferiore. Alla fine verrà riservato invece uno spazio dedicato alla percezione del modello delle microtransazioni in generale.

Achiever

Tutti gli intervistati hanno dimostrato di avere almeno in parte una personalità da Achiever. Non del tutto in linea con quanto ipotizzato, un primo elemento emerso è che quasi nessuno ha comprato delle monete virtuali tradizionali (cfr. Allegato 16). In particolare è stato messo in evidenza più volte come la valuta virtuale è molto facile da ottenere giocando normalmente e, in linea con la personalità dell'Achiever, è qualcosa che in generale si preferisce guadagnare piuttosto che comprare. La predisposizione all'acquisto è per tutti bassa (cfr. Allegato 16) e nel complesso il motivo principale che porterebbe alla spesa effettiva è legato alla necessità di progredire in fretta e in poco tempo. Questa è proprio la ragione per cui gli intervistati 9 e 10 le hanno acquistate in passato.

Per quanto riguarda gli oggetti potenzianti, soltanto due persone hanno comprato qualcosa appartenente a questa categoria e per motivi differenti (cfr. Allegato 16). Infatti, l'intervistato 2 ha acquistato dei materiali per aumentare il livello di forza dell'equipaggiamento e diventare potente in fretta, tuttavia egli ha ribadito quanto segue:

> *"Io compro gli item per essere più forte, però non compro le armi già al massimo livello. Per una questione di soddisfazione e gusto personale, preferisco comprare le cose necessarie a portare personalmente gli oggetti al massimo livello, anche se il processo di miglioramento può fallire."*
> (Cfr. intervistato 2, Allegato 6)

L'intervistato 6, invece, ha acquistato questi tipi di oggetti perché sentiva che il gioco glielo stesse imponendo e non sopportava di essere in svantaggio rispetto agli altri.

Tutti gli altri Achiever si sono dimostrati poco disposti ad acquistare articoli potenzianti soprattutto perché ritengono che creino squilibri fra giocatori, rovinino l'idea di guadagnare successo con le proprie forze oppure tolgano parte dell'esperienza di gioco rendendola troppo facile. Nonostante ciò, l'ipotesi *H1* è per un certo livello confermata, in quanto le motivazioni d'acquisto fornite dagli intervistati 2 e 6 sono collegate al loro essere Achiever.

Dal lato oggetti acceleratori, l'ipotesi *H1* formulata è stata confermata in quanto tre Achiever con più del 30% di rappresentanza su quattro li hanno acquistati (cfr. Allegato 16). Tutti hanno evidenziato il bisogno di avanzare velocemente di livello per finire in fretta il gioco e concentrarsi sullo sviluppo del personaggio (cfr. intervistati 2, 6 e 10).

Per quanto concerne le *loot box*, sei Achiever hanno affermato di averle comprate ma sono risultati in generale poco propensi a ripetere l'acquisto (cfr. Allegato 16). Si sono riscontrati due fronti contrapposti di motivazioni, ognuno composto da due Achiever principali e uno secondario. Una parte ha ribadito che le ragioni di fondo dietro il loro acquisto erano più che altro economiche, ovvero che desideravano finire le poche monete *premium* rimaste sul loro account (cfr. intervistati 2, 9 e 10). Inoltre, i due Achiever principali hanno affermato di preferire spendere qualcosa in più per degli oggetti precisi piuttosto che sperare nella fortuna ad un prezzo più basso. Dall'altro lato è stato invece evidenziato dai rispondenti come il meccanismo simile al gioco d'azzardo crei una forte soddisfazione personale quando nella *loot box* compaiono degli oggetti molto rari altrimenti difficili da ottenere (cfr. intervistati 5, 6 e 7). Si può quindi dedurre che una relazione tra Achiever e *loot box* esista almeno in parte.

Al di là dell'ipotesi formulata, un aspetto aggiuntivo emerso dagli incontri è che tutti gli Achiever, ma così come tutti gli intervistati, hanno acquistato oggetti cosmetici e sono per la maggior parte molto inclini a rifarlo (cfr. Allegato 16). È risultato inoltre che questi tipi di articoli sono di solito i primi ad essere comprati e con la maggiore frequenza. Per quanto riguarda le ragioni dietro l'acquisto che più rispecchiano la personalità dell'Achiever si possono leggere la seguenti affermazioni:

> "(Gli oggetti cosmetici) *mi fanno sentire potente e mi permettono di distinguermi dagli altri. […] Mi danno un senso di onnipotenza e fanno capire subito agli altri quanto sono forte."*
> (Cfr. intervistato 2, Allegato 6)

> *"Comunque, in generale le skin e simili le acquisto soprattutto perché mi permettono di distinguermi e anche sembrare migliore degli altri. […] sono cose che enfatizzano il mio successo."*
> (Cfr. intervistato 6, Allegato 10)

Si può quindi pensare che esista una relazione con il desiderio di differenziarsi ed emergere dalla massa e riuscire allo stesso tempo a mettere in risalto i propri risultati in modo che gli altri possano vederli. Questo rispecchia quanto affermato in precedenza da Bartle sul comportamento degli Achiever.

Anche gli oggetti funzionali sono stati acquistati da tutti gli Achiever principali (cfr. Allegato 16) e in questo caso le motivazioni sono ricadute specialmente sulla questione tempo.

Infatti, è stata menzionata più volte la necessità di velocizzare quelle attività ripetitive e tediose per potersi dedicare di più alla progressione del personaggio o ad altre attività per ottenere prestigio come i *raid* e gli obiettivi (cfr. intervistati 2, 6 e 10).

Per concludere la tipologia Achiever, si pone l'attenzione sui contenuti aggiuntivi. L'intervistato 2 non ha mai effettuato acquisti di questo tipo perché non ha alcun interesse nella narrazione e nell'esplorazione, ritenendoli elementi che rallentano solo la progressione del personaggio. Con la stessa linea di pensiero si è espresso anche l'intervistato 10, il quale ha tuttavia aggiunto:

> "*Poi ho diciamo dovuto comprare le espansioni di certi MMO a pagamento perché aggiungevano nuovi raid o equipaggiamenti necessari ad avere il personaggio ottimizzato. […] Le parti della storia e le nuove mappe non mi interessano."*
> (Cfr. intervistato 10, Allegato 14)

Un'ultima motivazione d'acquisto emersa è il fatto che i contenuti aggiuntivi possono offrire nuovi oggetti da ottenere (cfr. intervistato 3) o nuovi obiettivi da completare (cfr. intervistato 5) e questi, come si è anche spiegato in precedenza, sono ulteriori elementi a disposizione degli Achiever per misurare il loro successo nel gioco. Si ritiene dunque che una relazione con i contenuti aggiuntivi dipenda fortemente da cosa viene effettivamente offerto al loro interno.

Explorer

Per quanto riguarda gli Explorer, in merito agli oggetti funzionali l'intervistato 5 ha affermato di aver acquistato degli articoli per ridurre le interruzioni all'esplorazione dovute ad esempio alla necessità di recarsi dai mercanti per liberare lo spazio nell'inventario. Anche l'intervistato 7, nonostante non abbia effettuato acquisti in tale ambito, si è mostrato abbastanza incline a comprare oggetti con finalità simili o che permettano di esplorare il mondo in modi alternativi ad esempio volando o andando sottacqua.

I risultati più evidenti e condivisi fra gli Explorer sono stati invece individuati nei contenuti aggiuntivi, in quanto tutti coloro che hanno ottenuto una percentuale Explorer al di sopra del 10% hanno acquistato DLC o pacchetti espansione per ragioni molto simili (cfr. Allegato 16). Se si guardano però soprattutto gli intervistati 4, 7 e 9 (Explorer principali), tutti apprezzano quando oltre alla trama principale del gioco vengono aggiunte nuove aree da esplorare o opportunità per approfondire la storia del mondo virtuale.

Grazie agli elementi emersi dagli incontri si può quindi affermare che l'ipotesi *H2* formulata inerente gli Explorer è confermata.

Altri aspetti emersi degni di nota riguardano invece gli articoli potenzianti e quelli acceleratori. Sempre l'intervistato 5 ha fornito delle motivazioni sul perché non acquisterebbe tali articoli in relazione con l'essere Explorer:

> *"A me piace quando è necessario esplorare la mappa per ottenere dei materiali particolari per l'equipaggiamento. Se compro le cose già fatte mi perdo nel frattempo il fascino dell'esplorazione e quindi parte dell'esperienza di gioco. […]* (Gli oggetti acceleratori) *velocizzano troppo il gameplay e poi ti ritrovi ad esplorare zone di basso livello mentre tu sei già a quello massimo. L'esplorazione è bella, ma se non hai un po' di azione nel mentre risulta quasi noiosa."*
> (Cfr. intervistato 5, Allegato 9)

Non è l'unico che ribadisce come tali oggetti possano appunto togliere parte dell'esperienza di gioco, il quale in questo caso è riferita al volere esplorare il mondo virtuale. Come si vedrà in seguito, anche diversi Role-Player mettono in evidenza questo aspetto e si è già potuto notare che anche fra alcuni Achiever vi è lo stesso pensiero.

Socializer

Durante gli incontri sono stati individuati pochi acquisti molto collegati al desiderio di socializzare con gli altri giocatori. La maggior parte degli elementi sono emersi dall'intervistato 10, il quale ha ottenuto una percentuale Socializer superiore al 30%.

Dai dati ottenuti si ritiene che l'ipotesi *H3* sia confermata, tuttavia i risultati emersi in merito agli oggetti sociali sono suddivisi su due fronti. Soltanto quattro persone di quelle intervistate hanno infatti acquistato articoli del genere e solo un'altra sarebbe abbastanza incline a farlo in futuro (cfr. Allegato 16). Su questo fronte, nel quale sono compresi gli unici due Socializer principali, gli intervistati si sono dimostrati favorevoli all'esistenza di oggetti che permettono di interagire con gli altri senza dover per forza ricorrere alla *chat* (cfr. intervistati 1, 8, 9 e 10). L'intervistato 10 ha spiegato che solitamente acquista oggetti sociali negli MMORPG in occasione degli eventi organizzati dalla propria gilda e anche l'intervistato 5, pur non essendo interessato ad essi, ha affermato di aver visto altri giocatori fare lo stesso. Dall'altra parte, il resto degli intervistati non ha dimostrato alcuna intenzione di acquistare gli oggetti sociali, in quanto a parer loro non sono qualcosa per cui valga la pena spendere soldi veri e perché ritengono che la *chat* sia già uno strumento sufficiente per socializzare.

Spostando l'attenzione sulle altre tipologie di oggetti, l'intervistato 10 ha affermato di aver acquistato una volta delle monete tradizionali per regalarle ad un suo amico in modo da potersi dedicare insieme a lui ai contenuti più difficili del gioco. Anche se la spesa parrebbe più collegata al suo essere Achiever, l'atteggiamento altruista dell'intervistato è un aspetto che non è mai emerso da nessun'altra persona. L'atto del regalare oggetti a pagamento sarà quindi qualcosa da tenere in considerazione nello sviluppo delle microtransazioni.

In merito ad un'altra relazione individuata, sempre l'intervistato 10 ha spiegato che l'acquisto di oggetti cosmetici è in parte legato anche al desiderio di vestirsi in modo uguale ai membri della sua gilda durante degli eventi *in-game*, enfatizzando come "*è un modo per sentirsi parte di un'altra famiglia"* (cfr. Allegato 14). Un ultimo acquisto legato leggermente a ragioni di socializzazione è invece quello dei contenuti aggiuntivi. Durante l'incontro con l'intervistato 10 è emerso che egli ha comprato delle espansioni per accedere a dei contenuti adatti al suo essere Achiever, ma in minor misura anche per poter continuare a giocare insieme ai suoi amici. La faccenda non è stata tuttavia approfondita ulteriormente.

Killer

Come già menzionato in precedenza non si è riusciti ad intervistare almeno una persona che avesse fra le ragioni principali di gioco l'essere un Killer. Fra tutti gli intervistati, soltanto due hanno ottenuto una percentuale elevata vicino al 30% e altri due ancora sono risultati in piccola parte dei Killer (cfr. Allegato 16). Nonostante ciò, è stato possibile individuare almeno due acquisti che si collegano in parte alla personalità di questa tipologia di giocatore.

Innanzitutto, l'intervistato 8, sebbene abbia ottenuto una percentuale Killer bassa, ha spiegato come gli oggetti cosmetici a pagamento sono un modo per intimidire gli altri giocatori e, secondo lui, rendere i combattimenti PvP non strutturati più facili:

> "*Se hai appena iniziato un gioco e vedi qualcuno con armi e armature che sembrano di massimo livello venire verso di te in assetto da guerra, inizi a preoccuparti e appena questo inizia ad attaccarti non sai bene come rispondere e accetti il tuo destino per così dire.*"
> (Cfr. intervistato 8, Allegato 12)

L'altro elemento emerso connesso al profilo del Killer riguarda invece gli oggetti sociali, i quali sono stati adoperati per una ragione differente dal voler interagire amichevolmente con gli altri giocatori. L'intervistato 10 ha infatti acquistato delle *emote*[1] per utilizzarle dopo aver sconfitto un altro giocatore e vantarsi di ciò che aveva fatto, cercando allo stesso tempo di irritare ulteriormente l'altra persona. Questo non è strettamente legato agli MMORPG dato che l'acquisto è avvenuto all'interno di un videogioco MOBA, ma ciò nonostante il comportamento potrebbe facilmente riprodursi anche nell'ambito dei mondi virtuali di massa, dando quindi l'idea dell'esistenza di una relazione.

Purtroppo non sono emersi elementi che indicassero un collegamento con gli oggetti potenzianti come ipotizzato e per questo motivo si dovrà fare affidamento ai risultati del sondaggio online per far luce sulla questione.

Role-Player

L'acquisto di oggetti cosmetici è stato menzionato più volte da tutti i Role-Player e le ragioni puntano per la maggior parte verso un unico elemento: l'immersione nel gioco. In modo simile agli Achiever, anche i Role-Player sono infatti spinti dal desiderio di distinguersi dalla massa, non per mostrare il loro successo, ma per sentirsi i protagonisti del gioco (cfr. intervistato 5 e 7). Un aspetto interessante emerso durante alcune interviste è l'importanza data dagli intervistati alla coerenza delle *skin* con l'ambientazione in cui si trovano:

[1] Le *emote* o *emoticon* sono simili alle *emoji* ma nel contesto videoludico. Grazie ad un *emote* è possibile ad esempio far comparire per pochi secondi sopra la testa del proprio personaggio una faccina che ride, piange o che mostri qualsiasi altro tipo di emozione. Negli MMORPG le *emote* sono anche un modo per descrivere delle particolari animazioni del personaggio che devono essere attivate dal giocatore attraverso un comando testuale.

> *"*(Gli oggetti cosmetici senza alcun legame con il mondo di gioco) *li detesto, sono cose senza senso create soltanto per farti spendere soldi e che ti rompono l'immersione nel gioco."*
> (Cfr. intervistato 1, Allegato 5)

> *"Degli oggetti cosmetici odio quelle cose completamente fuori luogo che non hanno alcun collegamento con il mondo di gioco. A parer mio, tutti quei vestiti a tema Natale o festa di San Patrizio esistono solo per farti buttar via soldi e per essere eliminati."*
> (Cfr. intervistato 3, Allegato 7)

Al contrario, l'intervistato 10, il quale non rientra nemmeno fra i Role-Player secondari, non si è fatto alcun problema ad acquistare quegli articoli cosmetici ritenuti senza senso, dando quindi l'idea che anche questo aspetto sia collegato in modo particolare alle motivazioni di gioco.

Tutti i Role-Player principali hanno comprato contenuti aggiuntivi sottoforma di DLC o pacchetti espansione e hanno confermato di essere estremamente inclini ad investire in questo genere di microtransazioni in futuro (cfr. Allegato 16). Le ragioni fornite dagli intervistati puntano ancora verso il desiderio d'immersione nel gioco, in particolare quasi tutti mettono l'accento sul voler vedere come continua la trama principale e avere ragioni in più per poter ricominciare il gioco senza stancarsi. L'unico Role-Player secondario individuato (intervistato 6) non ha mai acquistato alcun contenuto aggiuntivo in quanto ritiene che il prezzo iniziale pagato per un gioco dia il diritto ad avere un prodotto completo nel contenuto ed è quindi dell'idea che essi debbano essere gratuiti. Un'altra piccola annotazione in merito è data dagli intervistati 4 e 5, i quali hanno dimostrato il proprio dissenso verso quei contenuti aggiuntivi che *"dovevano essere chiaramente parte del gioco base"* (cfr. Allegato 9). Nonostante ciò, questo non ha impedito il loro acquisto, ma ha avuto un effetto negativo sull'intenzione di spendere in futuro per giochi dello stesso sviluppatore.

Da quanto emerso si deduce quindi che esistano delle relazioni fra Role-Player, oggetti cosmetici e contenuti aggiuntivi, andando di conseguenza a confermare l'ipotesi *H5* teorizzata.

Per quanto concerne le altre tipologie di oggetti, i Role-Player che hanno acquistato articoli funzionali lo hanno fatto per ragioni più inerenti il loro essere Achiever, mentre coloro che non li hanno mai comprati si sono dimostrati poco o per nulla inclini a farlo in futuro (cfr. Allegato 16). Le ragioni dietro a questa bassa predisposizione è data in particolare dall'idea che essi portano a finire il gioco in fretta (cfr. intervistato 1), rischiano di far saltare dei contenuti (cfr. intervistato 8) oppure rompono l'immersione nel gioco (cfr. intervistato 9).

Ragioni molto simili sono state esposte anche in merito agli oggetti potenzianti e acceleratori. Soltanto gli intervistati 3, 4 e 7 hanno espresso il motivo per cui hanno acquistato o acquisterebbero tali articoli, affermando che dovrebbero trovarsi in una situazione estrema e particolare in cui sentono la necessità di accedere o completare in fretta una parte della trama principale:

> *"Una volta ho comprato un booster dell'esperienza per poter accedere prima alla missione successiva della storia principale. Ero talmente preso che non avevo voglia di spendere tre giorni per fare 10 livelli che ho preso appunto questo booster e me li sono fatti in una giornata.*
> (Cfr. intervistato 7, Allegato 11)

Data tuttavia l'eccezionalità della situazione e dal fatto che soltanto una persona fra queste ha comprato un oggetto del genere in una sola occasione, non si ritiene opportuno affermare che con essi esista effettivamente una relazione.

Percezione del modello delle microtransazioni

Come spiegato in precedenza, la fase conclusiva delle interviste era dedicata all'opinione degli intervistati verso il modello delle microtransazioni in generale nei videogiochi. Questa parte non è strettamente legata alla domanda di ricerca, ma si è ritenuto opportuno indagare brevemente su questo aspetto in quanto anche le attitudini di una persona possono fornire degli elementi di riflessione interessanti.

In generale, nessun intervistato si è dichiarato completamente contro le microtransazioni, tuttavia allo stesso tempo nessun lo ha ritenuto un modello perfetto e senza critiche.

Più volte è stato menzionato come gli oggetti *Pay-to-Win* non dovrebbero esistere a causa degli squilibri che creano fra i giocatori, motivo per cui quasi tutti gli intervistati si sono dichiarati favorevoli ad un modello che offra prettamente oggetti cosmetici o che in generale non alterino questo equilibrio. L'intervistato 3 ha aggiunto inoltre che dovrebbe esserci sempre la possibilità di ottenere qualsiasi tipo di oggetto a pagamento in modo alternativo senza spendere soldi veri.

Un altro tema emerso è stato quello dell'impossibilità di progredire nel gioco a causa delle microtransazioni. In particolare, metà degli intervistati ha espresso il proprio dissenso verso quei giochi che, a parer loro, gli impongono di spendere soldi veri per poter continuare a giocare o diventare più potenti:

> *"Spesso e volentieri per essere qualcuno e avere la possibilità di essere forte sei costretto a pagare con soldi veri. Ho lasciato diversi giochi per questo motivo."*
> (Cfr. intervistato 2, Allegato 6)

Anche se alcuni intervistati sono dell'opinione che le microtransazioni abbiano rovinato la qualità dei videogiochi negli anni, in diversi hanno riconosciuto la loro necessità. Infatti, per l'intervistato 5 è normale che gli sviluppatori abbiano adottato questo modello a causa dei costi di progettazione sempre più alti, mentre per l'intervistato 10 le microtransazioni sono un modo per dare supporto ai creatori e per continuare a tenere in vita il gioco. Sempre l'intervistato 10, pur non essendo del tutto contro le microtransazioni, ritiene che l'insistenza degli sviluppatori ad utilizzare questo modello è anche colpa dei giocatori stessi, in quanto "*c'è qualcuno che continua a comprare ciò che offrono"* (cfr. Allegato 11). Tuttavia, egli apprezza quando le richieste della *community* sugli oggetti a pagamento vengono accolte e ritiene che il minimo che si possa fare in cambio è dare un piccolo supporto.

Grazie a quanto emerso dagli incontri, parte delle ipotesi formulate hanno già trovato un riscontro, tuttavia con i risultati del sondaggio online si potrà andare a constatare ulteriormente la loro validità e in più sarà possibile indagare quegli aspetti aggiuntivi emersi in ogni categoria di motivazione di gioco.

3.4 Analisi dei risultati del sondaggio online quantitativo

Alla data di chiusura del sondaggio sono stati registrati in totale 521 rispondenti. Controllando in particolare il contenuto delle domande con possibilità di risposta aperta, 8 di essi sono stati tuttavia eliminati in quanto le risposte fornite sono state ritenute incoerenti o inappropriate. Di seguito verranno discussi in dettaglio i risultati[1] ottenuti dai 513 rispondenti finali, seguendo la stessa logica e struttura adottata per il capitolo precedente delle interviste.

Iniziando dai dati demografici, il 79% dei rispondenti si è dichiarato di sesso maschile, mentre il 18% di sesso femminile. Il restante 3% è composto da 9 rispondenti che non hanno voluto specificare il loro genere e da altri 6 che si sono definiti come “non-binari”. In termini di età, la maggioranza è ricaduta nella fascia adulta, con il 73% delle persone comprese fra i 21 e i 40 anni, il 7% fra i 41 e 60 e un 1% con oltre 60 anni. Seguono gli adolescenti e i giovani adulti con il 17% dei rispondenti fra i 16 e i 20 anni e solo un 2% al di sotto dei 16 anni. Fra i 513 rispondenti, più della metà è attiva professionalmente a tempo pieno (45%) oppure a tempo parziale (20%). Infine, sul totale complessivo sono risultati come studenti il 40% dei rispondenti.

Spostandosi sul tempo di gioco, il 37% dei rispondenti dedica mediamente dalle 11 alle 20 ore a settimana ai videogiochi MMORPG, seguiti da un 25% con 1-10 ore, un 21% con 21-30 ore e infine un buon 16% con più di 30 ore di gioco. Solo 5 rispondenti (1%) riservano agli MMORPG meno di un’ora a settimana. In termini invece di spesa, una gran parte dei rispondenti (27%) spende meno di 10$ in microtransazioni al mese, il 22% fra gli 11$ e i 20$, il 9% fra i 21$ e i 50$ e il 7% spende più di 50$. Il restante 35% afferma di non spendere niente mediamente al mese in microtransazioni nonostante su 178 rispondenti, 166 di essi abbiano indicato di aver comprato degli oggetti. Questo tuttavia non è un’anomalia se si considera quanto spiegato in precedenza in merito alle modalità di pagamento delle microtransazioni. È infatti possibile che tutti i loro acquisti siano stati effettuati con monete *premium* guadagnate giocando normalmente senza spendere soldi veri.

Dai dati demografici ottenuti si può quindi supporre che gli MMORPG attraggano specialmente un pubblico adulto che gli dedica almeno un’ora di gioco al giorno ed effettui almeno una spesa in microtransazioni al mese. La scarsa presenza di minorenni e giovani adulti si può spiegare in due modi. Innanzitutto è possibile che essi non frequentino attivamente le pagine di Reddit sul quale è stato sottoposto il sondaggio, evidenziando così la problematica spiegata in precedenza sulla rappresentanza dei rispondenti.

[1] Si ricorda che tutti i risultati grezzi ottenuti sono consultabili nell’Allegato 15.

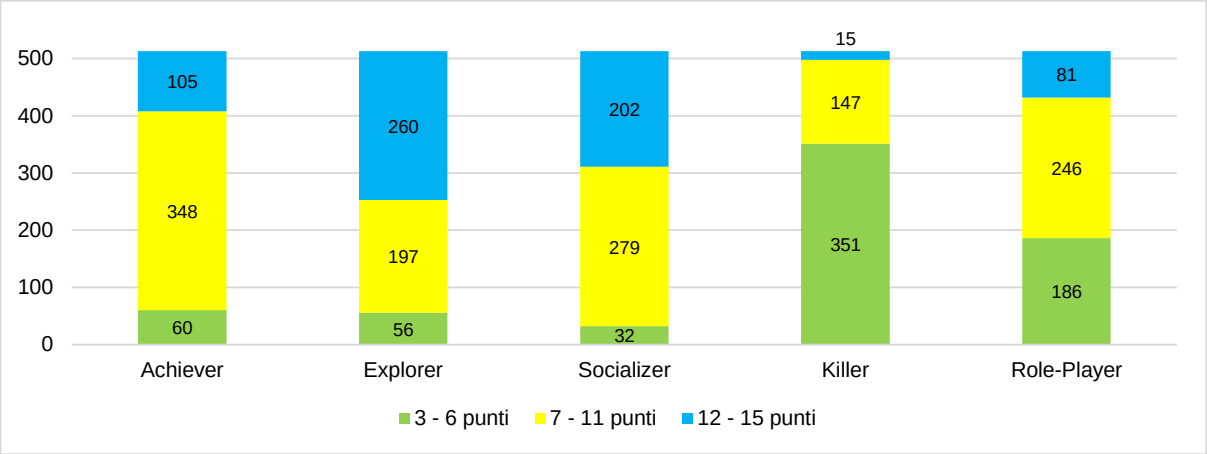
In alternativa si tratta piuttosto di una questione di coinvolgimento. Può essere che fino ad una certa età si prediligano quei giochi come gli sparatutto e i *battle royale* che mantengono un alto livello d'azione per tutta la sessione di gioco, cosa che invece negli MMORPG può venire a mancare. Senza tuttavia delle ricerche più mirate e approfondite, le spiegazioni fornite restano soltanto ipotetiche.

Passando alle motivazioni di gioco, in maniera simile ai risultati delle interviste e come spiegato nella metodologia di raccolta dei dati primari, esse sono state suddivise in base ai punteggi ottenuti nelle domande comprese fra la 9 e la 23 (cfr. Allegato 15) come segue:

- un punteggio fra i 12 e i 15 punti corrisponde a motivazioni di gioco principali;
- un punteggio fra i 7 e i 12 punti indica invece motivazioni secondarie;
- infine, un punteggio fra i 3 e i 6 punti determina motivazioni meno rilevanti.

È possibile osservare la distribuzione delle motivazioni di gioco ottenuta dal sondaggio nel grafico sottostante.

Figura 15: Distribuzione delle motivazioni di gioco dei rispondenti



Fonte: elaborazione dell'autore.

Come si può vedere, anche con il sondaggio online si è riusciti a raggiungere persone con motivazioni di gioco variate, andando anche a coprire quelle che non erano emerse in modo evidente dalle interviste. Infatti vi è una prevalenza di Socializer ed Explorer, mentre precedentemente le figure dominanti erano gli Achiever e i Role-Player. È stato possibile ottenere anche qualche riscontro dai Killer, i quali sono rimasti finora particolarmente elusivi.

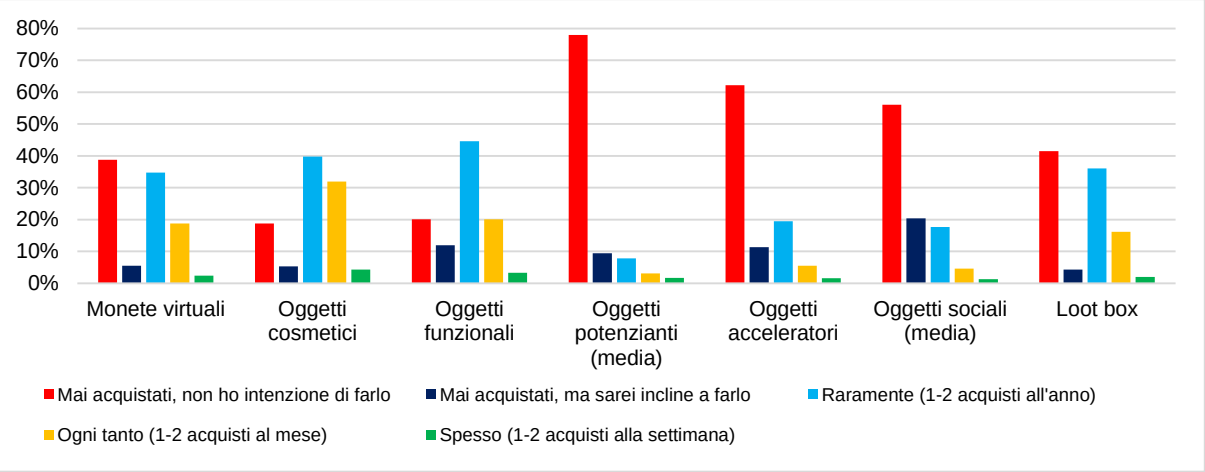
Dato che per ogni personalità sono state utilizzate tre domande distinte per misurarle, si è ritenuto opportuno andare a confermare da un punto di vista più statistico se effettivamente quest'ultime siano correlate fra di loro e attendibili. A livello di singole personalità, tutte sono risultate correlate internamente in modo positivo con valori fra il 38 e il 70%. Soltanto per la tipologia Achiever le correlazioni ottenute sono più basse variando fra il 27 e il 43%. Anche misurando il livello di attendibilità attraverso l'alfa di Cronbach si è riscontrata una situazione analoga, ottenendo per l'Achiever un alfa pari a 0.637, per l'Explorer 0.819, per il Socializer 0.758, per il Killer 0.737 e per il Role-Player 0.752.

La regola empirica sull'interpretazione dell'alfa di Cronbach indica che risultati pari o superiori a 0.7 definiscono un livello di attendibilità accettabile, mentre tutto ciò al di sotto del 0.5 è invece inaccettabile (George & Mallery, 2019). In questa situazione, soltanto l'alfa dell'Achiever è discutibile, tuttavia non costituisce un problema significativo per l'analisi. Correlando linearmente invece le tipologie fra di loro, si è riscontrato come tra Achiever e Killer esista una discreta correlazione positiva del 35%, così come tra Explorer e Role-Player ma del 55%. Cercando di collegare le prime due tipologie alle altre, sono tuttavia emerse solo correlazioni negative fra il 20 e il 41%, indicando dunque come più si ha una personalità da Achiever o Killer, meno Explorer e Role-Player si sarà e viceversa. Per il Socializer, invece, sono risultate soprattutto situazioni di incorrelazione quando confrontate con le altre motivazioni.

Con le analisi statistiche effettuate si è ottenuta fondamentalmente la stessa situazione già vista in precedenza nella Figura 3 con lo studio empirico di Yee (2005), in cui le coppie Achiever/Killer e Explorer/Role-Player rappresentano delle sfumature di due motivazioni di gioco più ampie, ovvero l'*achievement* e l'*immersion*.

Prima di addentrarsi negli acquisti effettuati e intenzionali di ogni singola categoria di motivazione di gioco, è opportuno evidenziare gli aspetti generali emersi complessivamente dal sondaggio osservando il grafico sottostante.

Figura 16: Frequenze d'acquisto complessive dei rispondenti per i vari oggetti virtuali



Fonte: elaborazione dell'autore.

Innanzitutto, gli oggetti potenzianti, acceleratori e sociali sono le categorie in cui si è riscontrato il minor numero di acquisti globali, tuttavia gli oggetti sociali hanno collezionato complessivamente il maggior numero di risposte "*mai acquistati, ma sarei incline a farlo*". In termini di frequenza, per tutti gli oggetti ha dominato la risposta "*raramente (1-2 acquisti all'anno)*" arrivando fino al 45% negli oggetti funzionali. L'opzione "*ogni tanto (1-2 acquisti al mese)*" invece è risultata più elevata rispetto alla media per le monete virtuali (19%), gli oggetti cosmetici (32%), funzionali (20%) e le *loot box* (16%), mentre infine l'alternativa "*spesso (1-2 acquisti alla settimana)*" non ha mai sorpassato il 5%.

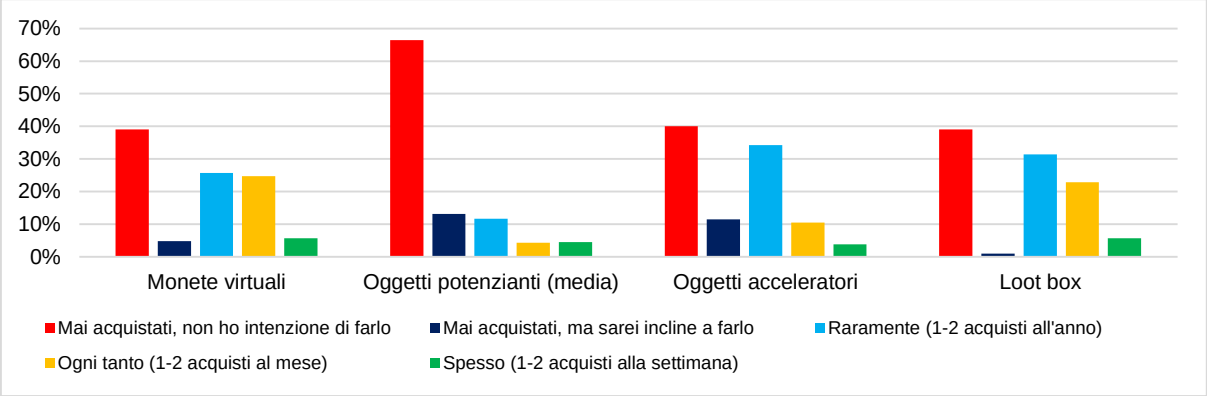
Per quanto riguarda i contenuti aggiuntivi, essa è la categoria in cui la maggioranza delle persone ha effettuato almeno una spesa in passato, in quanto su 513 rispondenti, solo 19 (4%) hanno affermato di non aver alcuna intenzione di acquistarli e altri 27 (5%) sono invece inclini a farlo in futuro. Nelle cinque categorie di motivazione è stata riscontrata inoltre una suddivisione molto simile fra coloro che hanno acquistato subito al rilascio i contenuti aggiuntivi (~65%) e coloro che hanno invece aspettato più di un mese (~25%).

Passando adesso alle singole categorie di motivazioni di gioco, verrà posta l'attenzione su coloro che hanno ottenuto in esse 12 punti o più, andando in questo modo a confermare o smentire le ipotesi formulate in precedenza e cercando eventuali riscontri con gli elementi emersi dalle interviste.

Achiever

Per cominciare si può dare uno sguardo al grafico seguente che mostra le risposte degli Achiever principali in merito alle monete virtuali, gli oggetti acceleratori e potenzianti e le *loot box*.

Figura 17: Frequenze d'acquisto degli Achiever principali per gli oggetti ipotizzati



Fonte: elaborazione dell'autore

Come si può vedere, più della metà degli Achiever principali compra con una discreta frequenza tre delle quattro categorie di oggetti esposte. Partendo dalle monete virtuali è emerso che coloro che le acquistano attribuiscono molta o estrema importanza alla potenza del personaggio (61%), all'accumulo di risorse, soldi e oggetti rari (57%) e, in minor misura, alla velocità di aumento di livello (43%). Per quanto riguarda gli oggetti potenzianti, quei pochi acquisti effettuati dagli Achiever principali sono collegati come ipotizzato alla potenza del personaggio (34%), mentre anche per gli oggetti acceleratori, come previsto, c'è una relazione con l'aspetto dell'aumento di livello (42%), ulteriormente confermata da una correlazione lineare positiva del 33%. Infine, in merito alle *loot box*, le spese sono risultate leggermente più frequenti rispetto al totale complessivo mostrato nella Figura 16 e il 61% degli Achiever principali che le ha comprate ha dato molta o estrema importanza alla potenza dell'*avatar*. Inoltre è emerso nuovamente da due rispondenti che, in modo simile agli intervistati 2 e 10, si preferirebbe comprare direttamente dall'*item shop* l'oggetto che si vuole piuttosto che tentare la fortuna con le *loot box* (cfr. Allegato 15, domanda 38).

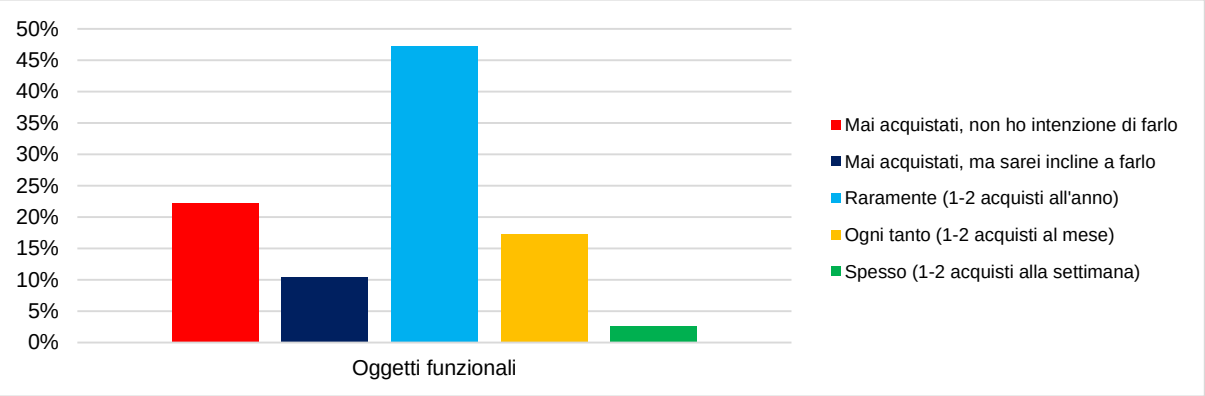
Grazie dunque ai risultati ottenuti, l'ipotesi *H1* formulata è stata confermata, tuttavia con gli oggetti potenzianti la relazione non appare molto forte a causa degli acquisti molto limitati. Questo comunque rispecchia quanto espresso da alcuni intervistati in precedenza, ovvero che gli Achiever tendono di più a comprare ciò che può aiutarli a crescere e ad acquisire prestigio, ma evitano di acquistare direttamente il successo perché preferiscono guadagnarlo. A supporto di ciò, si è riscontrato che anche gli oggetti funzionali, i quali possono agevolare lo sviluppo del personaggio, sono molto acquistati da coloro che danno molta importanza alla potenza del personaggio (83%) e all'accumulo di oggetti (79%). Infine, anche osservando i risultati legati ai contenuti aggiuntivi, i quali non verrebbero mai acquistati solo da 10 Achiever principali, è emerso che essi prediligono quei contenuti che aggiungono nuovi *dungeon e raid* (23%), i quali, come spiegato in precedenza, sono delle modalità con un livello di difficoltà elevato che conferiscono delle ricompense consistenti e prestigiose.

L'ultimo aspetto degno di nota riguardo agli Achiever ricade nel fatto che il 77% di coloro che ritengono centrale la potenza del personaggio ha acquistato oggetti cosmetici, riflettendo così anche in questo caso ciò che era stato espresso in precedenza dagli intervistati 2 e 6, ovvero che non basta essere forte e avere successo ma è allo stesso tempo importante mostrarlo agli altri.

Explorer

Per gli Explorer si riserva il seguente grafico unicamente alla frequenza d'acquisto degli oggetti funzionali.

Figura 18: Frequenze d'acquisto degli Explorer principali per gli oggetti funzionali



Fonte: elaborazione dell'autore.

Come ipotizzato, gran parte degli Explorer principali ha acquistato oggetti funzionali almeno una volta all'anno e il 76% di loro ha attribuito molta o estrema importanza all'esplorazione completa di ogni area di gioco (76%). Questo fa pensare che quanto affermato in precedenza dagli intervistati 5 e 7 abbia un riscontro anche all'interno della comunità più ampia dei giocatori, ovvero che questa tipologia di oggetti conferisca effettivamente delle agevolazioni durante le attività di esplorazione e ricerca. A supporto di ciò, si ritiene opportuno anche riportare la seguente risposta fornita da uno dei rispondenti nella domanda aperta opzionale inerente gli oggetti funzionali:

> *"Espansioni di borse/banche, kit di personaggi (aspetto), strumenti di raccolta e oggetti come i commercianti portatili. Se sto esplorando, voglio portare tutto con me, non voglio tornare indietro da un mercante ogni 20 minuti"*
> (Cfr. Allegato 15, domanda 28. Traduzione dell'autore)

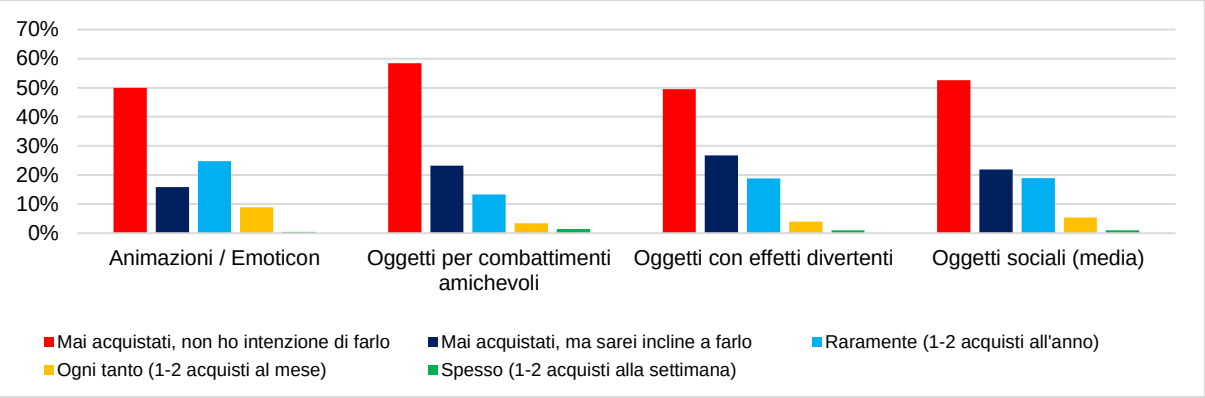
Per quanto concerne invece i contenuti aggiuntivi, soltanto 6 Explorer principali non hanno alcuna intenzione di effettuare la spesa e, nel complesso, ciò che gli esploratori vorrebbero ottenere da essi sono soprattutto nuove zone aperte da esplorare (24%), seguite da una continuazione alla trama principale del gioco (20%). Anche in questo caso si ritrova pertanto un riscontro con quanto emerso dalle interviste.

Dai risultati ottenuti si può quindi affermare che l'ipotesi *H2* è confermata.

Socializer

Come durante le interviste, anche dal sondaggio online gli elementi emersi per analizzare la relazione fra Socializer e oggetti sociali risultano alquanto divisi. Si osservino innanzitutto nel grafico che segue le frequenze d'acquisto in merito agli oggetti sociali proposti.

Figura 19: Frequenze d'acquisto dei Socializer principali per i vari oggetti sociali



Fonte: elaborazione dell'autore.

In modo simile alle interviste, anche qui è possibile riscontrare la presenza di due fronti contrapposti di Socializer, dove da un lato vi sono coloro che hanno o sarebbero intenzionati ad acquistare gli oggetti in questione, mentre dall'altra parte si trovano quelli che non hanno alcun interesse in merito. Anche analizzando le correlazioni lineari non emerge nulla di significativo, dando quindi l'idea che gli oggetti sociali vengano acquistati almeno in parte per ragioni differenti dal desiderio di socializzazione. Nonostante ciò, quel buon 22% dei Socializer principali che rimane incline ad acquistare in futuro tali oggetti può indicare come dietro questa tipologia di articoli esista un potenziale di vendita non ancora pienamente sfruttato. Alla luce di quanto scoperto, si ritiene quindi che fra Socializer e oggetti sociali esista un certo livello di relazione, andando a confermare l'ipotesi *H3*.

In merito invece agli altri elementi emersi dalle interviste, in particolare con gli oggetti cosmetici è risultato che più del 70% dei Socializer principali che li hanno acquistati traggono molto o estremo piacere dall'interagire amichevolmente o giocare insieme con gli altri

giocatori, dando perciò l'impressione che quanto affermato dall'intervistato 10 sul fatto di comprare degli articoli di stile per sentirsi parte di un gruppo vestendosi allo stesso modo sia plausibile. Infine, meno legato alle tipologie di oggetti, è emerso nuovamente un Socializer principale che in modo simile all'intervistato 10 ha affermato quanto segue:

> *"[…] Tendo ad acquistare le skin come regali per i miei amici o (principalmente) il mio partner. Gli oggetti per aumentare la qualità della vita li compro per me o per il mio partner come regali."*
> (Cfr. Allegato 15, domanda 28. Traduzione dell'autore)

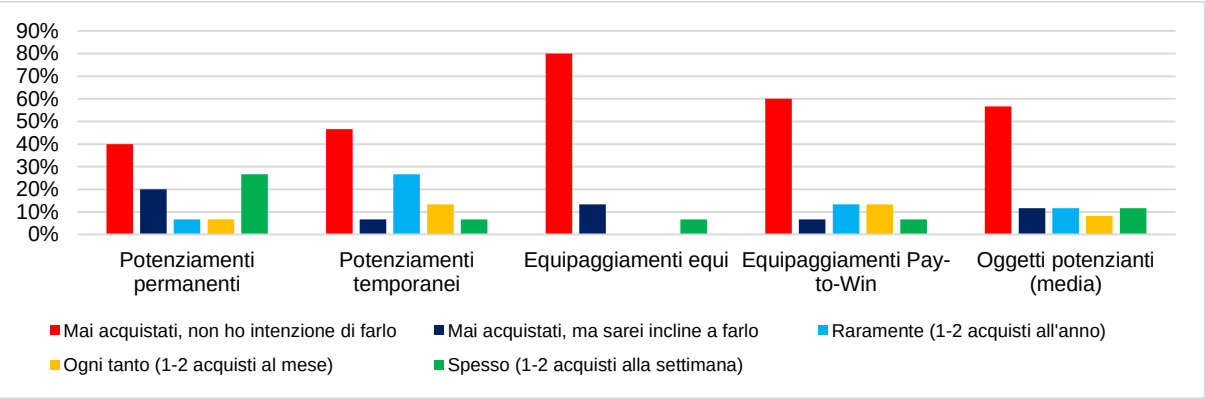
L'idea di effettuare una microtransazione per poi regalarla a qualcun altro riemerge nuovamente come un aspetto interessante da tenere in considerazione nello sviluppo del modello.

Killer

Per quanto concerne i Killer, come già menzionato in precedenza c'è da considerare che il numero di coloro che ha ottenuto un punteggio pari o superiore a 12 in questa tipologia è molto ridotto, con solo 15 rispondenti in totale. Ciò implica due cose: da una parte le analisi in merito non potranno essere considerate del tutto rappresentative della personalità Killer, dall'altra, se si considera un contesto più ampio, questo potrebbe essere un fattore positivo per quanto riguarda la salute di un videogioco. Se si suppone infatti che la suddivisione delle personalità ottenuta nella Figura 15 rappresenti effettivamente la popolazione di un MMORPG, il fatto che vi siano poche persone che giocano soprattutto per infastidire gli altri, rischiando di conseguenza di allontanarli dal gioco, non può che giovare agli sviluppatori.

Entrando nel merito dell'analisi, prima di tutto si possono osservare nel grafico sottostante le risposte dei Killer principali in merito ai vari oggetti potenzianti proposti nel sondaggio.

Figura 20: Frequenze d'acquisto dei Killer principali per i vari oggetti potenzianti



Fonte: elaborazione dell'autore.

Innanzitutto, la frequenza d'acquisto media degli oggetti potenzianti risulta leggermente superiore a quella complessiva mostrata in precedenza nella Figura 16, mentre l'intenzione di non effettuare la spesa in futuro si è ridotta dal 78 al 57%.

A livello di singoli oggetti proposti pare che vi sia una preferenza per i potenziamenti piuttosto che per gli equipaggiamenti già pronti, tuttavia fra quest'ultimi, come ipotizzato, spiccano maggiormente gli acquisti di oggetti *Pay-to-Win*. Anche se il numero di rispondenti Killer è basso e i risultati ottenuti non sono particolarmente determinanti, si ritiene che fra la personalità Killer e gli oggetti potenzianti esista una relazione in quanto essi agevolano effettivamente il loro comportamento: i potenziamenti o gli oggetti *Pay-to-Win* possono ad esempio facilitare l'uccisione di altri giocatori e di conseguenza recare fastidio.

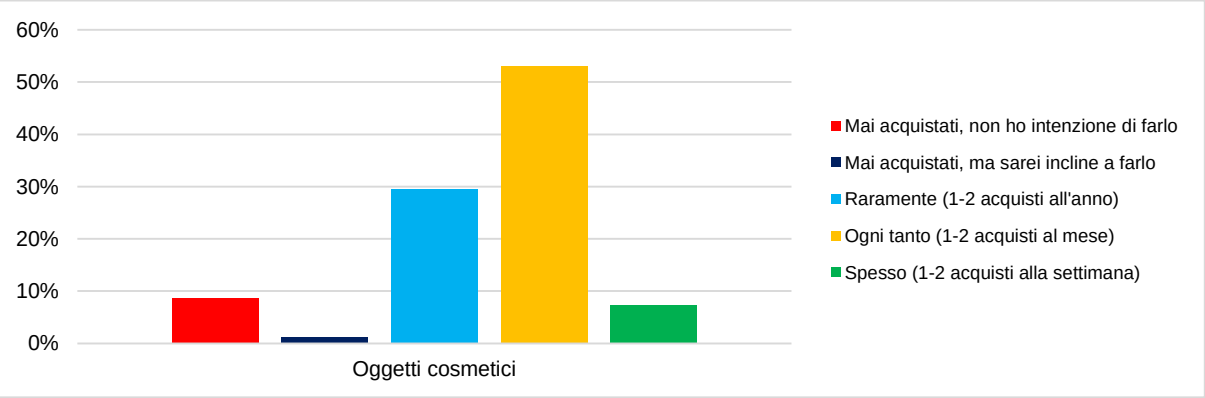
Analizzando invece quei pochi elementi aggiuntivi emersi dalle interviste, si è potuto constatare che gli oggetti cosmetici sono stati acquistati da tutti i Killer principali tranne uno, con un buon 33% di loro interessati a quelli incoerenti con il mondo di gioco. Collegando questi due elementi si potrebbe affermare l'esistenza di una relazione: un Killer potrebbe vestirsi in maniera talmente ridicola da infastidire quei giocatori che attribuiscono molta importanza all'immersione nel gioco. In più, se si considera che il 60% di loro ha anche dato molta o estrema importanza alla potenza del personaggio, si potrebbe confermare quanto esplicitato dall'intervistato 8 in precedenza: se l'Achiever acquista oggetti cosmetici per mostrare la potenza del personaggio e il suo successo e ottenere così un riconoscimento positivo, allo stesso modo il Killer compra le *skin* per mostrare la sua forza ma a scopo invece intimidatorio.

L'ultimo aspetto rilevante emerso è collegato invece agli oggetti sociali. Il 31% dei Killer principali ha affermato di aver acquistato gli oggetti in questione anche più volte al mese (11%) e vi è inoltre un 13% che sarebbe disposto ad effettuare la spesa in futuro. Tali elementi riflettono in parte quanto affermato dall'intervistato 10, in quanto è ragionevole pensare che un Killer si possa avvalere di oggetti particolari per combattere con gli altri e successivamente infierire sui giocatori sconfitti. Danzare ad esempio sul corpo dell'altro è una pratica comune in molti videogiochi multigiocatore.

Role-Player

Osservando il grafico nella Figura 21, si può constatare come i Role-Player principali abbiano un elevato interesse verso gli oggetti cosmetici, con degli acquisti che si ripetono molte più volte nell'arco dell'anno.

Figura 21: Frequenze d'acquisto dei Role-Player principali per gli oggetti cosmetici



Fonte: elaborazione dell'autore.

Nello specifico, più del 90% degli acquisti mostrati è stato effettuato da Role-Player che hanno dato estrema importanza all'immersione nel mondo virtuale e che hanno affermato di inventare molto spesso storie e personalità per i loro personaggi. Questo va a supporto della logica già emersa durante le interviste, ovvero che gli oggetti cosmetici contribuiscono a dare un'identità agli *avatar* e a far sentire protagonisti della storia i giocatori. La correlazione positiva del 26% fra oggetti cosmetici e le risposte date alla domanda "*quanto spesso inventi storie e personalità per i tuoi personaggi*" conferma ulteriormente questo aspetto. Inoltre, è stata nettamente ribadita l'importanza della coerenza tra articoli estetici e il mondo virtuale grazie ad un 88% di rispondenti Role-Player a loro favore.

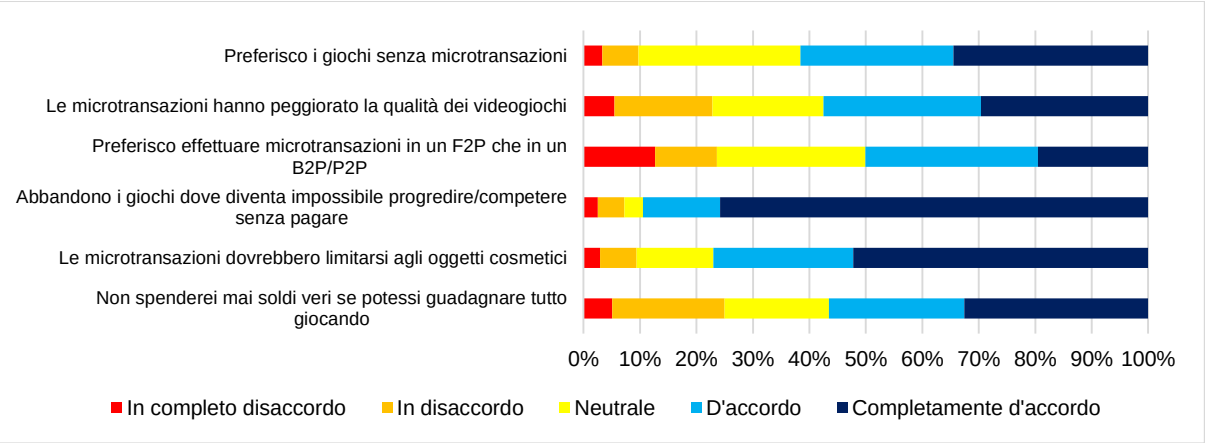
Per quanto concerne invece i contenuti aggiuntivi, ben il 90% dei Role-Player principali ha affermato di averne acquistati in passato e solo tre di loro non hanno intenzione di farlo in futuro. In modo analogo agli Explorer, anche i Role-Player prediligono come contenuti aggiuntivi le nuove zone aperte da esplorare (23%) e una continuazione alla trama principale del gioco (18%).

I dati ottenuti indicano pertanto che i Role-Player hanno un forte interesse verso ciò che può espandere la narrazione e favorire l'immersione nel videogioco, rafforzando ulteriormente quanto espresso dagli intervistati in precedenza e confermando così l'ipotesi *H5*. Tuttavia, dal sondaggio è emersa una relazione aggiuntiva legata agli oggetti sociali e in particolare alle animazioni. Infatti, fra quest'ultime e la personalità Role-Player nel suo insieme è emersa una correlazione positiva del 23%, accompagnata da un buon 40% di rispondenti che pratica spesso il gioco di ruolo e che ha dichiarato di aver comprato delle animazioni oppure di essere intenzionato a farlo in futuro. Questo porta ad una considerazione interessante: i Role-Player sono attratti anche da ciò che permette molto più attivamente il gioco di ruolo al di fuori degli oggetti cosmetici.

Percezione del modello delle microtransazioni

Come in precedenza, la parte conclusiva del capitolo è dedicata all'attitudine dei rispondenti verso il modello delle microtransazioni. Un riassunto delle risposte ottenute è disponibile di seguito nella Figura 22.

Figura 22: Attitudine dei rispondenti verso il modello delle microtransazioni



Fonte: elaborazione dell'autore.

Come si può vedere, poco più del 60% dei rispondenti afferma di essere più incline a giocare a videogiochi senza microtransazioni, vi è però un buon 29% neutrale al quale la presenza del modello non influisce particolarmente. Una situazione simile è data dall'affermazione successiva, in cui più del 50% dei rispondenti ritiene che la qualità dei videogiochi sia peggiorata con le microtransazioni. Questi elementi danno un'idea concreta di quanto effettivamente il modello non sia visto di buon occhio, tuttavia come molti sviluppatori e case editrici hanno ribadito negli ultimi anni, esso è qui per restare ed è diventato ormai la norma per molti generi di videogiochi. Quanto emerso non è tuttavia sorprendente. È lecito pensare che i giocatori vogliano evitare di spendere altri soldi in qualcosa che hanno già pagato e infatti, se si osservano i risultati della terza affermazione, soltanto un quarto delle persone preferirebbe effettuare una microtransazione in un videogioco B2P o P2P. Questo sembra anche suggerire che il modello F2P sia da prediligere quando si crea un videogioco, considerando anche che l'accesso gratuito permette di attirare un bacino d'utenza maggiore rispetto ad un gioco a pagamento (Davidovici-Nora, 2014).

Anche per l'aspetto della qualità si può pensare a diverse spiegazioni dietro al risultato ottenuto. Già alcuni intervistati si erano espressi in merito ponendo l'attenzione sulla questione del bilanciamento e degli oggetti *Pay-to-Win*, ma le implicazioni possono anche essere altre. Si può pensare ad esempio alle pressioni delle case editrici sugli sviluppatori come nel caso della EA, considerata la peggiore da alcuni intervistati quando si parla di microtransazioni (cfr. intervistati 3 e 8). Infatti, più volte nell'ultimo decennio la EA è stata accusata di aver rovinato serie videoludiche famose come *Dungeon Keeper*, *Need for Speed* e *Dead Space* anche a causa del modello di microtransazioni utilizzato, andando in certi casi ad intaccare la progressione nel gioco (Gordon, 2018). Questo si collega alla quarta affermazione riportata nel grafico, dalla quale emerge come la netta maggioranza dei rispondenti abbandonerebbe un videogioco se percepisse che la progressione o la competizione siano impossibili senza pagare. Ciò conferma l'importanza di avere un modello di microtransazioni bilanciato, dove la potenza e l'abilità sono guadagnate piuttosto che comprate. In relazione con le cinque motivazioni di gioco principali, la maggioranza di coloro contrari all'affermazione sono Explorer e/o Role-Player, il che non è sorprendente in quanto competizione e progressione non sono elementi centrali nelle loro sessioni di gioco.

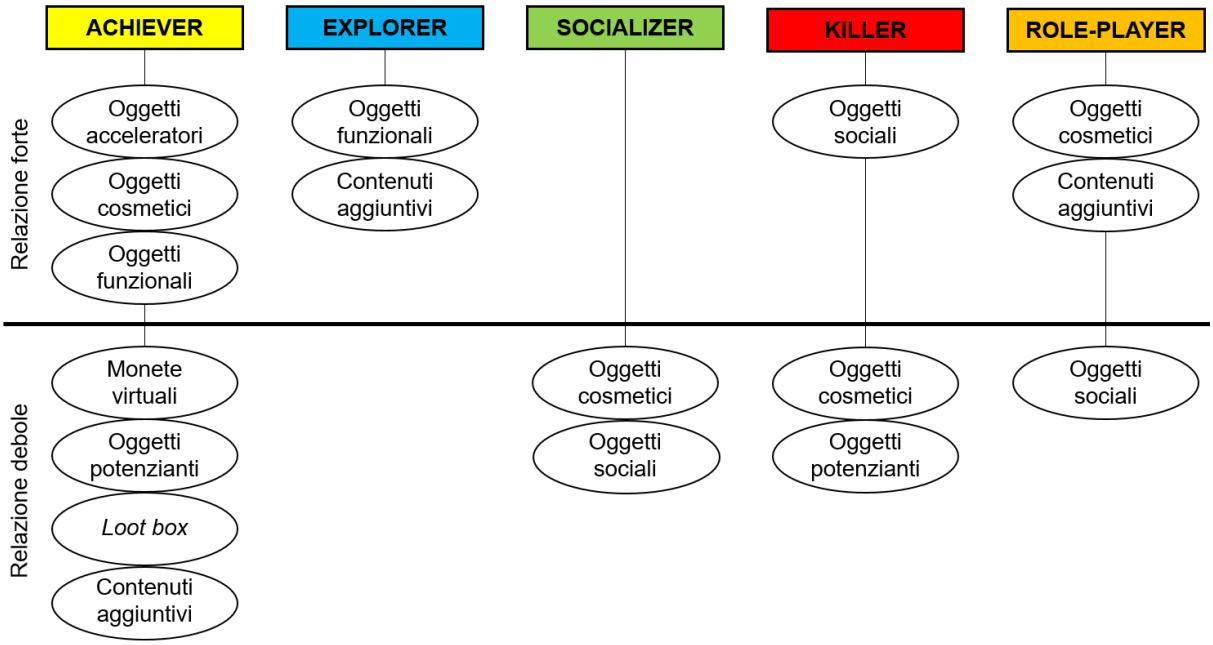
Legato al discorso della progressione ma anche del bilanciamento in un videogioco, la quinta affermazione fornisce ulteriori elementi di riflessione in merito. In linea con quanto affermato da Tomić (2017) e Almaguer (2019), il 77% dei rispondenti ritiene che le microtransazioni dovrebbero essere unicamente cosmetiche. Questo rispecchia ciò che è emerso da gran parte degli intervistati, ovvero che tutti quegli oggetti che alterano le funzionalità del gioco non dovrebbero essere a pagamento, ma piuttosto che siano ottenibili con le proprie forze o che non esistano del tutto.

Dall'ultima affermazione posta nel sondaggio emerge infine come quasi il 60% dei rispondenti non spenderebbe mai niente in microtransazioni se fosse possibile guadagnare tutti gli oggetti a pagamento giocando normalmente. Vi è comunque una discreta parte (22%) che continuerebbe ad effettuare acquisti di articoli virtuali, suggerendo quindi che adottando un meccanismo simile non si tradurrebbe in una completa mancanza di introiti.

3.5 Relazioni finali identificate e considerazioni critiche

Portata a termine l'analisi empirica, è ora possibile stabilire come le motivazioni di gioco influiscono sull'acquisto delle differenti categorie di oggetti virtuali offerti con un modello di microtransazioni in un videogioco MMOPRG. In base a quanto emerso dai dati raccolti e analizzati, si è ritenuto opportuno distinguere due tipi di relazione fra motivazioni e acquisti effettuati per evidenziare quali di esse necessiterebbero di ulteriori ricerche per confermarle definitivamente. Innanzitutto, laddove si è riscontrata l'esistenza di un collegamento chiaro ed esaustivo sia nelle interviste che nel sondaggio online, è stata stabilita una forte relazione. Se invece il legame non è risultato abbastanza approfondito oppure è emerso unicamente da uno dei due strumenti di raccolta utilizzati, la relazione è stata definita debole ma questo non significa che non esista. Di seguito nella Figura 23 viene proposto uno schema riassuntivo che permette di rispondere in maniera definitiva alla domanda di ricerca di questa tesi.

Figura 23: Relazioni identificate fra motivazioni di gioco e oggetti virtuali acquistati



Fonte: elaborazione dell'autore.

Grazie all'analisi empirica si può affermare che le ipotesi formulate in precedenza sono state tutte confermate e in più è stato possibile identificare ulteriori elementi inizialmente non considerati.

Cominciando dagli **Achiever**, gran parte dei loro acquisti sono sostanzialmente giustificati dal loro bisogno di guadagnare successo e prestigio. Infatti, oggetti acceleratori, funzionali e monete virtuali agevolano il loro conseguimento, così come i contenuti aggiuntivi possono offrire nuove modalità o meccanismi che permettono a questi giocatori di misurare la propria bravura. Anche l'acquisto delle *loot box* segue un ragionamento simile: ottenere quegli articoli rari al loro interno conferisce una realizzazione personale non indifferente.

Per quanto riguarda gli oggetti potenzianti, l'acquisto dipende molto da qual è il successo che l'Achiever vuole ottenere, dato che nella maggior parte dei casi si preferisce guadagnare quest'ultimo piuttosto che comprarlo. Se ciò che l'Achiever cerca è semplicemente la potenza grezza, difficilmente acquisterà articoli del genere, se però la forza è soltanto un mezzo per raggiungere un altro scopo, ecco che gli oggetti potenzianti entrano in gioco agevolando il processo. Infine, anche la relazione con gli oggetti cosmetici si collega alla questione del successo. Come pure Bartle (2016) afferma, molti Achiever non solo vogliono ottenere prestigio, ma desiderano anche mostrarlo agli altri, motivo per cui essi sono convinti che comprare articoli estetici sia un modo per fare proprio questo.

Passando agli **Explorer**, le relazioni individuate sono risultate del tutto conformi all'ipotesi *H2* formulata. Questi giocatori acquistano molti oggetti funzionali perché voglio rendere le loro attività di esplorazione il più piacevoli possibili, evitando interruzioni e riducendo quegli aspetti tediosi e ripetitivi. Anche l'acquisto dei contenuti aggiuntivi è del tutto giustificato. Gli Explorer cercano in continuazione di saziare la loro sete di conoscenza e il desiderio di scoprire il mondo virtuale che li circonda, cose che i contenuti aggiuntivi tipicamente forniscono sottoforma di nuove zone aperte, nuove missioni, nuove storie, etc.

Continuando con i **Socializer**, come ipotizzato il desiderio di interagire amichevolmente con gli altri giocatori e di passare il tempo insieme a loro influisce sull'acquisto degli oggetti sociali. Tutti quegli articoli alternativi alla *chat* testuale e vocale permettono infatti di instaurare o rafforzare rapporti d'amicizia nati all'interno o all'esterno del videogioco. Anche con gli oggetti cosmetici è stata rilevata l'esistenza di una relazione. In particolare, il clima amichevole e coeso che si instaura all'interno di un gruppo anche ampio di giocatori può spingere i singoli a comprare questi articoli per sentirsi parte di esso.

Anche per i giocatori con una personalità da **Killer** sono state identificate molteplici relazioni nonostante il loro numero ridotto. Innanzitutto, il desiderio di attaccare gli altri giocatori per infastidirli e irritarli spinge come ipotizzato questa tipologia di utenti ad acquistare gli oggetti potenzianti, i quali forniscono loro dei vantaggi durante lo scontro rendendo il tutto più facile. Vi è pure una certa influenza sull'intenzione d'acquisto degli oggetti cosmetici, i quali vengono utilizzati o per intimidire gli altri prima dello scontro oppure, avvalendosi soprattutto di *skin* incoerenti, per infastidire coloro che attribuiscono molta importanza all'immersione nel mondo virtuale. Infine, la relazione più interessante è stata individuata con gli oggetti sociali. Invece di utilizzarli per interagire amichevolmente con gli altri utenti, i Killer li usano per infierire ulteriormente sui giocatori sconfitti, incrementando il proprio divertimento.

Da ultimo, gli acquisti dei **Role-Player** sono spinti dal desiderio d'immersione nella narrazione e nel gioco di ruolo. Partendo dagli oggetti cosmetici, questi giocatori sono attratti da tutto ciò che permette di conferire un'identità fittizia al loro alter ego virtuale e farlo distinguere dalla massa, dando la sensazione di essere veramente i protagonisti della storia. Legato di più alla questione del gioco di ruolo vi è l'acquisto degli oggetti sociali. I Role-Player possono infatti utilizzarli per meglio recitare la parte del proprio personaggio nel mondo di gioco. L'ultima relazione è connessa invece ai contenuti aggiuntivi, i quali, in modo simile agli Explorer, offrono ai Role-Player nuove ragioni per reimmergersi nel videogioco grazie all'espansione dell'aspetto narrativo.

Alla luce di tutto ciò che è emerso, quali sono quindi le considerazioni e raccomandazioni che si possono dare agli sviluppatori e alle case editrici che si avvalgono di un modello di microtransazioni nei videogiochi MMORPG?

Per prima cosa, si ritiene opportuno dare sempre la possibilità di acquistare le monete virtuali in quanto sono il mezzo di pagamento principale fittizio del gioco. Anche se gli Achiever sono apparentemente gli unici inclini a comprarle per motivi ben precisi, la valuta rimarrà sempre uno strumento indispensabile per tutti i giocatori, in quanto gran parte dell'economia del mondo virtuale è basata su di essa.

Per quanto riguarda invece gli oggetti cosmetici, come si è potuto constatare dai dati raccolti essi vengono acquistati da moltissimi utenti e con la maggiore frequenza. Dato il diverso valore che gli viene attribuito dalle varie tipologie di giocatore, si suggerisce di garantire un flusso costante di nuovi articoli estetici molto variati per meglio rispondere ai loro bisogni. Achiever e Role-Player desiderano infatti conferire ai propri personaggi un'identità unica che permetta loro di distinguersi dalla massa, tuttavia se le opzioni a disposizione sono limitate e molto simili fra di loro, gli oggetti cosmetici perdono il loro valore.

Passando agli oggetti funzionali, la loro utilità è stata confermata più volte. Per via della grande varietà di articoli con meccanismi differenti che si possono trovare all'interno di questa categoria, si raccomanda principalmente di assicurarsi che l'aspetto di gioco agevolato con l'acquisto di tali oggetti non sia stato palesemente creato apposta per spingere le vendite. Se ad esempio lo spazio iniziale a disposizione nell'inventario del personaggio è estremamente ridotto e vi è la possibilità di espanderlo notevolmente attraverso le microtransazioni, non passerà molto tempo prima che i giocatori inizino a manifestare il proprio dissenso.

Continuando con gli oggetti potenzianti, si è dell'opinione che essi debbano essere completamente eliminati dagli *item shop* dei propri videogiochi per ragioni soprattutto di bilanciamento ed equità. In generale si è riscontrato infatti poco interesse verso oggetti del genere e si ritiene che coloro che sarebbero inclini ad acquistarli in futuro oppure che hanno effettuato la spesa in passato causino solo squilibri in termini di potenza fra giocatori. Di conseguenza vi è il rischio di rendere la competizione soprattutto PvP impossibile senza ricorrere alle microtransazioni e questo, come si è constatato dai dati raccolti, porterebbe gli utenti ad abbandonare il gioco. Inoltre con la loro rimozione si potrebbe potenzialmente evitare la diffusione di giocatori con personalità Killer, il cui comportamento non dovrebbe essere incentivato in alcun modo o per lo meno limitato quanto possibile.

Per quanto concerne gli oggetti acceleratori, per spingere i giocatori Achiever al loro acquisto è fondamentale sviluppare un sistema di progressione bilanciato all'interno del videogioco. Se l'avanzamento è troppo veloce, difficilmente qualcuno si degnerà di effettuare la spesa, se però al contrario è troppo lento si giunge ad una situazione analoga a quella spiegata in precedenza con gli oggetti funzionali, in cui vi è il rischio di essere accusati di aver creato un sistema imperfetto solo per promuovere le microtransazioni.

Inoltre, se si considera che diversi intervistati hanno affermato che gli oggetti acceleratori vengono spesso regalati durante le sessioni di gioco, sarebbe opportuno differenziarli rendendo quelli a pagamento più attrattivi di quelli gratuiti, conferendo ad esempio bonus aggiuntivi o aumentandone la durata.

Spostando l'attenzione sugli oggetti sociali, grazie al discreto interesse rilevato sia dalle interviste che dal sondaggio online per i diversi articoli specifici proposti, si suggerisce di esplorare ulteriormente la possibilità di offrire gli oggetti in questione attraverso le microtransazioni. Infatti, tre delle cinque categorie di giocatore hanno ragioni differenti che possono spingerli ad effettuare la spesa, traducendosi così in ulteriori entrate per gli sviluppatori. Vi è tuttavia da tenere in considerazione che fra le personalità più attratte da essi vi sono i Killer e, come affermato in precedenza, sarebbe auspicabile evitare di offrire oggetti che incentivino il loro comportamento per salvaguardare la salute del gioco. Ciò nonostante, gli oggetti sociali non hanno un impatto diretto sulle funzionalità e i meccanismi principali del gioco e si presume che il numero di giocatori che li utilizzerebbero in maniera negativa siano limitati.

Arrivando alle *loot box* il discorso diventa più delicato. A causa dell'attenzione mediatica che questo tipo di microtransazione continua a ricevere negli ultimi tempi, è indispensabile essere prudenti sul come vengono progettate. Limitandosi alle relazioni individuate con l'analisi empirica, per continuare a soddisfare il bisogno di ottenere successo degli Achiever serve garantire all'interno delle *loot box* la presenza di oggetti estremamente rari ma che allo stesso tempo non influiscono sulle funzionalità del gioco perturbandone l'equilibrio, cosa che ad esempio gli oggetti potenzianti possono fare. Per rendere le *loot box* più attrattive anche agli occhi delle altre tipologie di giocatore, si potrebbero offrire delle varianti con degli oggetti casuali appartenenti alla stessa categoria: una *loot box* solo con articoli cosmetici per Achiever, Killer e Role-Player, una solo con oggetti funzionali per Achiever ed Explorer e così via. Un sistema di questo tipo tuttavia necessità di un'elevata quantità di articoli per ogni categoria che possano poi essere suddivisi in livelli di rarità. Se fra tutti gli oggetti funzionali ad esempio non si individua qualcosa di poco valore che possa essere dato con estrema frequenza, il meccanismo simile al gioco d'azzardo perde il suo scopo perché qualsiasi cosa ottenuta dà un senso di vittoria. Un'altra possibilità è quella di premiare i giocatori per ogni *loot box* aperta con un nuovo tipo di valuta specifica che permette di comprare direttamente gli oggetti in esse contenute. In questo modo si potrebbe potenzialmente ridurre il senso di frustrazione degli utenti perché alla fine, in un modo o nell'altro, essi riescono ad ottenere ciò che vogliono.

Da ultimo, si raccomanda di rilasciare al pubblico i contenuti aggiuntivi con una cadenza regolare, in quanto sono il tipo di microtransazione che ha il potenziale di essere acquistato dalla quasi totalità dei giocatori e permette loro di restare coinvolti per più tempo nel gioco. I DLC dovrebbero offrire abbastanza contenuti da poter coprire il periodo di tempo necessario allo sviluppo di quello successivo, riducendo così la probabilità che i giocatori perdano interesse e abbandonino il gioco. Inoltre, i contenuti non dovrebbero concentrarsi unicamente su un solo aspetto, ma cercare di essere variati per attrarre quanti più giocatori possibili.

Un DLC non deve ad esempio espandere unicamente la narrazione principale a favore dei Role-Player, ma deve anche arricchire l'esperienza per gli Explorer con nuove mappe da esplorare e per gli Achiever con nuovi contenuti che possano testare la loro bravura.

Ogni categoria di oggetto virtuale presenta delle caratteristiche che spingono determinate tipologie di giocatore al loro acquisto. Anche se dal sondaggio online è emerso il contrario, non si ritiene opportuno limitare le microtransazioni agli oggetti cosmetici, almeno non nei videogiochi MMORPG, in quanto, come menzionato in precedenza nel quadro teorico, gli utenti cambiano in continuazione motivazioni di gioco e comportamento nel tempo. Concentrarsi unicamente su una sola categoria di oggetto significa ridurre potenzialmente il numero di entrate, dato che parte dei giocatori non effettuerebbe più spese *in-game*. L'importante è che tutto ciò che viene offerto non perturbi il bilanciamento del gioco e non dia la sensazione di essere obbligati a comprarlo.

Collegato a quest'ultimo aspetto, si è dell'opinione che gran parte, se non tutti gli articoli che possono essere acquistati più volte in poco tempo, quindi senza contare i contenuti aggiuntivi, debbano poter essere ottenibili senza pagare giocando normalmente. Le microtransazioni non dovrebbero essere un modello che permette di comprare l'esclusività, ma piuttosto la comodità. Rendere determinati elementi di gioco disponibili solo per gli utenti paganti può portare ad una divisione fra i consumatori, riducendo la longevità del gioco.

In sostanza, anche le motivazioni di gioco assumono un ruolo importante all'interno del comportamento d'acquisto dei giocatori in ambito di microtransazioni, tuttavia non bisogna dimenticare che esistono altri fattori oltre quelli psicologici che influiscono sulla decisione finale, ovvero quelli sociali, culturali e personali, ai quali, purtroppo, non è stato possibile dare un adeguato approfondimento a causa dei limiti temporali imposti per la stesura del lavoro. Ciò nonostante, nessuno di questi elementi ha alcuna importanza se gli sviluppatori non sono prima in grado di creare un videogioco che attragga e trattenga i propri utenti. Come affermano Hamari e Keronen (2017), i giocatori non scelgono a cosa giocare in base agli oggetti virtuali acquistabili *in-game* ma piuttosto prestano attenzione al gioco in sé e all'intrattenimento che ne deriva. Avere un modello di microtransazioni perfetto con articoli costruiti appositamente per soddisfare qualsiasi tipo di giocatore non ha alcuna utilità se il prodotto di base non è in grado di coinvolgere i propri utenti per un lungo periodo di tempo. Pertanto, gli sviluppatori sono posti davanti ad un bivio: da una parte devono preoccuparsi di rendere il videogioco abbastanza piacevole da assicurarne il continuo utilizzo dagli utenti, mentre dall'altro lato resta nell'interesse degli sviluppatori creare dei meccanismi imperfetti che permettano di creare una domanda di oggetti virtuali finalizzati a risolvere queste frustrazioni.

4 Conclusioni

Questa ricerca mirava a determinare se le motivazioni di gioco influissero sugli acquisti di oggetti virtuali offerti attraverso un modello di microtransazioni all'interno dei videogiochi MMORPG.

Avvalendosi innanzitutto della letteratura scientifica e di una ricerca in prima persona in diversi videogiochi appartenenti al genere in questione, è stato possibile comprendere in maniera più approfondita i motivi che spingono le persone a giocare e in quali articoli virtuali a pagamento è possibile imbattersi durante le sessioni di gioco. Gli aspetti teorici emersi sono stati indispensabili per condurre una serie d'interviste con individui non estranei al mondo videoludico e per pubblicare un sondaggio online su diverse pagine web legate agli MMORPG. L'approccio metodologico adottato ha permesso, una volta analizzati i risultati ottenuti, di identificare un gran numero di relazioni fra ragioni di gioco e oggetti virtuali acquistati, fornendo elementi sufficienti per rispondere alla domanda di ricerca della tesi. Le relazioni stabilite hanno in aggiunta dato la possibilità di formulare delle considerazioni e dei suggerimenti finalizzati al miglioramento del modello delle microtransazioni, sempre più utilizzato all'interno di tutti i generi di videogiochi.

Grazie alla ricerca effettuata si è potuto constatare in particolare come il bisogno di ottenere successo e prestigio spinga le persone a comprare oggetti che agevolino il processo per ottenerli o che permettano di mostrare la propria bravura agli altri. Chi invece si dedica all'esplorazione del mondo virtuale predilige ciò che espande questo aspetto del gioco e lo rende meno tedioso, mentre coloro che traggono piacere dall'infastidire gli altri utenti tendono ad acquistare articoli che facilitano questo tipo di comportamento e amplificano gli effetti negativi causati sugli altri. I giocatori interessati a socializzare all'interno del gioco hanno dimostrato invece interesse verso quegli oggetti alternativi alla *chat* testuale e vocale per interagire amichevolmente con gli altri oppure per sentirsi parte di un gruppo. Da ultimo, coloro mossi dal desiderio di vivere una storia surreale e di praticare il gioco di ruolo, danno la precedenza a tutto ciò che offre loro nuove opportunità di narrazione o d'immersione.

Si può quindi concludere che anche la motivazione gioca un ruolo importante nel processo d'acquisto del giocatore quando esso è confrontato con l'opportunità di effettuare una spesa per agevolare o migliorare la propria esperienza videoludica.

Il lavoro svolto e i risultati ottenuti offrono pertanto un contributo che va ad arricchire i già numerosi studi effettuati in ambito videoludico e di microtransazioni, riempiendo quel buco nella letteratura scientifica che secondo Hamari e Keronen (2017) risultava interessante colmare e gettando le basi per sviluppare ulteriormente l'argomento trattato. In futuro si potrà infatti estendere la ricerca concentrandosi su altri generi di videogiochi oppure adottando un approccio più generalizzato in modo da andare a coprire eventuali motivazioni di gioco e categorie di oggetti virtuali non discusse in questa tesi.

Bibliografia

Almaguer, J. C. (2019). Gamer Resistance to Marketization of Play. *Markets, Globalization & Development Review, 3*(3). doi:10.23860/MGDR-2018-03-03-05

ArenaNet. (2012). *Guild Wars 2* [videogioco]: NCSOFT.

Ball, C., & Fordham, J. (2018). Monetization is the Message: A Historical Examination of Video Game Microtransactions. Tratto da http://www.digra.org/wp-content/uploads/digital-library/DIGRA_2018_paper_195.pdf

Bartle, R. (1996). Hearts, Clubs, Diamonds, Spades: Players Who Suit MUDs. *Journal of MUD research, 1*(1). Tratto da https://mud.co.uk/richard/hcds.htm

Bartle, R. (2004). *Designing Virtual Worlds.* New Riders.

Bartle, R. (2005). Virtual worlds: Why people play. *Massively multiplayer game development, 2*(1). Tratto da https://mud.co.uk/richard/VWWPP.pdf

Bartle, R. (2012). *Player Type Theory: Uses and Abuses* [filmato]. Tratto il 27 giugno 2019 da YouTube: https://www.youtube.com/watch?v=ZIzLbE-93nc&t=664s

Bartle, R. (2016). *MMOs from the inside out.* California: Apress.

Castranova, E. (2008). *Synthetic worlds: The business and culture of online games.* University of Chicago press.

Clark, O. (2014). *Games as a Service: How free to play design can make better games.* Focal Press.

Davidovici-Nora, M. (2013). Innovation in business models in the video game industry: Free-To-Play or the gaming experience as a service. *The Computer Games Journal, 2*(3), 22-51. doi:10.1007/BF03392349

Davidovici-Nora, M. (2014). Paid and Free Digital Business Models Innovations in the Video game Industry. *Digiworld Economic Journal*(94), 83-101.

De Guzman, J. (2017, Novembre 21). *Rappler*. Tratto il 3 settembre 2019 da [OPINION] Microtransactions are the dark side of modern video games: https://www.rappler.com/technology/features/189113-opinion-microtransactions-dark-side-modern-video-games

Evers, E. R., Van de Ven, N., & Weeda, D. (2015). The hidden cost of microtransactions: Buying in-game advantages in online games decreases a player's status. *International Journal of Internet Science, 10*(1), 20-36. Tratto da https://pure.uvt.nl/ws/portalfiles/portal/9310069/SocPsy_Van_de_Ven_hidden_cost_IJoIS_2015.pdf

Fahey, M. (2016, Marzo 4). *Never Forget Your Horse Armor*. Tratto il 4 luglio 2019 da Koutaku: https://kotaku.com/never-forget-your-horse-armor-1768813271

Fortney, L. (2019, Giugno 25). *How Does Fortnite Make Money?* Tratto il 7 luglio 2019 da Investopedia: https://www.investopedia.com/tech/how-does-fortnite-make-money/

Frasca, G. (2013). Simulation versus narrative: Introduction to ludology. *The video game theory reader*, 245-258. Tratto da https://www.phil-fak.uni-duesseldorf.de/fileadmin/Redaktion/Institute/Kultur_und_Medien/Medien_und_Kulturwissenschaft/Dozenten/Szentivanyi/Computerspielanalyse_aus_kulturwissenschaftlicher_Sicht/frasca.pdf

Gach, E. (2018, Aprile 25). *Belgium Says Loot Boxes In Games Like Overwatch Are Illegal*. Tratto il 5 luglio 2019 da Kotaku: https://kotaku.com/belgium-says-loot-boxes-in-games-like-overwatch-are-ill-1825533879

George, D., & Mallery, P. (2019). *IBM SPSS Statistics 25 Step by Step: A simple guide and reference* (15th ed.). Routledge.

González Mariño, J. C., Cantú Gallegos, M., Camacho Cruz, H. E., & Rosales Camacho, J. A. (2018). Redesigning the Bartle Test of Gamer psychology for its application in gamification processes of learning. *The 12th International Multi-Conference on Society, Cybernetics and Informatics, 1*, 35-40. Tratto da https://www.researchgate.net/publication/327033394_Redesigning_the_Bartle_Test_of_Gamer_psychology_for_its_application_in_gamification_processes_of_learning

Good, O. (2011, Marzo 16). *Guess What, Horse Armor Still Sells*. Tratto il 4 luglio 2019 da Kotaku: https://kotaku.com/guess-what-horse-armor-still-sells-5782805

Gordon, R. (2018, Gennaio 22). *20 Video Game Franchises That EA Has Ruined*. Tratto il 28 agosto 2019 da Screen Rant: https://screenrant.com/video-game-franchises-ea-ruined/2/

Grayson, N. (2019, Giugno 19). *EA: Our Loot Boxes Are Actually "Surprise Mechanics" That Are "Quite Ethical"*. Tratto il 5 luglio 2019 da Kotaku: https://kotaku.com/ea-our-loot-boxes-are-actually-surprise-mechanics-that-1835662012

Guild Wars 2 Official Wiki. (2019, Giugno 12). *File: Tyria map (clean).jpg*. Tratto il 25 luglio 2019 da Guild Wars 2 Official Wiki: https://wiki.guildwars2.com/wiki/File:Tyria_map_(clean).jpg

Hamari, J., & Keronen, L. (2017). Why do people buy virtual goods: A meta-analysis. *Computers in Human Behavior, 71*, 59-69. doi:10.1016/j.chb.2017.01.042

Hamari, J., & Tuunanen, J. (2014). Player types: A meta-synthesis. Tratto da https://trepo.tuni.fi/bitstream/handle/10024/99064/player_types_a_meta_synthesis.pdf?sequence=1

Irrational Games. (2007). *Bioshock* [videogioco]: 2K Games.

Jackson, G. (2017, Novembre 21). *A Guide To The Endless, Confusing Star Wars Battlefront II Controversy*. Tratto il 5 luglio 2019 da Kotaku: https://kotaku.com/a-guide-to-the-endless-confusing-star-wars-battlefront-1820623069

Jackson, G. (2019, Febbraio 22). *Apex Legends Player Spent $500 to Unlock A Rare Item, Says "It Wasn't Worth It"*. Tratto il 20 luglio 2019 da Kotaku: https://kotaku.com/apex-legends-player-spent-500-to-unlock-a-rare-item-s-1832822740

Jimenez, C. (2007, Settembre 24). *The high cost of playing Warcraft*. Tratto il 3 luglio 2019 da BBC News: http://news.bbc.co.uk/2/hi/technology/7007026.stm

Jøn, A. A. (2010). The development of MMORPG culture and the guild. *Australian folklore, 25*. Tratto da https://www.researchgate.net/publication/283281457_The_Development_of_MMORPG_Culture_and_The_Guild

Karlsen, F. (2004). Media complexity and diversity of use: Thoughts on a taxonomy of users of multiuser online games. Tratto da http://jonassmith.dk/otherplayers/papers/karlsen.pdf

Kelly, J. N. (2004). Play time: An overview of the MMORPG genre. Tratto da https://www.anthemion.org/file/playtime_over.pdf

King, D. L., & Delfabbro, P. H. (2018). Predatory monetization schemes in video games (e.g. "loot boxes") and internet gaming disorder. *Addiction, 113*(11), 1967-1969. doi:10.1111/add.14286

King, D., Delfabbro, P., & Griffiths, M. (2009). The Psychological Study of Video Game Players: Methodological Challenges and Practical Advice. *International Journal of Mental Health and Addiction, 7*(4), 555-562. doi:10.1007/s11469-009-9198-0

Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *Principles of Marketing* (7th ed.). Pearson Education.

Lehdonvirta, V. (2009). Virtual item sales as a revenue model: identifying attributes that drive purchase decisions. *Electronic commerce research, 9*(1-2), 97-113. doi:10.1007/s10660-009-9028-2

Lehdonvirta, V., & Virtanen, P. (2010). A New Frontier in Digital Content Policy: Case Studies in the Regulation of Virtual Goods and Artificial Scarcity. *Policy & Internet, 2*(3). doi:10.2202/1944-2866.1070

Lin, H., & Sun, C. T. (2015). Massively Multiplayer Online Role Playing Games (MMORPG s). *The international encyclopedia of digital communication and society*, 1-7. Tratto da http://gamelearninglab.nctu.edu.tw/ctsun/Massively%20Multiplayer%20Online%20Role%20Playing%20Games%20(MMORPGs)%20-%20The%20International%20Encyclopedia%20of%20Digital%20Communication%20and%20Society.pdf

Luton, W. (2013). *Free-to-play: Making money from games you give away.* New Riders.

Makuch, E. (2018, Novembre 20). *Microtransactions, Explained: Here's What You Need To Know*. Tratto il 17 agosto 2019 da Gamespot: https://www.gamespot.com/articles/microtransactions-explained-heres-what-you-need-to/1100-6456995/

Moeller, M. (2018, Dicembre 6). *Generation 8: The Rise of Games as a Service*. Tratto il 3 luglio 2019 da TechRaptor: https://techraptor.net/content/generation-8-the-rise-of-games-as-a-service

Nacke, L. (2009). *Affective ludology: Scientific measurement of user experience in interactive entertainment.* Doctoral dissertation, Blekinge Institute of Technology. Tratto da http://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:835627/FULLTEXT01.pdf

Saunders, M., Lewis, P., & Thornhill, A. (2016). *Research methods for business students* (Seventh ed.). Pearson Education.

SuperData. (2017, Novembre 21). *Battlefront II goofed, but gamers are still spending more on additional content*. Tratto il 4 luglio 2019 da SuperData: https://www.superdataresearch.com/battlefront-ii-goofed-but-its-the-future/

SuperData. (2018). 2017 Year in Review - Digital Games And Interactive Media. Tratto il 5 luglio 2019 da http://strivesponsorship.com/wp-content/uploads/2018/02/SuperData-2017-year-in-review-digital-games-and-interactive-media.pdf

SuperData. (2019). 2018 Year in review - Digital Games And Interactive Media. Tratto il 5 luglio 2019 da https://adindex.ru/files2/access/2019_01/230617_SuperData%202018%20Year%20in%20Review.pdf

Tomić, N. (2017). Effects of micro transactions on video games industry. *Megatrend revija*, 239-257. doi:10.5937/MegRev1703239T

Tomić, N. (2018). Economic Model of Microtransactions in Video Games. *Journal of Economic Science Research, 1*(01). doi:10.30564/jesr.v1i1.439

Tuunanen, J., & Hamari, J. (2012). Meta-synthesis of player typologies. *Proceedings of DiGRA Nordic 2012 Conference: Local and Global – Games in Culture and Society*. Tratto da https://www.researchgate.net/profile/Janne_Tuunanen/publication/266521217_Meta-synthesis_of_player_typologies/links/54d4c12f0cf2970e4e63955b/Meta-synthesis-of-player-typologies.pdf

WePC. (2019, Giugno). *2019 Video Game Industry Statistics, Trends & Data*. Tratto il 4 luglio 2019 da WePC: https://www.wepc.com/news/video-game-statistics/#video-game-monetization

Williams, D., Yee, N., & Caplan, S. E. (2008). Why plays, how much, and why? Debunking the stereotypical gamer profile. *Journal of Computer-Mediated Communication, 13*(4), 993-1018. doi:10.1111/j.1083-6101.2008.00428.x

Yee, N. (2005). Motivations of Play in MMORPGs. Tratto da http://www.nickyee.com/daedalus/motivations.pdf

Ymir Entertainment. (2004). *Metin2* [videogioco]: Gameforge 4D GmbH.

ZeniMax Online Studios. (2004). *The Elder Scrolls Online* [videogioco]: Bethesda Softworks.

Allegati

Allegato 1: Differenti studi sulle tipologie di giocatore

Author(s)	Year	Basis for categorization in the study	Presented player types	Games in the study
Leo Whang Lee	2004	Psychographic	Single-oriented player, Community-oriented player, Off-real world player	Lineage (MMO)
Tseng	2010	Psychographic	Aggressive gamer, Social gamer, Inactive gamer	Online games in general
Yee	2006, 2007	Psychographic	Achievement, Social, Immersion	EverQuest, Dark Age of Camelot, Ultima Online, and Star Wars Galaxies (MMOs)
Zackariasson et al.	2010	Psychographic	Progress & provocation, Power & domination, Helping & support, Friends & collaboration, Exploration & fantasy, Story & escapism	World of Warcraft (MMO)
Stewart	2011	Behavioral Psychographic	Guardian/Achiever, Rational/Explorer, Idealist/Socialiser, Artisan/Killer, Conqueror, Wanderer, Manager, Participant, Hardcore, Casual	The same ones as in the previous studies that it combines
Bartle	1996	Behavioral	Achiever, Explorer, Socialiser, Killer	MUDs
Drachen et al.	2009	Behavioral	Veteran, Solver, Pacifist, Runner	Tomb Raider: Underworld
Ip Jacobs	2005	Behavioral	Hardcore gamer, Casual gamer	Non exclusive
Kallio et al.	2011	Behavioral	Social mentalities, Casual mentalities, Committed mentalities	Non-exclusive
Hamari Lehdonvirta	2010	Behavioral	For example character levels and classes	EverQuest, Habbo, Puzzle Pirates, World of Warcraft… (Online games)
Jansz Tanis	2007	In-game demographic	Non-clan member, Amateur, (Semi-)professional	Counter Strike (Online game)
Williams et al.	2006	In-game demographic	Group centrality, Size of the guild, Type of server, Faction	World of Warcraft (MMO)

Fonte: Tuunanen & Hamari, 2012, p. 4.

Allegato 2: MMORPG analizzati e oggetti virtuali identificati

Guild Wars 2

Rilasciato ufficialmente al pubblico con un modello B2P nel 2012, dall'agosto del 2015 è passato ad un modello F2P/*freemium* con il quale viene garantito l'accesso gratuito al gioco base restando tuttavia soggetti a diverse restrizioni fino a quando non si acquista uno dei pacchetti espansione.

Categoria	Descrizione / Esempi
Monete virtuali	Oro e karma sono le monete tradizionali principali. Le gemme rappresentano invece la moneta *premium* e possono essere acquistate in quantità definite che variano dalle 800 alle 8'000 unità. È possibile convertire l'oro in gemme e viceversa.
Oggetti cosmetici	Pettinature alternative; possibilità di cambiare il sesso del personaggio e l'aspetto fisico; tinture; *skin* per armi, armature, cavalcature e per il portatore di messaggi; miniature che replicano svariati NPC e seguono il giocatore senza fare altro.
Oggetti funzionali	Strumenti con utilizzi infiniti per raccogliere le risorse e distruggere oggetti; accesso a banca o mercanti in qualsiasi momento; accesso temporaneo o permanente ad aree che raggruppano tutti i servizi del gioco; teletrasporto immediato presso i principali eventi del mondo; aumento dello spazio dell'inventario e della banca; *slot* nell'inventario condivisi fra tutti i personaggi del giocatore; licenze aggiuntive per la lavorazione di oggetti; *slot* aggiuntivi per nuovi personaggi; estrattori di potenziamenti; kit di riparazione; orbi di resurrezione; oggetti monouso che aumentano la velocità di movimento per poche ore; oggetti che sbloccano i punti di viaggio rapido senza averli prima visitati.
Oggetti potenzianti	Oggetti monouso che aumentano il danno inflitto, riducono quello ricevuto o rigenerano la vita progressivamente per qualche ora (non funzionano nelle modalità competitive); oggetti che permettono di mantenere per 24 ore gli effetti delle pietanze consumate invece che per mezz'ora.
Oggetti acceleratori	Oggetti monouso che aumentano per poche ore la percentuale di esperienza guadagnata nelle varie modalità di gioco, la quantità di karma ricevuto o la probabilità di trovare oggetti rari.
Oggetti sociali	Strumenti musicali; aquiloni; fuochi d'artificio; palloncini d'acqua; sedie e troni; oggetti che permettono risse amichevoli fra giocatori trasformandoli in personaggi casuali.
Loot box	Esiste un solo tipo di *loot box*, ma il contenuto viene spesso cambiato in corrispondenza delle festività del gioco o con il rilascio di nuovi contenuti aggiuntivi. È necessario possedere anche una chiave per poter aprirle.
Contenuti aggiuntivi	Episodi *living world* ogni tre mesi circa che aggiungono una nuova area di gioco nel quale viene sviluppata la storia principale. Vengono aggiunte occasionalmente anche nuove funzionalità e oggetti cosmetici. Gli episodi sono gratuiti fino al rilascio di quello successivo, dopodiché è necessario acquistarli. Sono state rilasciate inoltre due espansioni che consentono di accedere a nuove parti del mondo virtuale per continuare la storia principale. Hanno inoltre introdotto un nuovo sistema di progressione, nuovi *raid* e nuove specializzazioni.

Fonte: elaborazione dell'autore, informazioni ricavate dal gioco *Guild Wars 2* (ArenaNet, 2012).

Metin2

Utilizza un modello F2P dal primo rilascio in Corea del Sud nel 2004. Nel 2007 è stato commercializzato anche in Europa, Stati Uniti e Singapore.

Categoria	Descrizione / Esempi
Monete virtuali	Gli Yang sono le monete tradizionali e possono essere acquistate in pacchetti da 3'000, 35'000 o 80'000. Le monete del drago sono invece la moneta *premium* e possono essere acquistate in pacchetti da 30, 50, 125, 300, 500 e 1'250.
Oggetti cosmetici	Pettinature alternative; possibilità di cambiare il sesso del personaggio; possibilità di modificare l'aspetto della propria bancarella.
Oggetti funzionali	Mantello che attira a sé tutti i mostri vicini; scarpe che aumentano la velocità di movimento; anello che permette di parlare e capire correttamente le lingue di altri regni; "terza mano" che raccoglie automaticamente gli Yang lasciati cadere; aumento dello spazio dell'inventario del personaggio o del magazzino; papiro di teletrasporto; bussola che indica la direzione di una roccia specifica da distruggere; libri per rimuovere delle "schegge" da un oggetto che possono far fallire il potenziamento; oggetti di ridistribuzione degli attributi.
Oggetti potenzianti	Pozioni monouso che aumentano per poco tempo la velocità d'attacco o delle magie; pozioni che ripristinano automaticamente o istantaneamente i punti vita o i punti mana; pietre/oggetti da inserire nell'equipaggiamento per conferire dei bonus o cambiarli.
Oggetti acceleratori	Anelli che aumentano l'esperienza guadagnata dai mostri; guanti che aumentano la possibilità di trovare oggetti; medaglia che aumenta le probabilità di trovare Yang; libri che raddoppiano la possibilità di pescare pesci rari; libro che aumenta l'esperienza ottenuta dai mostri per tutti i componenti di un gruppo.
Oggetti sociali	Maschera che permette di esprimere le proprie emozioni (compiere delle animazioni speciali anche con altri giocatori). Due giocatori possono sposarsi nel gioco e vi sono diversi oggetti nell'*item shop* che conferiscono dei bonus ai coniugi: aumento dei punti esperienza raccolti; riduzione del danno subito; incremento della forza d'attacco; incremento della difesa; aumento della possibilità di infliggere colpi speciali; raddoppio della velocità di guadagno dei "punti amore" (migliorano gli effetti precedenti).
Loot box	Ci sono varie tipologie di scatole, bauli e pacchetti da comprare e aprire, ma il loro contenuto non è casuale. Non è stata riscontrata la presenza di *loot box* dal contenuto sconosciuto.
Contenuti aggiuntivi	Non è stata riscontrata l'esistenza di contenuti aggiuntivi a pagamento.

Fonte: elaborazione dell'autore, informazioni ricavate dal gioco *Metin2* (Ymir Entertainment, 2004).

The Elder Scrolls Online

Lanciato nel 2014 con un modello di sottoscrizione mensile obbligatorio, nel 2015 è passato ad un modello B2P con il rilascio su console. L'abbonamento mensile è diventato opzionale, ma permette di accedere gratuitamente ai nuovi DLC e ogni mese vengono conferite un certo numero di monete *premium* come sorta di premio fedeltà.

Categoria	Descrizione / Esempi
Monete virtuali	L'oro è la moneta tradizionale principale e non può essere acquistata ufficialmente nel gioco. Le corone sono invece la moneta *premium* e possono essere acquistate in quantità definite che variano da 750 corone a 21'000.
Oggetti cosmetici	Nuove *skin* per le cavalcature, le armi e le armature; animali da compagnia che seguono il giocatore senza fare altro; abitazioni e relativi oggetti decorativi; effetti speciali durante certe animazioni; pettinature alternative; tatuaggi alternativi; possibilità di cambiare razza, sesso e aspetto fisico.
Oggetti funzionali	Oggetti che riducono il tempo necessario ad estrarre dei potenziamenti dagli oggetti o per crearli; kit di riparazione; gemme dell'anima che riportano in vita i giocatori e permettono di ricaricare la magia delle armi; accesso a banca e mercanti in qualsiasi momento (solo PvE); aumento dello spazio dell'inventario o della banca; oggetti per ridistribuire gli attributi; *slot* aggiuntivi per nuovi personaggi.
Oggetti potenzianti	Oggetti consumabili che incrementano la quantità o la velocità di rigenerazione della vita, della stamina o del mana; veleni di diverso tipo da usare in combattimento.
Oggetti acceleratori	Pergamene che incrementano l'esperienza guadagnata per un certo periodo di tempo.
Oggetti sociali	Animazioni speciali su attivazione (saluti, danze, strumenti musicali, stretta di mano, etc.).
Loot box	Esistono diversi tipi di *loot box* che contengono soprattutto oggetti cosmetici o consumabili più deboli di quelli che potresti ottenere giocando normalmente. È possibile ottenere articoli estremamente rari o che non sono più disponibili nell'*item shop*. Gran parte dei contenuti può essere comunque acquistata direttamente.
Contenuti aggiuntivi	Sono state rilasciate tre espansioni che hanno aggiunto nuove aree di gioco, nuove professioni, nuove missioni e nuovi *raid*. Intramezzo le espansioni sono stati lanciati dei DLC minori contenenti aree di gioco più piccole, nuove missioni o nuovi *dungeon*.

Fonte: elaborazione dell'autore, informazioni ricavate dal gioco *The Elder Scrolls Online* (ZeniMax Online Studios, 2004).

STUDENTSUPSI

Allegato 3: Test di determinazione della tipologia di giocatore

1) **Achiever vs Explorer**	*Risposta*	*Punti verso Achiever*	*Punti verso Explorer*
Esplorare e conoscere il mondo virtuale è più gratificante che essere in possesso degli oggetti più rari del gioco.	In completo disaccordo	3	0
	In disaccordo	2	1
	Neutrale	1	1
	D'accordo	1	2
	Completamente d'accordo	0	3
2) **Achiever vs Killer**	*Risposta*	*Punti verso Achiever*	*Punti verso Killer*
Preferisci tendere un'imboscata ad un altro giocatore piuttosto che collaborare con lui per completare un obiettivo difficile.	In completo disaccordo	3	0
	In disaccordo	2	1
	Neutrale	1	1
	D'accordo	1	2
	Completamente d'accordo	0	3
3) **Achiever vs Socializer**	*Risposta*	*Punti verso Achiever*	*Punti verso Socializer*
Socializzare con gli altri giocatori è più importante che avere più successo di loro.	In completo disaccordo	3	0
	In disaccordo	2	1
	Neutrale	1	1
	D'accordo	1	2
	Completamente d'accordo	0	3
4) **Achiever vs Role-Player**	*Risposta*	*Punti verso Achiever*	*Punti verso Role-Player*
Preferisci leggere tutti i dialoghi e guardare tutti i filmati che completare il gioco in fretta.	In completo disaccordo	3	0
	In disaccordo	2	1
	Neutrale	1	1
	D'accordo	1	2
	Completamente d'accordo	0	3
5) **Explorer vs Killer**	*Risposta*	*Punti verso Explorer*	*Punti verso Killer*
È più probabile che tu vinca uno scontro diretto con un altro giocatore che un quiz inerente il mondo virtuale.	In completo disaccordo	3	0
	In disaccordo	2	1
	Neutrale	1	1
	D'accordo	1	2
	Completamente d'accordo	0	3

6) **Explorer vs Socializer**	*Risposta*	*Punti verso Explorer*	*Punti verso Socializer*
È peggio non avere amici con cui giocare che non avere aree da esplorare.	In completo disaccordo	3	0
	In disaccordo	2	1
	Neutrale	1	1
	D'accordo	1	2
	Completamente d'accordo	0	3
7) **Explorer vs Role-Player**	*Risposta*	*Punti verso Explorer*	*Punti verso Role-Player*
Una trama ben sviluppata e coinvolgente è più importante dei segreti che il mondo di gioco può serbare.	In completo disaccordo	3	0
	In disaccordo	2	1
	Neutrale	1	1
	D'accordo	1	2
	Completamente d'accordo	0	3
8) **Killer vs Socializer**	*Risposta*	*Punti verso Killer*	*Punti verso Socializer*
Quando incontri un nuovo giocatore vedi in lui un potenziale nuovo amico e non una potenziale preda da infastidire.	In completo disaccordo	3	0
	In disaccordo	2	1
	Neutrale	1	1
	D'accordo	1	2
	Completamente d'accordo	0	3
9) **Killer vs Role-Player**	*Risposta*	*Punti verso Killer*	*Punti verso Role-Player*
Sconfiggere uno dei nemici principali della storia del gioco ti dà più soddisfazione che vincere un duello con un altro giocatore.	In completo disaccordo	3	0
	In disaccordo	2	1
	Neutrale	1	1
	D'accordo	1	2
	Completamente d'accordo	0	3
10) **Socializer vs Role-Player**	*Risposta*	*Punti verso Socializer*	*Punti verso Role-Player*
Preferisci affrontare le missioni da solo che con un gruppo di amici, in quanto possono rovinare l'atmosfera con il loro comportamento.	In completo disaccordo	3	0
	In disaccordo	2	1
	Neutrale	1	1
	D'accordo	1	2
	Completamente d'accordo	0	3

Fonte: elaborazione dell'autore.

Allegato 4: Traccia d'intervista

Parte introduttiva – Motivazioni di gioco

1. Quanti anni hai?
2. Da quanti anni giochi ai videogiochi e agli MMORPG in particolare?
3. Quante ore giochi a settimana in media ai videogiochi e quante di queste le dedichi agli MMORPG?
4. Perché in generale ti piace giocare ai videogiochi?
5. Cosa ti piace in particolare degli MMORPG?
6. Quando giochi cosa fai per divertirti?

Se non sono emersi gli aspetti caratterizzanti di Achiever, Explorer, Socializer, Killer o Role-Player verranno poste le seguenti domande:

- Quando giochi, tu cerchi di essere il migliore, avere successo e completare obiettivi anche personali?
- Ti interessa esplorare il mondo virtuale e conoscere di più la storia che lo caratterizza?
- Socializzare con gli altri giocatori è fondamentale per te?
- Trovi piacevole interferire nelle attività degli altri giocatori o dare fastidio in generale?
- Ti piace calarti completamente nella storia principale del gioco e nel tuo personaggio?

4. Qual è l'aspetto più importante di un videogioco che ti permette di divertirti?

A questo punto verrà sottoposto il test (disponibile nell'Allegato 3) per determinare in quale misura l'intervistato rientra nelle cinque categorie. Una volta ottenuto il risultato:

5. Ritieni che il risultato del test rispecchi le tue motivazioni di gioco?

Parte centrale – Oggetti virtuali acquistati

6. In tema MMORPG e microtransazioni, parlami dei vari oggetti virtuali che hai acquistato, spiegando il perché li hai comprati e se riesci anche con quale frequenza. Ti pregherei di tralasciare l'aspetto economico e di concentrarti soprattutto sulla loro influenza o utilità rispetto alle tue motivazioni di gioco.
7. Negli altri generi di giochi, tendi ad acquistare le stesse tipologie di oggetti? C'è qualcosa che compri di più o di meno? Perché?
8. Per la mia tesi ho individuato in totale otto categorie di oggetti virtuali nel quale è possibile imbattersi negli MMO e in parte anche in altri giochi. Su una scala da 1 a 5, dove 1 è "per nulla", 2 "poco", 3 "abbastanza", 4 "molto" e 5 "moltissimo", quanto saresti incline ad acquistare degli oggetti appartenenti alle varie categorie e perché?

Parte conclusiva – Percezione del modello di microtransazioni

9. Cosa ne pensi in generale del modello delle microtransazioni?
10. C'è qualcosa in particolare che apprezzi o detesti nel sistema?

Allegato 5: Trascrizione intervista 1 del 17.07.2019

- *Quanti anni hai?*

Ho 15 anni.

- *Da quanti anni giochi ai videogiochi e agli MMORPG in particolare?*

Ho iniziato a 4-5 anni con la primissima Playstation 1, quindi sono circa 10 anni in generale, mentre agli MMO ho iniziato da poco. Diciamo 1-2 anni al massimo.

- *Quante ore giochi a settimana in media ai videogiochi e quante di queste le dedichi agli MMORPG?*

Quando c'è scuola gioco pochissimo, mentre quando sono in vacanza dalle 4 alle 5 ore al giorno. Fai intorno alle 30 ore a settimana. Agli MMO mi dedico uno o due giorni, ma mai di più. Saranno una decina d'ore ecco.

- *Perché in generale ti piace giocare ai videogiochi?*

Sono sempre stato abituato da piccolo. Ogni tanto arrivava mio padre che diceva "guarda che belli questi videogiochi" e me li faceva provare e da allora li ho visti come una buona fonte di svago. È bello quello che riesci a creare con un videogioco, nel senso che ci sono quelle storie che tu puoi viverle e scappare un po' dal mondo e vedere qualcosa di fantastico, qualcosa di surreale.

- *All'interno del gioco cosa ti piace invece fare che ti diverte?*

Dipende dai giochi. Ad esempio in quei giochi dove devi fare delle scelte che poi influenzano la storia penso spesso a cosa farei io nella vita reale, anche se è una scelta stupida o sbagliata. Dopo ci sono invece giochi come *GTA* o *Saints Row* dove mi dai libertà e io la sfrutto fino alla fine.

- *Cosa ti piace invece degli MMORPG e dei giochi di ruolo in generale?*

Mi piace scovare i segreti del mondo virtuale, le armi forti oppure collaborare con le altre persone. In generale però cerco sempre di completare la storia, soprattutto se mi prende. Faccio di tutto per prepararmi al meglio alle varie missioni o alle *boss fight*: collaboro, faccio missioni online, sviluppo il personaggio e così via.

- *Quando giochi, tu cerchi di essere il migliore, avere successo e completare obiettivi?*

Sinceramente no. Non mi interessa così tanto completare obiettivi o essere migliore degli altri. A meno che non mi prende davvero tanto, quando finisco un gioco non torno indietro o lo rifaccio solo per completare gli obiettivi. Non ho proprio la voglia di sprecare tempo per delle cose del genere, mi stufo in fretta. Preferisco appunto vivere appieno la storia e non farmi distrarre da queste cose.

- *Quindi ti interessa anche esplorare il mondo e conoscere la storia al di fuori della trama principale?*

Con ogni gioco cerco sempre di esplorare il più possibile la mappa perché mentre esplori vedi i dettagli e cosa hanno fatto i creatori, quindi vedere appunto lo sforzo che hanno messo nei particolari. Se ricomincio un gioco è anche perché voglio riesplorare tutta la mappa e scoprirne i segreti. Per quanto riguarda la storia del mondo mi limito ad imparare le basi e a restare superficiale. Qualcosa lo faccio, sai gli appunti che trovi mentre giochi magari li leggo un attimo e basta. Non è che vado ad approfondire, non è quello il mio obiettivo quando gioco. Se una cosa mi prende approfondisco, se no resto sulle basi.

- *Socializzare con gli altri giocatori è fondamentale per te?*

A me piace e diverte, soprattutto se incontro qualcuno che ha un nome che sembra italiano, io lo invito subito. È bellissimo perché poi trovi gente veramente simpatica, anche se ogni tanto ti va male e ti becchi quello che ti sclera contro e ti insulta, ma altrimenti puoi trovare gente che veramente ti fa scassare dalle risate ed è divertente giocarci insieme. Quando avevo l'Xbox avevo quasi 300 amici e mi divertivo ad invitare chiunque e provare a giocarci. A me importa socializzare diciamo. Poi se incontro anche gli americani li sfrutto per imparare l'inglese.

- *Trovi piacevole interferire nelle attività degli altri giocatori o a dare fastidio in generale?*

Quando non c'è niente da perdere capita qualche volta che magari attacco qualcuno, ma non perché mi piace, ma perché lo stanno facendo tutti e stiamo solo passando il tempo. Questo però è quando gioco agli sparatutto online. Negli MMO non faccio cose simili.

- *Per farti un esempio, sai che c'è una missione che devi uccidere 10 lupi ma questi possono essere attaccati da chiunque. Ti divertiresti ad andare a rubare i lupi a qualcuno che sta facendo quella missione?*

No, in quel caso. Penso sempre che potrebbero farlo loro a me. Quando ho iniziato a giocare agli MMO mi è capitato una o due volte che qualcuno di livello alto mi ha attaccato così a caso. Posso capire che per certe persone è qualcosa di divertente da fare, ma io non sono quel tipo.

- *Infine, ti piace calarti completamente nella storia del gioco e nel personaggio?*

Sì, forse è proprio quella la cosa più bella di un gioco, calarsi completamente nel personaggio e nella storia. È uno degli aspetti più importanti secondo me.

- *Adesso ti farò un piccolo test per determinare a grandi linee la tua personalità da giocatore. Ti leggerò 10 situazioni tipiche da MMORPG e tu dovrai dirmi su una scala da 1 a 5 quanto sei d'accordo con l'affermazione. 1 è "in completo disaccordo", 2 "in disaccordo, 3 "neutrale", 4 "d'accordo" e 5 "completamente d'accordo".*

(Di seguito sono riportate unicamente le risposte date e i punteggi ottenuti. Le situazioni poste durante il test sono disponibili nell'Allegato 3).

Situazione	Risposta	Punteggio ottenuto
1) Achiever vs Explorer	D'accordo	+1 Achiever / +2 Explorer
2) Achiever vs Killer	In completo disaccordo	+3 Achiever
3) Achiever vs Socializer	Completamente d'accordo	+3 Socializer
4) Achiever vs Role-Player	Completamente d'accordo	+3 Role-Player
5) Explorer vs Killer	Neutrale	+1 Explorer / +1 Killer
6) Explorer vs Socializer	D'accordo	+1 Explorer / +2 Socializer
7) Explorer vs Role-Player	Neutrale	+1 Explorer / +1 Role-Player
8) Killer vs Socializer	Completamente d'accordo	+3 Socializer
9) Killer vs Role-Player	Completamente d'accordo	+3 Role-Player
10) Socializer vs Role-Player	D'accordo	+1 Socializer / +2 Role-Player
Risultato del test		
Achiever	4 punti	14%
Explorer	5 punti	18%
Socializer	9 punti	32%
Killer	1 punto	4%
Role-Player	9 punti	32%

(Al termine del test sono state spiegate le caratteristiche di ogni categoria)

- *Ritieni che il risultato del test rispecchi le tue motivazioni di gioco?*

Sì, non ribatto nulla.

- *Restando adesso in tema MMORPG e microtransazioni, parlami adesso dei vari oggetti virtuali che hai acquistato, spiegandomi il perché li hai comprati e se riesci anche con quale frequenza. Ti pregherei di tralasciare l'aspetto economico e di concentrarti soprattutto sulla loro influenza o utilità rispetto alle tue motivazioni di gioco.*

Essendo ancora piccolo e non avendo tanti soldi, compro soprattutto ciò che mi dà un motivo per rimmergermi nel gioco. Io non punto a comprare oggetti o cose così, ma preferisco comprare delle aggiunte alla storia, quindi delle cose che mi diano un motivo per ritornare nel gioco. L'importante è che aggiungano qualcosa alla storia e ti permettano di scoprire di più ad esempio sui personaggi secondari. Se mi allargano la mappa di gioco è ancora meglio, così posso dedicarmi anche all'esplorazione. Ho acquistato poi un paio di *skin*, ma solitamente non mi interessano più di quel tanto. Certe cose sono carine ma non le trovo più di quel tanto utili.

In altri giochi ho acquistato dei costumi per il personaggio solo perché erano compresi dentro dei pacchetti speciali che ti davano anche una parte di storia. Acquistare solo il costume ci penserei due volte, dipende tanto dal contesto e che sia coerente con la storia.

- *Dato che parli di coerenza con la storia, cosa ne pensi di quegli oggetti cosmetici senza alcun legame con il mondo di gioco?*

Li detesto, sono cose senza senso create soltanto per farti spendere soldi e che ti rompono l'immersione nel gioco.

- *Altri oggetti virtuali che hai acquistato che ti vengono in mente?*

No per ora solo questi. Calcola appunto che ho iniziato da poco a giocare agli MMO, ma magari in futuro mi darò alle spese pazze.

- *Negli altri generi di videogiochi, tendi ad acquistare le stesse tipologie di oggetti? C'è qualcosa che compri di più o di meno?*

Sì, di principio compro le stesse cose. DLC e oggetti cosmetici se mi girano. In più acquisto solitamente i *season pass* nei giochi dove c'è una storia di fondo perché mi danno l'accesso a tutte le nuove aggiunte e le espansioni che fanno dopo il rilascio. Quindi pago una volta e mi danno tutto.

- *Per la mia tesi ho individuato in totale otto categorie di oggetti virtuali nel quale è possibile imbattersi negli MMORPG e in parte anche in altri giochi. Su una scala da 1 a 5, dove 1 è "per nulla", 2 è "poco", 3 "abbastanza", 4 "molto" e 5 "moltissimo", quanto saresti incline ad acquistare degli oggetti appartenenti alle varie categorie e perché?*
  Per iniziare abbiamo le monete virtuali che puoi guadagnare normalmente giocando.

No, non le ho mai comprate e non sono per nulla (1) incline a prenderle. Io sono normalmente un persona che si prende il suo tempo per accumulare ricchezza. Non spenderei soldi veri per acquistare quelli finti se posso guadagnarmeli giocando. Comprare cose del genere vuol dire che tu vuoi avere tutto immediatamente, sono magari ore che ti permettono di restare di più sul gioco se tu giochi normalmente. Fai più cose e non ti perdi la sua bellezza. Se invece vuoi tutto immediato non c'è più questa bellezza, non ha più senso giocare. Tu avvii la partita, compri quello che ti serve e basta.

- *Una categoria sul quale abbiamo già discusso è invece quella degli oggetti cosmetici.*

Come ti ho detto prima, sì li ho presi ma sono comunque poco (2) disposto a prenderli. Sono carini da avere, ma non ci vedo altra utilità.

- *Oggetti più funzionali che ti rendono meno difficile la vita al di fuori del combattimento?*

Non ne ho mai presi e anche qui farei 1 (per nulla). Oggetti del genere non hanno senso a parer mio. È bello sudarsela in un gioco, questi ti tolgono il divertimento. È più appagante faticare, soprattutto quando arrivi alla fine del gioco. Se compro qualcosa che mi fa andare più veloce cosa succede? Finisco la storia in fretta e dopo non ho più niente da fare, perdo l'occasione di socializzare con qualcuno nel mentre e mi rovina in generale l'esperienza.

- *Come prossima categoria abbiamo gli oggetti potenzianti, ovvero tutto ciò che ti aumenta l'attacco o la difesa in modo permanente o temporaneo. Possono anche esserci oggetti già fatti che potrebbero essere più forti di quelli che ottieni giocando normalmente, quindi quelli cosiddetti Pay-to-Win.*

Disinstallo direttamente il gioco se ci sono oggetti *Pay-to-Win*. È svantaggioso per chi non li può comprare e gli possono rovinare il gioco.

- *Mentre di quelli temporanei o che inserisci nelle armi cosa ne pensi?*

È lo stesso discorso di prima con le monete: io preferisco guadagnarmeli giocando, altrimenti non è gratificante.

- *Quindi da 1 a 5 quanto sei incline a prenderli?*

1 (per nulla) decisamente.

- *Andando avanti abbiamo gli oggetti acceleratori o in inglese li chiamano i booster, come ad esempio quelli dell'esperienza oppure che incrementano la probabilità di trovare oggetti rari. Li hai mai comprati e da 1 a 5 quanto saresti incline a farlo?*

No e ancora 1 (per nulla). Anche qui è il solito discorso. Guadagnare tutto in fretta equivale a finire il gioco in un attimo e a perdere il divertimento.

- *Oggetti invece più sociali che ti permettono di interagire con altri giocatori? Per farti degli esempi, in Guild Wars 2 puoi comprare degli strumenti musicali e suonare con gli altri giocatori oppure ci sono dei giocattoli come i fuochi d'artificio o cose che ti permettono di avviare delle risse amichevoli trasformati in qualcos'altro.*

Allora, non li ho mai comprati perché non mi è mai capitato di imbattermi in oggetti del genere, però da come me li descrivi un pensierino ce lo farei perché mi diverte l'idea. Tu dici "vado in giro a fare casino con lo strumento musicale o i fuochi d'artificio" e ci sta, soprattutto in un gioco online dove si punta sul socializzare è carino. Poi se ci pensi non devi nemmeno più usare la *chat* oppure aspettare gli eventi speciali.

- *Quindi da 1 a 5?*

Ti direi 3 (abbastanza).

- *Penultima categoria abbiamo invece le loot box, ovvero tutte quelle scatole dal contenuto casuale. Saresti incline a comprarle?*

Spendere soldi per le *loot box* no e mai lo farò, quindi 1 (per nulla). La maggior parte degli oggetti che trovi sono inutili e le cose più rare a parer mio non giustificano tutti i soldi che ci butti dentro. Perché spendere soldi per delle cose che magari non ti servono neanche? Se poi dopo le *loot box* diventano qualcosa con dentro oggetti *Pay-to-Win* allora lì è fastidioso. Piuttosto rivendo il gioco in una situazione del genere. Se ci sono solo oggetti cosmetici non ci vedo tuttavia grossi problemi. Si vede subito però che il sistema è progettato per sfruttare chi ha dei problemi oppure chi è disposto a spendere un capitale, magari anche non suo e qui mi riferisco ai bambini che hanno la carte di credito dei genitori.

- *Per concludere, l'ultima categoria sono i contenuti aggiuntivi di cui mi hai parlato soprattutto all'inizio. Ti chiedo solo quanto saresti incline a riacquistarli in futuro da 1 a 5.*

5 (moltissimo).

- *Per concludere l'intervista, qual è la tua opinione in generale in merito al modello delle microtransazioni? C'è qualcosa in particolare che apprezzi o detesti del sistema?*

Le microtransazioni ci stanno, ma dipende. Se le microtransazioni devono essere dei *Pay-to-Win* allora no perché non è giusto. Quello che può spendere un sacco di soldi è avvantaggiato sugli altri. Non è giusto che il classico bambino che ha la carta di credito dei genitori possa comprare tutto quello che vuole e diventare il più forte in questo modo. Non si può competere e non c'è più il gusto di giocare. Se però come detto vengono per esempio vendute solo cose cosmetiche per avere qualcosa tipo *skin* e così allora ok. Penso che anche tu ci spenderesti qualcosa. Quindi dipende, ci sono le due facce della medaglia.

Allegato 6: Trascrizione intervista 2 del 17.07.2019

- *Quanti anni hai?*

23 anni.

- *Da quanti anni giochi ai videogiochi e agli MMORPG in particolare?*

Da quando avevo 14 anni quindi da 9 anni, ho iniziato con gli MMO quindi non c'è differenza.

- *Quante ore giochi a settimana in media ai videogiochi e quante di queste dedichi agli MMORPG?*

Calcolando sicuramente un 3 ore al giorno, direi sulle 20 ore in totale e almeno 15 dedicate agli MMO. Le altre 5 le uso soprattutto per gli sparatutto in prima persona.

- *Perché in generale ti piace giocare ai videogiochi?*

Il motivo principale per cui gioco è il clima che si crea, quindi in sostanza gioco per una questione di coesione sociale. Quindi in realtà, giocare fine a se stesso non mi porta niente, quello che mi spinge a connettermi sono gli amici nel mondo virtuale con cui poi realmente interagisco perché ci parlo anche insieme tramite Skype piuttosto che TeamSpeak.

- *Cosa ti piace invece in particolare degli MMORPG?*

In un MMO mi piace quella cosa del portare avanti un personaggio, quindi evolverlo e migliorarlo di continuo. Gli MMO mi pongono degli obiettivi, cosa che gli sparatutto di solito non mi danno. Sì, andavo avanti a uccidere eccetera però non mi davano niente. Invece negli MMO vedi proprio il tuo personaggio che evolve, diventa più forte, che acquisisce diciamo anche una certa reputazione e questo mi gasa.

- *E di preciso cosa fai negli MMO per divertirti?*

Ma in realtà organizziamo delle sfide con i compagni di gilda, quindi possiamo fare dei *dungeon* piuttosto che dei duelli personali. Il puro divertimento era proprio sfidarci tra di noi.

- *Quanto è importante per te quindi essere il migliore, avere successo e completare obiettivi?*

Tantissimo perché di mio sono una persona competitiva però appunto per me anche la reputazione in un videogioco è importante ed è proprio il motivo che mi spinge a perseverare nel migliorarmi, quindi proprio essere qualcuno, essere riconosciuto, essere forte, quindi preso in considerazione. Appunto la coesione sociale e l'appartenenza ad un gruppo sono tutte cose che mi piacciono.

- *Lo fai anche per una realizzazione personale?*

Sì, quello sicuramente perché ad esempio magari completo una missione, ammazzo un mostro che tanti altri non sono riusciti a fare e quindi per questo io ricevo un titolo che poi vado a sfoggiare in giro. Tutti vedono che ce l'ho fatta e che sono migliore di loro. Questo mi dà motivazione. Sono competitivo, tanto.

- *Ti interessa invece esplorare il mondo di gioco e conoscerlo di più al di fuori della trama principale?*

Non sono aspetti che mi interessano particolarmente. Dipende fino a che punto. A me interessa soprattutto essere forte ed essere qualcuno.

- *In merito a quello che dicevi all'inizio, socializzare con gli altri giocatori è fondamentale per te?*

Assolutamente sì. Senza quello probabilmente non giocherei. Al di là del gioco, penso che il rapporto che si viene a creare in un videogioco è proprio quello che mi spinge ad accendere il computer. Assolutamente importante, fondamentale proprio.

- *Trovi invece piacevole interferire nelle attività degli altri giocatori o a dare fastidio in generale?*

Tanto sì, soprattutto quando per esempio vedo dei giocatori in procinto di raggiungere magari i loro obiettivi eccetera. Io vado a rubarglieli o non so, ammazzo io il mostro o uccido direttamente il giocatore se sono nelle aree apposite, piuttosto che andare a raccogliere gli *item* che lui si era sudato. Sì è da b******, ma ci provo gusto.

- *Ti piace invece calarti completamente nella storia principale del gioco e nel personaggio dal punto di vista del gioco di ruolo, piuttosto che della progressione?*

No, non sono quel tipo di giocatore. Non mi interessa né la storia principale, né quella del mondo di gioco. Non mi interessa ad esempio sapere da dove proviene la mia classe, mi concentro di più sull'estetica delle animazioni, sulle armi che usa e le mosse che fa. La storia ripeto non è mai stata il mio punto di riferimento.

- *Adesso ti farò un piccolo test per determinare a grandi linee la tua personalità da giocatore. Ti leggerò 10 situazioni tipiche da MMORPG e tu dovrai dirmi su una scala da 1 a 5 quanto sei d'accordo con l'affermazione. 1 è "in completo disaccordo", 2 "in disaccordo, 3 "neutrale", 4 "d'accordo" e 5 "completamente d'accordo".*

(Di seguito sono riportate unicamente le risposte date e i punteggi ottenuti. Le situazioni poste durante il test sono disponibili nell'Allegato 3).

Situazione	Risposta	Punteggio ottenuto
1) Achiever vs Explorer	In completo disaccordo	+3 Achiever
2) Achiever vs Killer	In disaccordo	+2 Achiever / +1 Killer
3) Achiever vs Socializer	Neutrale	+1 Achiever / +1 Socializer
4) Achiever vs Role-Player	In completo disaccordo	+3 Achiever
5) Explorer vs Killer	Completamente d'accordo	+3 Killer
6) Explorer vs Socializer	Completamente d'accordo	+3 Socializer
7) Explorer vs Role-Player	In disaccordo	+2 Explorer / +1 Role-Player
8) Killer vs Socializer	Neutrale	+1 Killer / +1 Socializer
9) Killer vs Role-Player	In disaccordo	+2 Killer / +1 Role-Player
10) Socializer vs Role-Player	In completo disaccordo	+3 Socializer
Risultato del test		
Achiever	9 punti	32%
Explorer	2 punti	7%
Socializer	8 punti	29%
Killer	7 punti	25%
Role-Player	2 punti	7%

(Al termine del test sono state spiegate le caratteristiche di ogni categoria)

- *Ritieni che il risultato del test rispecchi le tue motivazioni di gioco?*

Sì, ma penso che sarebbe dovuto uscire più il Socializer dell'Achiever, però alla fine la percentuale è lì vicina.

- *Restando adesso in tema MMORPG e microtransazioni, parlami adesso dei vari oggetti virtuali che hai acquistato, spiegandomi il perché li hai comprati e se riesci anche con quale frequenza. Ti pregherei di tralasciare l'aspetto economico e di concentrarti soprattutto sulla loro influenza o utilità rispetto alle tue motivazioni di gioco.*

Quello che ho sempre acquistato sono in sostanza i materiali per l'*upgrade*, quindi tutti quegli *item* che mi servono da fondere o utilizzare per incrementare il livello delle mie armi e armature, proprio per averle al massimo livello. Quello che serve in realtà sono delle polveri o delle pergamene, comunque sono a scopo migliorativo. Un'altra cosa che acquisto tanto sono le *skin* o i *template* o in generale tutto ciò che dal punto di vista estetico mi permette di personalizzare il mio personaggio in modo che sia bello da vedere. Possono essere anche degli effetti speciali come ad esempio delle ombre o delle fiamme che mi lascio dietro quando mi muovo.

- *E questi come mai li hai acquistati? Solo per un questione di bellezza?*

No, mi fanno sentire potente e mi permettono di distinguermi dagli altri. Se io ho un'arma o un'armatura diciamo già al massimo livello, cerco di farlo capire agli altri andando in giro con questi *item* a pagamento. Mi danno un senso di onnipotenza e fanno capire subito agli altri quanto sono forte.

- *Altri oggetti che hai comprato?*

Ho preso delle cavalcature per muovermi più velocemente e per arrivare prima degli altri in certi posti. Ho preso anche qualche *booster* per raccogliere più soldi e per ottenere più esperienza. Questi mi permettono di velocizzare il processo di *level-up*, proprio perché voglio finire il gioco il prima possibile per poi concentrarmi appunto sul personaggio e non più sull'aumentare di livello. Quindi diciamo che in generale prendo *booster*, cavalcature, materiali per l'*upgrade* e *skin*. Ogni tanto mi è capitato di prendere cavolate come gli scrigni per tentare la fortuna, ma non c'è mai stata una motivazione specifica. Magari proprio per finire quelle 3-4 gemme che mi rimangono sull'account, giro la ruota della fortuna e butto via i soldi.

- *Per la mia tesi ho individuato in totale otto categorie di oggetti virtuali nel quale è possibile imbattersi negli MMORPG e in parte anche in altri giochi. Su una scala da 1 a 5, dove 1 è "per nulla", 2 è "poco", 3 "abbastanza", 4 "molto" e 5 "moltissimo", quanto saresti incline ad acquistare degli oggetti appartenenti alle varie categorie e perché?*
  Come prima categoria abbiamo le monete virtuali, ovvero quelle che puoi guadagnare normalmente giocando come ad esempio le monete d'oro o d'argento.

No, mai acquistate e non le acquisterei, quindi 1 (per nulla). Io gioco tantissimo e accumulare l'oro non è mai un problema, preferisco spendere in altro. Mi piace e mi serve essere ricco, però non c'è soddisfazione a comprarsi le cose direttamente, preferiscono guadagnarmele.

- *Seconda categoria sono gli oggetti cosmetici di cui abbiamo già parlato.*

5 (moltissimo), spendo tanto per quelli.

- *Oggetti funzionali che ti rendono meno difficile la vita al di fuori del combattimento o che ti danno dei confort durante certe attività?*

Sì, ho preso appunto le cavalcature e adesso che ci penso anche gli *slot* dello zaino per aumentare lo spazio e poter raccogliere così più oggetti durante le attività di raccolta. In un gioco ho anche comprato degli *item* particolari che ti permettevano di resettare i *dungeon* e di rifarli più volte al giorno senza dover aspettare 24 ore. Non sono delle cose che compro troppo spesso, però capita. Direi 4 (molto) quindi. Alla fine, io non è che comperi la via semplice, prendo piuttosto ciò che mi serve per arrivare al massimo con le mie forze. Non mi piace comprare il successo già fatto per così dire.

- *Come prossima categoria abbiamo gli oggetti potenzianti, ovvero tutto ciò che ti aumenta l'attacco o la difesa in modo permanente o temporaneo. Possono esserci oggetti già fatti che potrebbero anche essere più forti di quelli che ottieni giocando normalmente, quindi quelli cosiddetti Pay-to-Win.*

Li acquisto soprattutto quando mi serve diventare potente in fretta e nel gioco serve troppo tempo per ottenerli senza pagare. Io compro gli *item* per essere più forte, però non compro le armi già al massimo livello. Per una questione di soddisfazione e gusto personale, preferisco comprare le cose necessarie a portare personalmente gli oggetti al massimo livello, anche se il processo di miglioramento può fallire. Ti dico che sono abbastanza (3) incline ad acquistarli per il fatto che nella categoria vi sono compresi anche i tipici oggetti *Pay-to-Win* già al massimo del livello e, come ti ho detto prima, a me non piace comprare direttamente il successo. Io odio i giocatori che si mostrano forti grazie agli *item* a pagamento, ma poi quando giocano si rivelano degli incapaci.

- *Quinta categoria abbiamo i booster di cui mi hai parlato prima.*

Sì, fai un 4 (molto). Capita che li prendo, ma non sono la cosa che compro di più.

- *Nella sesta categoria ci sono invece gli oggetti sociali, ovvero tutte quelle cose che puoi utilizzare per interagire con gli altri giocatori, tipo strumenti musicali, fuochi d'artificio, giocattoli, palloncini d'acqua per fare risse, etc.*

No, mai presi. Fai 1 (per nulla). Capita ogni tanto che trovo i fuochi d'artificio dentro gli scrigni casuali. Se si possono ottenere normalmente nel gioco spendendo poco oro non mi farei problemi a comprarli così da passare il tempo con gli amici, ma ragionando in termini di soldi veri, non mi piace buttarli via per queste cose. Se devo socializzare uso la *chat* o Skype.

- *Dato che li hai menzionati, la penultima categoria sono appunto gli scrigni casuali o anche chiamati loot box. Quanto sei incline ad acquistarli?*

E appunto, le prendo solo per buttare via i soldi. Metti che ho 25 franchi, ne spendo 23 per comprare le cose per l'*upgrade* e gli ultimi 2 li spendo in pietre lunari (monete *premium*) che non bastano per comprare niente. Allora queste le butto via nelle *loot box*. Io direi 2 (poco). L'incertezza del sistema è ciò che mi impedisce di acquistarle per motivi precisi. Preferisco passare delle ore a fare qualcosa di noioso per ottenere un cosa certa che spendere un franco per ricevere cose a caso quasi sempre inutili.

- *Come ultima cosa abbiamo invece i contenuti aggiuntivi tipo DLC ed espansioni che possono aggiungerti ad esempio un nuovo dungeon o raid a pagamento o una nuova parte della trama principale.*

Mai, 1 (per nulla). A me in generale la storia negli MMO non mi interessa. Per me l'importante è di finirla in fretta solo per potermi dedicare completamente al personaggio. Di solito quando escono i DLC io ho già quello che mi serve, non vedo la necessità di fare qualcosa in più che mi rallenta la progressione del personaggio.

- *Per concludere l'intervista ti chiedo qual è la tua opinione in generale sul modello delle microtransazioni e se c'è qualcosa in particolare che apprezzi o detesti nel sistema.*

Io le uso le microtransazioni, però secondo me sono una porcheria e hanno rovinato i giochi. Io mi sono accorto che purtroppo ci sono delle volte che si arriva ad una situazione in cui se non acquisti qualcosa non sei nessuno. Spesso e volentieri per essere qualcuno e avere la possibilità di essere forte sei costretto a pagare con soldi veri. Ho lasciato diversi giochi per questo motivo. Ad esempio, una volta giocavo ad *Aion* ma poi l'ho lasciato perché sono arrivato ad un punto dove ero costretto a pagare per essere qualcuno e questa cosa non la sopportavo. Ho lasciato il gioco e sono andato su *Tera* e compravo le cose per piacere, per soddisfare quel mio senso di competizione e sete di successo. Sono favorevole alle microtransazioni solo per una questione tipo di estetica o di miglioramento personale, ma non per comprare la soluzione. Questo rovina i giochi perché ti ritrovi con un sacco di gente forte ma che non sa giocare, mentre quelli capaci non riescono ad essere abbastanza potenti perché non spendono e perdono quindi l'opportunità di essere qualcuno. Va bene comprare cose per il miglioramento personale, ma dietro deve esserci il duro lavoro. Quindi diciamo le microtransazioni sì, ma il *Pay-to-Win* no. Per me sono due cose differenti. Una cosa separata che però apprezzo è la possibilità di personalizzare tanto il proprio personaggio con gli oggetti cosmetici. Questi permettono di creare la tua identità e di distinguerti dagli altri. Vedere altri giocatori vestiti uguali a me non mi piace. Nessuno deve essere come me, voglio essere unico e avere un personaggio che mi rappresenti.

Allegato 7: Trascrizione intervista 3 del 19.07.2019

- *Quanti anni hai?*

41.

- *Da quanti anni giochi ai videogiochi e agli MMORPG in particolare?*

Non ho memoria. Di preciso non saprei dirti, fai almeno 30 anni in generale.

- *Quante ore giochi a settimana in media ai videogiochi e quante di queste dedichi agli MMORPG?*

È molto relativo, adesso gioco in media 2 ore al giorno e un po' di più nel weekend. Quindi fai circa 10 ore. Suddivido il tempo equamente fra MMORPG, simulatori, *hack 'n slash* e giochi d'azione.

- *Perché in generale ti piace giocare ai videogiochi?*

Sono un nerd a 360 gradi, mi piace comunque trovare un modo per evadere dalla realtà quotidiana. È la parte interattiva dell'evasione. Leggo fumetti, però è più leggere le avventure degli altri, il videogioco invece ti dà le possibilità di vivere un'avventura, cosa che nella vita reale non è così evidente. Mi danno un mezzo per fare quello che non posso nella realtà.

- *Cosa ti piace invece di particolare degli MMORPG?*

Sono un accumulatore ossessivo compulsivo, essendo un collezionista di fumetti, DVD, videogiochi eccetera. Negli MMO di solito punto sempre ad avere un mare di equipaggiamento, ad avere tanti *item* e tante cose in generale. Quindi è quello che mi piace principalmente.

- *E di preciso cosa fai negli MMO per divertirti?*

Appunto accumulo cose. Ad esempio in *DC Universe* passo più tempo a fare i set delle armature, i set delle armerie e così via che a fare dei *raid*. Questi li faccio quando mi servono soldi o quando mi serve salire di livello per poter equipaggiare un determinato accessorio. Sono al livello 203 e devo arrivare al livello 205? Vado a fare un *raid* finché non sono a quel livello e nel frattempo guadagno anche soldi così posso permettermi l'*item* di turno.

- *Visto che nei raid serve spesso coordinazione con gli altri giocatori, né approfitti per socializzare un po' con loro?*

No, sono un giocatore solitario perché sono nato come giocatore quando l'online non esisteva ancora nel mondo dei videogiochi. Sono allergico ad ogni tipo di *community*. Su Steam ho solo tre amici di cui una è la mia compagna e gli altri due mi hanno mandato la richiesta d'amicizia solo per chiedermi dei consigli sul *set-up* delle auto. Mi hanno scritto, gli ho dato i consigli di cui avevano bisogno e poi non gli ho mai più sentiti. Non socializzo mai online perché io vado per giocare, se devo farlo uso Facebook e Instagram.

- *Quando giochi, tu cerchi di essere il migliore, avere successo e completare obiettivi?*

No. Non sono competitivo per niente. Per me l'importante è la bella giocata e riuscire a fare certe cose in modo perfetto. Per farti un esempio, nei simulatori per me non è importante vincere la gara ma fare una bella gara. Io corro quasi sempre contro il mio tempo. Negli MMO non mi importa tantissimo il vincere, ma mi importa la bella giocata ad esempio nei *raid*, quindi quando c'è una bella squadra coesa, anche se per me gli altri hanno l'unica funzione del non essere dei *mob* (NPC ostili) e quindi rendono il gioco più spesso a livello di *gameplay*. Però di per sé non mi interessa socializzare, mi interessa avere persone con cui giocare solo perché migliora la qualità del gioco.

- *Ti interessa invece esplorare il mondo di gioco e conoscerlo di più al di fuori della trama principale?*

Sì, mi interessava un sacco finché era fattibile. Per farti un esempio, adesso sto giocando ad *Horizon Zero Dawn*. Se devo mettermi a leggere tutto su tutti i territori, su tutte le razze e su tutti gli animali per così dire visto che sono meccanici e non biologici, passo più tempo a fare quello e a documentarmi che a giocare. Quindi sì finché aveva una quantità e una mole d'informazioni che poteva dare spessore al gioco senza poi togliere troppo tempo al gioco di per sé. Oggi però la cosa è veramente sfuggita di mano, se devo leggere così tanto spengo il gioco e leggo un libro. Quindi ni.

- *Ti piace invece interferire nelle attività degli altri giocatori o a dare fastidio in generale?*

No, odio quelle persone che trovano gusto nel rovinare il gioco agli altri. Se lo faccio è solo per ripicca verso questi tipi di giocatori. L'unica volta che sono stato bandito da un gioco è perché ho trovato due d******** che su una pista lunga 20 km molto difficile che nessuno riesce a fare senza sbattere almeno una volta, ci sono stati questi due che si sono piazzati dietro una curva cieca molto veloce di traverso solo per rovinare il giro a tutti. Allora io mi sono molto divertito a ruzzarli per 20 km sul retro della pista e non farli più giocare per un'ora e quaranta finché non mi hanno bandito. Però no, appunto odio quelli così, tanto che poi mi ci accanisco.

- *Ti piace invece calarti completamente nella storia principale del gioco e nel personaggio, dedicandoti anche al gioco di ruolo?*

Sì, ma una volta di più. Con l'età questa cosa scema perché non hai più tanto tempo per fantasticare fuori dal gioco. Quello comporta comunque crearsi una storia nella propria mente. Una volta lo adoravo, ma oggi è diventato difficile fra lavoro, videogiochi, fumetti, DVD, uscire con gli amici, fidanzata, gestire casa e così via. Ogni tanto mi piace un po' fantasticare, però non ho abbastanza tempo.

- *Mentre per la storia principale del gioco?*

Dipende dal gioco, ma per me uno degli elementi fondamentali. Se mi prende bene la finisco sicuramente. Per farti un esempio, il *gameplay* di *The Last of Us* mi faceva schifo, ma aveva una bellissima trama talmente coinvolgente che l'ho comunque finito. Ci sono stati giochi che alla fine mi hanno commosso proprio per la profondità della trama, la storia, la struttura dei personaggi, eccetera. Quindi sì è importante.

- *Adesso ti farò un piccolo test per determinare a grandi linee la tua personalità da giocatore. Ti leggerò 10 situazioni tipiche da MMORPG e tu dovrai dirmi su una scala da 1 a 5 quanto sei d'accordo con l'affermazione. 1 è "in completo disaccordo", 2 "in disaccordo, 3 "neutrale", 4 "d'accordo" e 5 "completamente d'accordo".*

(Di seguito sono riportate unicamente le risposte date e i punteggi ottenuti. Le situazioni poste durante il test sono disponibili nell'Allegato 3).

Situazione	Risposta	Punteggio ottenuto
1) Achiever vs Explorer	In disaccordo	+2 Achiever / +1 Explorer
2) Achiever vs Killer	In completo disaccordo	+3 Achiever
3) Achiever vs Socializer	Neutrale	+1 Achiever / +1 Socializer
4) Achiever vs Role-Player	D'accordo	+1 Achiever / +2 Role-Player
5) Explorer vs Killer	Neutrale	+1 Explorer / +1 Killer
6) Explorer vs Socializer	In completo disaccordo	+3 Explorer
7) Explorer vs Role-Player	Neutrale	+1 Explorer / +1 Role-Player
8) Killer vs Socializer	Completamente d'accordo	+3 Socializer
9) Killer vs Role-Player	Completamente d'accordo	+3 Role-Player
10) Socializer vs Role-Player	D'accordo	+1 Socializer / +2 Role-Player
Risultato del test		
Achiever	7 punti	26%
Explorer	6 punti	22%
Socializer	5 punti	18%
Killer	1 punto	4%
Role-Player	8 punti	30%

(Al termine del test sono state spiegate le caratteristiche di ogni categoria)

- *Ritieni che il risultato del test rispecchi le tue motivazioni di gioco?*

Sì.

- *Restando adesso in tema MMORPG e microtransazioni, parlami adesso dei vari oggetti virtuali che hai acquistato, spiegandomi il perché li hai comprati e se riesci anche con quale frequenza. Ti pregherei di tralasciare l'aspetto economico e di concentrarti soprattutto sulla loro influenza o utilità rispetto alle tue motivazioni di gioco.*

Negli MMORPG acquisto quasi esclusivamente cose utili ai fini del gioco. È raro che acquisto vestiti e oggetti di stile, a meno che non sia una cosa che mi serve per completare un determinato stile che per me è una cosa importantissima. Tutto deve essere coerente con l'ambientazione e lo stile di combattimento. Ad esempio se mi manca un elmo che sia confacente con il resto dell'abbigliamento, in quel caso lo compro se costa pochi soldi. In generale compro però solo cose che mi servono. Per farti un esempio, in *DC Universe* puoi avere un covo e in uno di essi puoi mettere al massimo quattro armerie, non di più. Per avere più armerie, devi avere più covi. Un covo alla fine quando ne hai uno basta, non ti serve altro in teoria se non per avere più armerie. Ad un certo punto ho cominciato a comprare i diritti di acquisizione terreni per comprare più covi, soltanto per avere appunto a disposizione più armerie. In più, i covi fungono anche da punti di viaggio rapido che permettono di andare da una parte all'altra della mappa in fretta e questo mi risparmia un sacco di tempo.

- *Negli altri generi di giochi, tendi ad acquistare le stesse tipologie di oggetti? C'è qualcosa che compri di più o di meno?*

Nei simulatori sicuramente ogni volta che esce una nuova pista a pagamento o espansione non me le lascio sfuggire. Nei simulatori a cui gioco io ci sono dei pacchi auto che acquisto anche se su otto macchine me ne interessano soltanto due. Poi prendo garage, parco macchine e così via, sempre per via della questione dei possedimenti e le piste, perché dopo un po' ti annoi a girare sempre sulle stesse. Di per sé è questo quello che prendo.

- *Per la mia tesi ho individuato in totale otto categorie di oggetti virtuali nel quale è possibile imbattersi negli MMORPG e in parte anche in altri giochi. Su una scala da 1 a 5, dove 1 è "per nulla", 2 è "poco", 3 "abbastanza", 4 "molto" e 5 "moltissimo", quanto saresti incline ad acquistare degli oggetti appartenenti alle varie categorie e perché?*
  Come prima categoria abbiamo le monete virtuali, ovvero quelle che puoi guadagnare normalmente giocando come possono essere le monete d'oro.

Poco (2) perché in generale ai giochi a cui gioco c'è un modo per ottenerle in un altro modo. Puoi per esempio fare più volte lo stesso *raid*, acquisire più volte lo stesso *item*, aspettare che quel *raid* si chiuda, magari è uno temporale, e poi, una volta che non sono più disponibili, vendere quegli *item* a chi ne ha bisogno. Magari hai bisogno cinque *item* per poter acquisire un oggetto, aspetti che quei cinque *item* diventino rari e quando poi vai a vedere che c'è qualcuno che cerca quelle cose, glielo butti fuori a 8 milioni e quello te lo compra. Non mi è ancora capitato di acquistare le monete, ma lo farei solo se devo accelerare un processo di cui ho bisogno in quel momento. Se all'asta è rimasto un solo prodotto che mi serve per qualcosa, ecco che in quel caso comprerei le monete per poter comprare quella cosa. Però è esclusivamente qualcosa dettato dalla necessità, non mi interessa avere i soldi solo per farli vedere.

- *Prossima categoria di cui abbiamo già discusso sono gli oggetti cosmetici.*

Molto importanti (4), però non sono disposto comunque a comprarli pagandoli fisicamente a meno che non ci sia altro modo per averli. Ogni tanto ci sono dei prodotti esclusivi che si possono avere solo pagando in *cash* e se mi piacciono oppure se mi manca proprio solo quel pezzo di un set li compro.

- *Dato che parlavi prima di coerenza, immagino per te che vedere quei costumi senza senso non ti aggrada?*

Esatto. Degli oggetti cosmetici odio quelle cose completamente fuori luogo che non hanno alcun collegamento con il mondo di gioco. A parer mio, tutti quei vestiti a tema Natale o festa di San Patrizio esistono solo per farti buttar via soldi e per essere eliminati. Per contro sono comunque così malato che ho le armerie a tema, cioè ho l'arciere vestito in stile di come può essere un arciere, ho un personaggio che sembra un dio, ho un personaggio che sembra un minotauro. Se vado a fare il *raid* di lanterna verde, uso il vestito in tema spaziale.

- *Terza categoria abbiamo gli oggetti funzionali che ti facilitano il gioco al di fuori del combattimento, come appunto le armerie e i covi. Altri esempi sono gli spazi aggiuntivi nella zaino, kit di riparazione delle armi, teletrasporti e così via.*

Moltissimo (5), perché comunque ho comprato un sacco di cose in più da aggiungere ai covi tipo la banca, il broker delle aste e i distributori automatici di pozioni. È appunto come ti dicevo prima: io prendo le cose utili ai fini del gioco. Ogni tanto mi capita anche di acquistare un oggetto particolare utile per il potenziamento di determinati apparecchi. Normalmente i componenti necessari per il miglioramento sono molto difficili da ottenere e durante il processo tu puoi fallire e perdere tutto. Se compri questa cosa ti bruci solo quello e gli altri componenti rimangono intatti.

- *Andando avanti abbiamo adesso gli oggetti potenzianti, ovvero tutto ciò che ti aumenta l'attacco o la difesa in modo permanente o temporaneo. Possono esserci oggetti già fatti che potrebbero anche essere più forti di quelli che ottieni giocando normalmente, quindi quelli cosiddetti Pay-to-Win.*

Odio tutte le cose temporanee, quindi anche gli *item*. Le cose consumabili non mi vanno bene a meno che non mi diano più percentuale di difesa, forza e agilità per un'ora o solo per mezz'ora ma condivisa con tutto il gruppo perché possono aiutare per certi tipi di contenuti, soprattutto quelli difficili. Gli oggetti invece già al massimo livello non li comprerei perché altrimenti non ha senso giocare, preferisco conquistarmeli. Quindi diciamo 2 (poco) per via appunto di quelli consumabili, però non li ho mai presi.

- *Cosa mi dici invece sugli oggetti acceleratori o i booster dell'esperienza o che aumentano le probabilità di trovare soldi o oggetti?*

Mi piace di più vincerle quelle cose, conquistarle che pagarle. Fai 1 (per nulla). Mi tolgono il divertimento e comunque io non ho la fretta di crescere, a meno che non vi sia anche qui una necessità. Ti faccio un esempio, mi aprono una missione per un tempo limitato al quale si può accedere solo dal livello 200. Se io sono al livello 199, compro un *booster* così che salgo di livello velocemente e riesco a fare quella missione. Per farti un altro esempio, ho lì da una vita uno di quei *booster* che ti fanno passare immediatamente dal livello 20 al livello 100. Non lo faccio, non mi serve. L'ho fatto solo una volta per il personaggio della mia compagna. Però ecco, cambia il punteggio e metti 2 (poco) appunto per quei minimi casi che può capitare che prendo il *booster*.

- *Nella sesta categoria ci sono invece gli oggetti sociali, ovvero tutte quelle cose che puoi utilizzare per interagire con gli altri giocatori come fuochi d'artificio, animazioni, emote e strumenti musicali.*

Spara i fuochi d'artificio, lancia i petardi, tira la pallina e cambia il vestito a quell'altro per mezz'ora… no io le odio queste cose. Poi come ti ho detto prima, sono un giocatore solitario e socializzare è proprio una cosa marginale. Fai 1 (per nulla).

- *Abbiamo adesso le loot box, quindi quelli scrigni dal contenuto casuale.*

No, per soldi veri no. 1 (per nulla). Sostanzialmente stiamo parlando di gioco d'azzardo e io lo odio. Le *loot box* mi danno per la maggior parte cose a caso che se poi non mi servono, le elimino. Tutte quelle che ho aperto mi erano state regalate dal gioco, ma altrimenti non spenderei soldi per qualcosa di incerto. Già nella vita vera sono andato al casinò solo quattro volte e sono sempre uscito in vincita perché avevo un mio sistema. Nel gioco invece non c'è modo di influenzare il meccanismo o salvaguardarti per così dire.

- *Come ultima categoria abbiamo i contenuti aggiuntivi come nuove storie, nuovi dungeon e così via.*

5 (moltissimo) di default. A meno che non mi abbia proprio fatto schifo il gioco, ma altrimenti le prendo sempre. In *DC Universe* ogni volta che esce un nuovo film della DC, viene rilasciato un nuovo episodio collegato ad esso. È uscito da poco *Aquaman* e l'ultimo episodio è difatti concentrato su Atlantis. Questi appunto li acquisto sempre perché aggiungono nuovi oggetti, aree e missioni ed essendo comunque un fan non posso saltarle.

- *Per concludere l'intervista, qual è la tua opinione in generale sulle microtransazioni? C'è qualcosa in particolare del modello che apprezzi o detesti?*

In generale ti dico che odio il *Pay-to-Win* e il *Pay-for-Play*. Ci sono giochi in cui puoi avanzare in modo veramente estenuante e non lento, di più, senza spendere niente, però tutto il sistema è progettato apposta per farti spendere tantissimo e determinate cose comunque non le puoi ottenere senza pagare. Mi fanno arrabbiare quei giochi in cui ti rendi conto che più vai avanti, più ti chiedono soldi e il tutto costa sempre di più per crescere. Non evolve il gioco. Odio queste cose quando tartassano le persone e soprattutto magari i ragazzini. Trovo che nella giusta misura con oggetti funzionali possa aumentare lo spessore del gioco, ma molto raramente l'ho visto fare in modo etico, ci sono poche ditte, poche *software house* che lo fanno in modo etico. Anche in *DC Universe* ci sono una sacco di cose che potrebbero darti gratis soprattutto quando paghi l'abbonamento. Dovrebbe diciamo esserci sempre almeno la possibilità di ottenere le cose in modo alternativo, magari anche in modo laborioso ma almeno così tu paghi solo se vuoi accelerare la cosa. La EA è l'esempio di cosa non si deve fare con le microtransazioni. Tu vuoi farlo male, fallo come loro. Vuoi farlo bene, prendi l'esempio da loro e cambia tutto.

- *Dato che giochi ai videogiochi da moltissimi anni, secondo te i videogiochi sono peggiorati o migliorati rispetto a quando non c'erano le microtransazioni?*

Il mondo dei videogiochi è molto migliorato rispetto ad una volta, ma purtroppo è scollinato con la *community* che si è espansa troppo. È diventato così bello che ha acquisito una marea di giocatori che secondo me non lo sono per niente e questo è stato il momento in cui è scollinato. Le microtransazioni e l'online hanno poi dato il colpo di grazia a questo declino. È salito molto lentamente e adesso sta precipitando molto velocemente. È comunque più bello di una volta giocare perché è meno ripetitivo e c'è un investimento da parte delle *software house* che permette di creare dei bei giochi. Abbiamo però venduto l'anima del gioco per soldi.

Allegato 8: Trascrizione intervista 4 del 19.07.2019

- *Quanti anni hai?*

Ho 27 anni.

- *Da quanti anni giochi ai videogiochi e agli MMORPG in particolare?*

Direi circa 22 anni in generale, agli MMO non saprei dirti.

- *Quante ore giochi a settimana in media ai videogiochi e quante di queste dedichi agli MMORPG?*

Negli ultimi tempi gioco poco, fai circa 5 ore a settimana e ho preso una pausa dagli MMO per dedicarmi di più agli RPG.

- *Perché in generale ti piace giocare ai videogiochi?*

Principalmente perché trovo che siano un buon modo per passare il tempo. Anche quando gioco magari a quelli *multiplayer* è divertente giocare con gli amici, ma mi piace di più il fatto che raccontano una storia. Io fondamentalmente gioco, penso come tanti, a giochi che ti raccontano qualcosa soprattutto sul *fantasy*. A me piace tantissimo questo. È un po' come leggere un fumetto ma è più interattivo perché sei tu il protagonista.

- *Cosa ti piace invece di particolare degli MMORPG?*

Allora, ammetto di non averne giocati moltissimi però ne ho giocati alcuni. Mi piace moltissimo la possibilità di giocare con persone che conosci, questo non è male e visivamente sono molto belli. Ci sono degli MMO che veramente hanno delle grafiche che io adoro. Penso anche alla possibilità di arrivare a personalizzare il tuo personaggio, anche questa è una cosa che mi piace moltissimo e non sempre negli altri giochi me lo permettono di fare.

- *Cosa fai effettivamente negli MMORPG per divertirti?*

A me piacevano tantissimo le missioni di ricerca o eventualmente di caccia più che fare i *raid* perché non sono molto brava ad imparare la sequenza dei tasti. Io sono molto più come supporto o *buffer*, quindi o supportavo i miei amici o andavo a fare le sotto-missioni. Quelle erano le cose su cui passavo più tempo.

- *Quando giochi, tu cerchi di essere la migliore, essere tra i primi o completare obiettivi?*

Sì, diciamo che sono il genere di giocatrice che deve finire un gioco bene, cioè che io ritengo accettabile. Non dico di arrivare al 100%, ma almeno finché non completo i trofei fattibili non ne comincio un altro. Se un gioco mi piace così tanto secondo me vale la pena giocarlo tutto. In un mondo dove il mercato dei videogiochi è così vasto, è un peccato iniziarne tanti, trovarne uno valido ma lasciarlo perdere per quel videogioco che esce dopo che magari non è la stessa cosa. Quindi io preferisco concentrarmi più sulla qualità che sulla quantità del videogioco.

- *Il fatto di completare un gioco è proprio una questione di realizzazione personale?*

A sì, quello sicuramente. Io sono poi molto orgogliosa quando riesco a finire il gioco o anche quando i miei amici mi chiedono a che punto sono e gli spiego che sono arrivata a un certo punto. Mi piace moltissimo il concetto.

- *Ti piace anche la competizione, magari più sul confronto che diretta?*

Sul confronto sì, cioè, raramente i miei amici giocano ai miei stessi giochi, ma se giochiamo agli stessi a me piace dimostrargli di averli finiti prima di loro o di sapere delle cose in più.

- *Ti interessa invece esplorare il mondo di gioco e conoscerlo di più al di fuori della trama principale?*

Sì. L'esplorazione è per me una parte centrale dell'esperienza di gioco e mi piace comunque andare a cercare e completare tutte le missioni secondarie. Mi piace molto anche quando ampliano un'esperienza di gioco al di fuori del gioco stesso attraverso ad esempio i film.

- *Socializzare invece con gli altri giocatori è fondamentale per te?*

Dipende. Se sono persone che conosco ovviamente sì, ma se sono in un videogioco dove sono insieme a persone a *random* non per forza. Se non è richiesto per motivi pratici, tipo "devo creare un gruppo e conoscere ogni membro", faccio il minimo della cortesia, "ciao, ben tornato" e così via. Però conoscere le persone a livello personale non mi interessa.

- *Trovi piacevole interferire nelle attività degli altri giocatori o a dare fastidio in generale?*

No, solitamente non do fastidio agli altri giocatori quando giocano, ma se vedo qualcuno che lo fa non mi faccio problemi a farlo io a mia volta contro di lui. Non lo faccio perché mi piace, ma lo faccio se qualcuno continua a rompermi le balle. Non vedo perché devi rovinarmi il gioco.

- *Ti piace invece calarti completamente nella storia principale del gioco e nel tuo personaggio, quindi praticare anche magari del gioco di ruolo?*

Sì, anche perché io gioco a *Dungeons and Dragons* e *Pathfinder*, quindi generalmente mi piace moltissimo. Soprattutto magari quando creano giochi da tavola ispirati a videogiochi è una cosa che a me piace molto. A livello proprio di storia se restiamo sul videogioco, non sempre un'ottima qualità grafica porta ad un'ottima narrazione, ma alla fine però se hai una buona trama, le immagini possono non essere perfette.

- *Ti piace quindi il gioco di ruolo e far finta di essere qualcun altro restando coerente con il mondo di gioco?*

Genericamente a me piace rimanere molto coerente, quindi se scelgo una classe cerco di restare il più coerente possibile con quella. Poi ci sono delle volte che magari serve adattarsi per poter proseguire la trama e quindi non posso seguirlo al 100%. Quindi dipende anche da cosa mi richiede il gioco.

- *Qual è quindi l'aspetto più importante di un videogioco che ti permette di divertirti?*

Io probabilmente direi la trama. Una trama importante è secondo me la cosa che mi diverte di più in un gioco. Gli altri aspetti sono importanti, ma non quanto la trama.

- *Adesso ti farò un piccolo test per determinare a grandi linee la tua personalità da giocatore. Ti leggerò 10 situazioni tipiche da MMORPG e tu dovrai dirmi su una scala da 1 a 5 quanto sei d'accordo con l'affermazione. 1 è "in completo disaccordo", 2 "in disaccordo, 3 "neutrale", 4 "d'accordo" e 5 "completamente d'accordo".*

(Di seguito sono riportate unicamente le risposte date e i punteggi ottenuti. Le situazioni poste durante il test sono disponibili nell'Allegato 3).

Situazione	Risposta	Punteggio ottenuto
1) Achiever vs Explorer	Completamente d'accordo	+3 Explorer
2) Achiever vs Killer	In completo disaccordo	+3 Achiever
3) Achiever vs Socializer	Neutrale	+1 Achiever / +1 Socializer
4) Achiever vs Role-Player	Completamente d'accordo	+3 Role-Player
5) Explorer vs Killer	In disaccordo	+2 Explorer / +1 Killer
6) Explorer vs Socializer	In completo disaccordo	+3 Explorer
7) Explorer vs Role-Player	D'accordo	+1 Explorer / +2 Role-Player
8) Killer vs Socializer	Completamente d'accordo	+3 Socializer
9) Killer vs Role-Player	Completamente d'accordo	+3 Role-Player
10) Socializer vs Role-Player	In disaccordo	+2 Socializer / +1 Role-Player
Risultato del test		
Achiever	4 punti	14%
Explorer	9 punti	31%
Socializer	6 punti	21%
Killer	1 punto	3%
Role-Player	9 punti	31%

(Al termine del test sono state spiegate le caratteristiche di ogni categoria)

- *Ritieni che il risultato del test rispecchi le tue motivazioni di gioco?*

Sì.

- *Restando adesso in tema MMORPG e microtransazioni, parlami adesso dei vari oggetti virtuali che hai acquistato, spiegandomi il perché li hai comprati e se riesci anche con quale frequenza. Ti pregherei di tralasciare l'aspetto economico e di concentrarti soprattutto sulla loro influenza o utilità rispetto alle tue motivazioni di gioco.*

Io di solito faccio almeno una microtransazione al mese e le uso soprattutto per comprare la moneta di gioco che purtroppo non riesci mai ad avere in quantità decenti. Nella maggior parte dei casi ci sono le due classiche monete di gioco, quelle che puoi guadagnare e i diamantini che non riesci mai a ottenere. Di solito le mie microtransazioni sono soprattutto quest'ultime e appunto io direi almeno una o due volte al mese le prendo.

- *Quel tipo di moneta viene anche definita come moneta premium. La utilizzi per comprare degli oggetti nel gioco o per effettuare altre microtransazioni ad esempio in oggetti cosmetici o funzionali?*

Negli MMORPG assolutamente spendo un sacco per quello che è cosmetica. Tutto quello che mi piace lo compro, non che spendi un capitale però. Oltre al fatto di essere belli da vedere, io sono fondamentalmente una perfezionista e quindi se a me piace ad esempio un set di armature, io voglio che ci sia il set completo. Se ho difficoltà a trovare un pezzo o a crearmelo da sola, allora a quel punto io sono disposta a spendere per avere il set di vestiario completo. Magari con più impegno si potrebbe fare lo stesso, però a me piace appunto quando nel gioco il mio personaggio è bello secondo i miei standard e quindi sono disposta anche a spendere soldi reali per questo. Non vado matta tuttavia per gli incroci, cioè quando inseriscono costumi che non hanno alcun senso con la storia. Poi ognuno ha i propri gusti. A meno che non sia un personaggio che io adoro: ad esempio in *Monster Hunter* fanno ogni tanto delle espansioni con dei vestiti in più di altri giochi Nintendo e se c'è qualcosa che a me piace allora lo prendo, ma giusto per averlo non per altro. Magari sono appassionata dell'altro gioco e le prendo, però generalmente tendo a restare fedele all'ambientazione. Al di fuori della cosmetica, le monete le uso per facilitarmi la cosa e anche per sbloccare i pezzi in più della storia, perché la si può giocare anche senza monete però ti perdi praticamente un capitolo intero di storia e un sacco di zone da esplorare. A me interessa quello, spesso faccio acquisti solo per avere la storia completa, diciamo così.

- *Negli altri generi di videogiochi, tendi ad acquistare le stesse tipologie di oggetti? C'è qualcosa che compri di più o di meno?*

Sì, di per sé sono le stesse cose. L'ultima microtransazione che ho fatto proprio per un videogioco è stato in *Fantasy Life* che pensavo di aver acquistato un DLC e invece era il finale del gioco. Quando è stato portato in Europa gli sviluppatori hanno ben pensato di dividerlo e praticamente hanno tranciato tutto il pezzo finale e se tu volevi il finale effettivo del gioco come in Giappone, tu dovevi comprare il DLC. Puoi immaginare quanto ero "contenta" quando l'ho scoperto. Di sicuro ci penserò due volte o almeno controllerò di più quello che comprerò da loro in futuro.

- *Per la mia tesi ho individuato in totale otto categorie di oggetti virtuali nel quale è possibile imbattersi negli MMORPG e in parte anche in altri giochi. Su una scala da 1 a 5, dove 1 è "per nulla", 2 è "poco", 3 "abbastanza", 4 "molto" e 5 "moltissimo", quanto saresti incline ad acquistare degli oggetti appartenenti alle varie categorie e perché?*
  Come prima categoria ci sono le monete virtuali, ma non quelle premium di cui parlavamo prima ma quelle che puoi guadagnare normalmente giocando.

In questo caso, abbastanza (3) perché se posso già guadagnarle nel gioco di mio è difficile che le compri, a meno che proprio mi serva una somma astronomica per qualcosa, in quel caso sono disposta a comprarle. Io di solito riesco ad accumularle abbastanza bene e non mi è ancora capitato di prenderle, ma se lo facessi sarebbe per una questione di utilità, non perché magari voglio essere ricca. Per farti un esempio, se c'è qualcosa che mi serve o che desidero avere assolutamente, e magari c'è per un periodo di tempo limitato, ecco che in quel caso sarei disposta ad acquistare la moneta del gioco per investire nella cosa che mi serve.

- *Andando avanti abbiamo di nuovo gli oggetti cosmetici. Quanto saresti incline a comprarli da 1 a 5?*

Moltissimo (5). Non deve essere per forza l'armatura più figa di tutto il gioco, ma se a me piace il set, io sono disposta a spendere per quel set.

- *Adesso ci sono gli oggetti funzionali o di confort, ovvero tutte quelle cose che ti facilitano il gioco al di fuori del combattimento.*

Sono molto (4) incline, però negli MMO non ne ho mai acquistati. Li ho presi per alcuni giochi del telefono. Ad esempio compro le vite. Ci sono giochi che ad esempio te ne danno cinque al giorno e quando le esaurisci devi aspettare 24 ore per averne altre gratis. In quei casi quando sono molto presa acquisto altre vite per poter giocare di più. Un'altra cosa che ho comprato sono degli slot che ti permettono di fare più volte contemporaneamente la stessa attività. Per spiegartela meglio, all'inizio del gioco hai solo uno slot e l'attività può durare dai 2 minuti alle 8 ore. Adesso ho in totale sei slot e riesco a velocizzare le cose, anche se il tempo necessario per l'attività non è cambiato.

- *Prossima categoria sono gli oggetti potenzianti, ovvero tutto ciò che ti aumenta attacco o difesa in modo permanente o temporaneo. Possono anche esserci oggetti già fatti che potrebbero essere più forti di quelli ottenibili giocando.*

Non li ho mai acquistati, ma sarei abbastanza (3) incline a prenderli. Penso magari a chi vuole finire in fretta il gioco è facilitato. Se avessi un'urgenza di finire qualcosa anch'io probabilmente le comprerei, ma visto che mi prendo tutto il tempo che serve per giocare non penso che capiterà mai. Piuttosto ci sbatto la testa ripetutamente più volte, ma non mi è mai capitato di acquistare degli oggetti per vincere.

- *Non ti danno fastidio gli oggetti a pagamento più forti di quelli che potresti ottenere giocando?*

Io sono dell'opinione che se una persona gioca bene, per quanto l'altro possa avere potenziamenti a pagamento, alla fine quello che conta è quanto sei capace a giocare. Questo ti porta a vincere o perdere. Certo, se uno ha delle armi talmente forti da essere impossibile da battere non è un gran che, ma secondo me a quel punto sta anche al giocatore. Uno che gioca solo per vincere in questa maniera è un peccato.

- *Cosa mi dici invece in merito agli acceleratori o booster che ti aumentano ad esempio l'esperienza guadagnata o la probabilità di trovare oggetti rari?*

Io direi un 4 (molto). Non li ho mai acquistati perché solitamente ai giochi a cui gioco è il gioco che me li offre gratuitamente, ma se mi dovesse capitare la possibilità di acquistarli sarei incline a farlo perché sono molto comodi. Se magari ho anche diverse missioni di un tipo specifico da fare, attenderei, comprerei il *booster* e le farei una dopo l'altra per guadagnare più esperienza, soldi o oggetti. Non penso che tirino via niente al gioco perché anche se incrementa l'esperienza o le monete trovate alla fine l'attività la faccio. Leggo comunque i dialoghi, continuo comunque la storia, combatto in ogni caso i mostri e così via.

- *Quanto sei incline invece ad acquistare oggetti per interagire amichevolmente con gli altri come ad esempio fuochi d'artificio, palloncini d'acqua, animazioni, strumenti musicali e così via?*

In realtà questi non li ho mai acquistati e non penso che lo farei, ma perché per il mio modo di giocare non ha senso. A meno che non gioco a un gioco con degli amici dove è divertente usare queste cose, non ne vedo l'utilità. Non è una cosa che sono disposta ad acquistare, quindi metti per nulla (1).

- *Come penultima categoria ci sono le loot box, quindi tutte quelle scatole dal contenuto casuale.*

Sono di per sé abbastanza neutra perché non mi sono mai imbattuta così tanto nelle *loot box*. Però, vedendo ad esempio i miei amici, per loro le *loot box* sono abbastanza importanti perché spesso vengono inseriti oggetti unici collegati ad un evento e a loro piace avere tutto il set completo. Non essendomi mai trovata nella situazione non saprei dirti di preciso se le acquisterei o meno e perché. Non è una cosa che concepisco tantissimo, quindi farei poco (2).

- *Per finire ci sono i contenuti aggiuntivi, quindi DLC ed espansioni.*

Sono moltissimo (5) incline a prenderli. Mi viene in mente ad esempio *Assassin's Creed Syndicate* quando è uscita la missione di Jack lo squartatore. Io sono molto appassionata di storia quindi ho dovuto assolutamente comprarla. In generale se mi piace la storia e l'ambientazione sono disposta a investire in missioni in più.

- *Per concludere l'intervista, qual è la tua opinione in merito alle microtransazioni in generale? C'è qualcosa in particolare che apprezzi o detesti del sistema?*

Diciamo che non sono contro le microtransazioni, trovo però che in certi giochi siano troppo sfruttate. Ci sono dei giochi che se ne approfittano e te le impongono. Per farti l'esempio di *Fortnite*, trovo assurdo che i genitori spendano più in microtransazioni che per il gioco. Io non arriverei mai a fare una cosa del genere. D'altro canto, io le uso le microtransazioni, nei miei giochi le ho comprate, non sono contro. Diciamo forse che bisognerebbe capire cosa è giusto e cosa è sbagliato. Sì, sono disposta a delle microtransazioni che mi agevolano un po' nel gioco, ma no, non sono disposta all'esistenza di giochi che prevedono soltanto microtransazioni. Trovo che sia brutto quando tu compri un gioco e ti aspetti una certa esperienza e poi scopri che se non spendi in più non puoi andare avanti e non hai questa esperienza di gioco. È un po' prenderci per il c*** e un po' anche sbatterti di quello che è il videogiocatore. Io come videogiocatrice mi fa arrabbiare questa cosa, poi c'è gente che lo fa e questo un po' mi dà fastidio.

- *Dato che sono molti anni che giochi, secondo te come è cambiata la situazione da quando i giochi non avevano microtransazioni ad oggi?*

Tanti pensano che i giochi buoni sono solo quelli di una volta, su questo però non sono molto d'accordo. Ci sono anche adesso dei giochi molto validi però è un mondo che diventa sempre più competitivo. È un po' come in tutto, c'è troppa scelta e non sempre tutti sono di qualità. Ne preferisco uno fatto bene che viene supportato per più tempo che vedere un *sequel* rilasciato ogni anno. A parte a livello grafico, la qualità dei giochi è calata soprattutto a livello di narrazione e di *gameplay*. Alcuni sono talmente semplici che mi sembra di buttare via soldi. Una volta finire un videogioco era un'esperienza e qualcosa di cui vantarsi. Se un gioco di qualità mette al suo interno delle microtransazioni per avere qualcosa in più, sono anche ben disposta a pagare qualcosa, ma se si tratta di un gioco scadente e le microtransazioni non servono a niente, lo trovo inaccettabile perché è proprio un lucrare su chi quel gioco piace veramente.

Allegato 9: Trascrizione intervista 5 del 21.07.2019

- *Quanti anni hai?*

Ho 24 anni.

- *Da quanti anni giochi ai videogiochi e agli MMORPG in particolare?*

Ho iniziato a giocare con il vecchio Nintendo 64 e poi mi sono "rovinato" quando ho iniziato a giocare ad *Age of Empires II* verso il 2001-2002, da lì è iniziata l'abitudine. Saranno quindi circa 17 anni che gioco. Agli MMO ho iniziato da poco, circa 2-3 anni.

- *Quante ore giochi a settimana in media ai videogiochi e quante di queste dedichi agli MMORPG?*

Io gioco tantissimo, almeno 4 ore al giorno le faccio. Saranno circa 30 in totale a settimana perché gioco di più nel weekend. Agli MMO almeno 2-3 ore al giorno le dedico quindi saranno almeno 15 ore se non di più.

- *Perché in generale ti piace giocare ai videogiochi?*

Ho iniziato a giocare moltissimo da piccolo e ormai è diventato un hobby. Mi permettono di sfuggire dalla realtà, vivere un'avventura interattiva e svagarmi in modi diversi. Per dirti, io guardo pochissimo la televisione perché mi annoia "guardare", voglio "fare" io le cose personalmente.

- *Cosa ti piace invece di particolare degli MMORPG?*

Direi il fatto che è un genere di gioco al quale puoi dedicare tantissime ore prima di stufarti. Se una volta non vedevo l'ora di finire un gioco per passare al prossimo, adesso preferisco dedicarmi di più allo stesso gioco. Così, prima di tutto spendo meno e poi quando cambio gioco mi sembra di più che i videogiochi si siano effettivamente evoluti ancora.

- *Quando giochi, tu cerchi di essere il migliore, avere successo e completare obiettivi?*

Sì in parte. In generale, quello che mi piace degli RPG e degli MMO è il vedere crescere il mio personaggio e completare obiettivi. Non mi è mai interessato essere tra i primi o avere successo secondo gli standard della *community* per vantarmi, mi interessa di più raggiungere i miei di standard. Io sono molto preciso e sono anche un perfezionista. Se un gioco mi prende voglio completare tutti gli obiettivi o almeno quelli accessibili che non richiedano un tempo di gioco esagerato. Per farti un esempio, c'è questo obiettivo in un MMO che ti chiede di uccidere 250'000 giocatori in una modalità PvP e io dopo 2 anni di gioco sono a malapena a 2'000. Questo è uno dei classici obiettivi che scarto subito. Quelli che mi piacciono soprattutto sono quelli legati alla storia e al mondo di gioco perché si possono fare da soli e sono anche più divertenti da completare.

- *Ti interessa invece esplorare il mondo di gioco e conoscerlo di più al di fuori della trama principale?*

Sì tantissimo e per due motivi: prima di tutto, perché spesso ci sono molti obiettivi legati all'esplorazione che una volta completati ti danno dei premi in oggetti o in titoli che io voglio avere. Secondo, è perché mi piace immergermi il più possibile nell'ambientazione. Conoscere quello che sta intorno alla storia principale me la fa gustare di più e almeno ho qualcosa da fare quando faccio pausa tra un obiettivo e l'altro o mentre aspetto il nuovo DLC.

- *Socializzare con gli altri giocatori è fondamentale per te?*

No. Quando ho cominciato a giocare da piccolo non c'erano ancora tanti videogiochi online accessibili e ho passato penso gran parte del mio tempo su quelli singolo giocatore, tipo gli strategici in tempo reale come appunto *Age of Empires II*. Solo da 2-3 anni ho cominciato a giocare molto agli MMORPG, ma non perché avevo voglia di socializzare con gli altri. Già nella realtà sono molto timido e chiuso, quindi ho un sacco di problemi anche solo a chiedere aiuto. Al massimo utilizzo la *chat* per salutare e non essere scortese, ma la mia socializzazione finisce lì. Non è una cosa che perseguo quando gioco.

- *Trovi invece piacevole interferire nelle attività degli altri giocatori o a dare fastidio in generale?*

No, per niente. Io ritengo di essere una persona con un codice morale quasi esagerato. Anche se sono timido e faccio fatica a relazionarmi con gli altri, se qualcuno mi chiede esplicitamente aiuto non riesco a dire di no. Non traggo alcun piacere dal rompere le scatole agli altri o attaccare gente a caso. Va diciamo proprio contro la mia moralità. Faccio molta fatica anche solo a ribattere se qualcuno mi si accanisce contro. Anche nei giochi RPG non online non riesco mai a fare delle cose negative o prendere delle decisioni che possano farti passare per uno s******.

- *Per concludere questa prima parte, ti piace calarti completamente nella trama principale del gioco e nel personaggio?*

Tantissimo. Se la trama principale non mi prende subito è molto probabile che cambi direttamente gioco. Ci sono stati casi dove la storia mi ha preso così tanto ma il *gameplay* era atroce che mi sono obbligato a finire il gioco solo per vedere la fine.

- *Non avresti potuto guardartela su YouTube ad esempio?*

Non è la stessa cosa perché non sei tu che hai preso le decisioni. Anche se quello che ha caricato il video ha fatto le mie stesse scelte, rimane sempre questa cosa che non le ho fatte io. Poi appunto come ti dicevo prima, a me annoia guardare le cose, devo essere io il protagonista, essere io a fare le cose. Il bello degli RPG e degli MMO e dei videogiochi in generale è proprio questo.

- *Ti capita anche di fare gioco di ruolo?*

Anche troppo ogni tanto. La trama diventa ancora più bella se ci porti un personaggio personalizzato. Tendo però a restare coerente anche con la mia personalità. I personaggi che creo sono diciamo sempre inclini alla via buona e mi capita anche di distorcere per così dire la percezione di una specifica classe. Per farti un esempio, un negromante viene a mio parere visto come una classe per personaggi cattivi per il fatto che porta in vita i morti. Io se scelgo quella classe, mi immagino una storia dietro per il personaggio che giustifichi il suo modo di combattere e lo faccia passare per buono. Sembra una cosa stupida, ma è divertente per me. È però una cosa al quale devi dedicarti molto. Capita soprattutto negli RPG offline che inizio un personaggio con una certa mentalità, ma dopo un po' perdo il filo e non mi ricordo nemmeno più cosa doveva essere.

- *Adesso ti farò un piccolo test per determinare a grandi linee la tua personalità da giocatore. Ti leggerò 10 situazioni tipiche da MMORPG e tu dovrai dirmi su una scala da 1 a 5 quanto sei d'accordo con l'affermazione. 1 è "in completo disaccordo", 2 "in disaccordo, 3 "neutrale", 4 "d'accordo" e 5 "completamente d'accordo".*

(Di seguito sono riportate unicamente le risposte date e i punteggi ottenuti. Le situazioni poste durante il test sono disponibili nell'Allegato 3).

Situazione	Risposta	Punteggio ottenuto
1) Achiever vs Explorer	In disaccordo	+2 Achiever / +1 Explorer
2) Achiever vs Killer	In completo disaccordo	+3 Achiever
3) Achiever vs Socializer	In completo disaccordo	+3 Achiever
4) Achiever vs Role-Player	D'accordo	+1 Achiever / +2 Role-Player
5) Explorer vs Killer	In completo disaccordo	+3 Explorer
6) Explorer vs Socializer	In completo disaccordo	+3 Explorer
7) Explorer vs Role-Player	D'accordo	+1 Explorer / +2 Role-Player
8) Killer vs Socializer	D'accordo	+1 Killer / +2 Socializer
9) Killer vs Role-Player	Completamente d'accordo	+3 Role-Player
10) Socializer vs Role-Player	Completamente d'accordo	+3 Role-Player
Risultato del test		
Achiever	9 punti	30%
Explorer	8 punti	27%
Socializer	2 punti	7%
Killer	1 punto	3%
Role-Player	10 punti	33%

(Al termine del test sono state spiegate le caratteristiche di ogni categoria)

- *Ritieni che il risultato del test rispecchi le tue motivazioni di gioco?*

Sì, secondo me è perfetta.

- *Restando adesso in tema MMORPG e microtransazioni, parlami adesso dei vari oggetti virtuali che hai acquistato, spiegandomi il perché li hai comprati e se riesci anche con quale frequenza. Ti pregherei di tralasciare l'aspetto economico e di concentrarti soprattutto sulla loro influenza o utilità rispetto alle tue motivazioni di gioco.*

Penso che le prime cose in assoluto che abbia mai comprato siano state le *skin* per l'equipaggiamento del mio personaggio. Ne ho comprate tante, ma mai con una cadenza regolare. In generale le ho prese per una questione di perfezionismo. Io voglio che il mio personaggio rimanga coerente con l'ambientazione e sia perfetto nell'aspetto. Se acquisto cose estetiche è perché non riesco a trovare nel gioco qualcosa che mi soddisfi oppure perché voglio distinguermi un po' di più dalla massa. Vedere tutta la gente vestita come me mi fa perdere un po' l'immersione nella storia perché non sono più unico e non mi sento il protagonista.

- *Dato che mi parli di skin e immersione, cose ne pensi di quelle che non hanno alcun senso con il mondo di gioco? Ad esempio quando hai una tuta spaziale in un MMO medievale?*

Sono una cosa che proprio odio. Quando vedi qualcuno che inizia a lanciare unicorni invece che frecce, capisci che la situazione sta iniziando a degenerare. Mi chiedo come certa gente possa spendere soldi per cavolate del genere.

- *Altri oggetti virtuali che hai preso?*

Ho comprato per quasi tutti i miei personaggi delle borse aggiuntive per aumentare lo spazio dell'inventario e anche un paio di spazi per il magazzino condiviso. Li ho presi dopo circa un anno che avevo iniziato il gioco perché dopo un po' ho iniziato ad accumulare un sacco di roba che non volevo eliminare perché c'erano anche dei premi che mi hanno dato come ricompensa per certi obiettivi. La maggior parte è roba inutile, però mi dispiace troppo eliminarli. Ho anche preso una volta degli strumenti che non dovevano essere ricaricati dopo un certo numero di utilizzi per una questione di comodità. Esplorando tanto la mappa di gioco, finivo in fretta queste cariche e dovevo in continuazione andare a cercarmi un mercante per la ricarica. Mi piace l'idea del realismo, ma dopo un po' che giochi questa cosa diventa pesante. Un'ultima cosa che ho preso sono le varie espansioni. Penso che insieme ai DLC sono le uniche cose che compro subito appena vengono rilasciati perché mi danno l'occasione di continuare la trama principale del gioco. In più, spesso ti aggiungono nuovi obiettivi da completare, quindi diciamo che guardo anche questo aspetto.

- *Negli altri generi di videogiochi, tendi ad acquistare le stesse tipologie di oggetti? C'è qualcosa che compri di più o di meno?*

Sì, più o meno. Ci sono cose di altri giochi che non esistono negli MMO e cose degli MMO che non esistono in altri giochi, tipo i *season pass*, anche se non li ho mai presi. Negli strategici prendo le nazioni in più se ci sono. Ecco non prendo però così tanto le *skin* in altri giochi prettamente online e solo competitivi tipo i MOBA o i *battle royale* gratuiti. Anche se ci gioco tanto, le *skin* in quei casi non hanno alcuna utilità perché non c'è una storia dietro, quindi non mi interessa sentirmi immerso in quei giochi.

- *Per la mia tesi ho individuato in totale otto categorie di oggetti virtuali nel quale è possibile imbattersi negli MMORPG e in parte anche in altri giochi. Su una scala da 1 a 5, dove 1 è "per nulla", 2 è "poco", 3 "abbastanza", 4 "molto" e 5 "moltissimo", quanto saresti incline ad acquistare degli oggetti appartenenti alle varie categorie e perché?*
  Come prima categoria ci sono le monete virtuali che puoi guadagnare normalmente giocando come ad esempio l'oro.

Per nulla (1) e non le ho mai comprate perché sono appunto molto facili da ottenere giocando normalmente. So che ci sono dei giochi dove ottenere le monete d'oro può essere difficile e i prezzi in generale degli oggetti nel mondo sono pompati, però in quel caso è una tua scelta giocare a qualcosa del genere. Lì mi sembra proprio che ti spingano a comprarle. Tralasciando questo però, in generale non vedo il senso di comprarle. Pagare per diventare ricco e poi comprare tutto quello che vuoi nel gioco ti toglie un po' il gusto di giocare e la soddisfazione che ne deriva.

- *Per secondo abbiamo gli oggetti cosmetici di cui abbiamo già discusso.*

Fai moltissimo (5) per gli MMO, se dovessi calcolare tutti i generi di videogiochi, farei anche 4, ma lascia 5.

- *Come terza categoria abbiamo invece gli oggetti funzionali e di confort come gli spazi aggiuntivi che hai menzionati prima.*

Qui fai invece 4 (molto). Ci sono delle cose comunque che non comprerei se mi tolgono parte dell'esperienza di gioco.

- *Prossima categoria sono invece gli oggetti potenzianti, ovvero tutto ciò che ti aumenta attacco o difesa in modo permanente o temporaneo. Possono anche esserci oggetti già fatti che potrebbero essere più forti di quelli ottenibili giocando.*

Per nulla (1). Non comprerei mai oggetti di questo tipo perché li trovo una cosa da dilettanti. Dov'è la soddisfazione nel comprare le cose già al massimo livello? A me piace quando è necessario esplorare la mappa per ottenere dei materiali particolari per l'equipaggiamento. Se compro le cose già fatte mi perdo nel frattempo il fascino dell'esplorazione e quindi parte dell'esperienza di gioco. Di oggetti permanenti comunque non ho mai visti, ma né ho sentito parlare, mentre quelli temporanei di solito mi vengono dati gratuitamente dal gioco stesso ma i bonus sono talmente bassi che sembra di non averli.

- *Cosa mi dici invece degli acceleratori o booster dell'esperienza o dei soldi e oggetti rari trovati?*

Per nulla (1) anche qui. Di solito anche i *booster* dell'esperienza mi vengono dati dal gioco gratuitamente anche se ho visto che puoi comprarli. È ancora un po' lo stesso discorso di prima: velocizzano troppo il *gameplay* e poi ti ritrovi ad esplorare zone di basso livello mentre tu sei già a quello massimo. L'esplorazione è bella, ma se non hai un po' di azione nel mentre risulta quasi noiosa. Anche i *booster* dell'oro o degli oggetti trovati sono un po' inutili, i bonus che mi danno mi sembrano che non facciano niente.

- *Quanto sei incline invece ad acquistare oggetti per interagire amichevolmente con gli altri come ad esempio fuochi d'artificio, palloncini d'acqua, emote, strumenti musicali e così via?*

Per nulla (1). Sono un giocatore solitario che non cerca l'interazione con gli altri. Oggetti del genere non mi interessano minimamente. Ogni tanto c'è la mia gilda che organizza delle feste nel gioco e vedo tutti che utilizzano queste cose, ma io personalmente non ne ho mai vista l'utilità dato che abbiamo già la *chat* e anche un canale privato su Discord che comunque non uso.

- *Sei un giocatore solitario ma fai parte di una gilda?*

Sembra strano, ma è tutta una questione di necessità. Ci sono delle missioni esclusive per le gilde che ti fanno guadagnare dei materiali particolari oppure una volta sono riuscito miracolosamente a farmi aiutare per un obiettivo dove servivano per forza altri due giocatori. Alla fine per un po' di disagio ho guadagnato un titolo raro.

- *Come penultima categoria abbiamo invece le loot box. Sai cosa sono?*

Sì, non puoi non conoscerle se ti informi un po' sul mondo dei videogiochi. Mi è capitato anche a me di acquistarle, lo ammetto. È un sistema un po' subdolo visto che è tutto dettato dal caso, però ogni tanto ci puoi trovare degli oggetti cosmetici troppo belli o altre cose veramente utili che mi farebbero risparmiare un sacco di tempo. Sapere inoltre che potrei essere per una volta baciato dalla fortuna mi elettrizza. Comunque mi contengo abbastanza con le *loot box* perché non voglio diventarne dipendente sul serio e perché continuo a ricevere schifezze. Niente fortuna finora. Fai comunque poco (2) sull'inclinamento perché appunto non esagero e non le compro spesso.

- *Infine abbiamo i contenuti aggiuntivi come DLC ed espansioni.*

Questi moltissimo (5). Tutto quello che è collegato alla narrazione o alla mappa di gioco tendo a prenderlo subito.

- *Per concludere l'intervista, qual è la tua opinione in merito alle microtransazioni in generale?*

In generale non sono contro le microtransazioni. Rispetto al passato i videogiochi hanno adesso dei costi di sviluppo enormi. Una volta diciamo che erano limitati alla progettazione, mentre adesso ci sono campagne di marketing quasi esagerate, tornei, eventi, E-sport e così via. C'è molto di più intorno al gioco stesso e quindi trovo normale che gli sviluppatori abbiano dovuto trovare un modo come le microtransazioni per coprire tutti questi costi. Il problema è che soprattutto negli ultimi anni mi sembra che ci sia stato un calo di qualità, in particolare dal lato trama e *gameplay*. Molti giochi vengono rilasciati incompleti o pieni di *bug* e altri invece mi danno l'impressione di essere stati creati unicamente per vendere microtransazioni. È un peccato perché tanti giochi validi vengono rovinati da questo sistema.

- *C'è qualcosa in particolare che apprezzi o detesti del modello?*

Mi va bene quasi tutto quello che vendono tranne quegli oggetti puramente *Pay-to-Win*. Sono secondo me una cosa da infami perché aumentano solo il numero di giocatori tossici e fastidiosi. L'altra cosa che non mi va giù sono i DLC che dovevano essere chiaramente parte del gioco base, ma sono stati tagliati soltanto per averci un guadagno aggiuntivo. Questo è proprio solo un modo per approfittarsi della *community*.

- *Questi DLC quindi non li hai mai comprati?*

Sì, ma solo perché il gioco mi piaceva tanto. Adesso tendo ad aspettare un po' di tempo prima di prendere un gioco nuovo degli stessi sviluppatori per vedere se non ripetono la cosa. Fortunatamente non è più capitato per ora.

Allegato 10: Trascrizione intervista 6 del 23.07.2019

- *Quanti anni hai?*

23 anni.

- *Da quanti anni giochi ai videogiochi e agli MMORPG in particolare?*

Almeno un 10 anni, di preciso agli MMO non so dirti.

- *Quante ore giochi a settimana in media ai videogiochi e quante di queste dedichi agli MMORPG?*

Quando gioco poco, di solito sulle 20 ore, quando gioco tanto posso arrivare invece anche tipo a 40. Una volta dedicavo penso più della metà delle ore agli MMO, mentre adesso sono poche. Mi dedico di più agli sparatutto.

- *Perché in generale ti piace giocare ai videogiochi?*

All'inizio i videogiochi erano solo un passatempo perché non sapevo cosa fare al di fuori del calcio. Poi sono diventati una cosa un po' più seria. Ci ho speso sempre più tempo ed è diventata anche un'abitudine spenderci anche soldi sopra.

- *Cosa ti piace invece degli MMORPG in particolare?*

Mi piace la possibilità di giocare come vuoi tu. La libertà che ti dà un MMO è quello che lo caratterizza principalmente meglio per me.

- *Quando giochi, tu cerchi di essere il migliore, avere successo e completare obiettivi?*

Sì. Sono una persona molto competitiva. Sono anche una persona che si arrabbia molto spesso quando le cose non funzionano o quando le persone usano qualcosa che tu non vuoi e che ti rovinano il gioco. Cerco di essere il numero uno in generale.

- *E questo perché?*

Questo perché sostanzialmente sono sempre stato anche nella vita vera molto competitivo. Ho sempre cercato di dare il meglio di me e sono una persona che prende praticamente tutto sul serio, non prendo mai le cose alla leggera. Che sia un gioco o no, se devo metterci giù 40 ore alla settimana per arrivare al livello massimo lo faccio senza problemi. Voglio sempre raggiungere i miei obiettivi, non sono una persona che lascia le cose a metà. O lascio il gioco subito all'inizio oppure lo completo del tutto.

- *Giochi tanto alle modalità PvP?*

[…] Combattere contro un computer non dà la stessa soddisfazione che contro un altro giocatore. In questo caso dimostri direttamente di essere migliore di loro e ti rendi conto che il tempo che hai dedicato al gioco ne è valso la pena.

- *Ti interessa esplorare il mondo di gioco e la sua storia al di fuori della trama principale?*

Direi di sì perché comunque dietro alla trama principale ci sta anche tutta la storia di fondo del mondo di gioco, la parte di programmazione e così via. Ogni gioco ha la propria storia ed è questo che li differenzia. Esplorarla e conoscerla è una cosa molto interessante, però è sicuramente una cosa che faccio più a parte. Io principalmente quando gioco e completo le missioni lo faccio soprattutto per raggiungere il livello massimo e diventare più forte. Non gioco moltissimo per seguire la storia, in realtà la seguo poco. Sono uno di quelli che salta spesso le scene delle campagne.

- *Socializzare con gli altri giocatori nel gioco per te è fondamentale?*

Secondo me negli MMO è essenziale perché molti richiedono il gioco di squadra, mentre altri generi di giochi invece si concentrano di più sul *singleplayer* in generale e quindi risalta meno questo aspetto. Però sì, sicuramente socializzare con gli altri è essenziale. Il gioco è anche un motivo per stare insieme agli amici e tenersi in contatto.

- *Ti capita di socializzare proprio per il piacere di farlo? Anche con completi estranei?*

Sì. Ho un amico in Austria che ho conosciuto su *Call of Duty* mentre giocavamo insieme e adesso siamo amici praticamente da 5-6 anni. Ci parliamo tutti i giorni su Skype e giochiamo sempre insieme. Sicuramente i videogiochi sono un bel modo per conoscere altre persone oltre la propria zona.

- *Trovi piacevole interferire nelle attività degli altri giocatori o a dare fastidio in generale?*

No. Io sempre sono stato uno che non fa agli altri ciò che non vorrebbe facessero a me. Non sono mai stato uno che cerca di rovinare il gioco agli altri, ma piuttosto sono il tipo che gioca e cerca di far piacere agli altri di giocare insieme a me. Non trovo alcuna soddisfazione nell'infastidire gli altri giocatori perché so che poi questo si rinfaccia verso di me e dopo iniziano anche loro a rovinarti il gioco e finisce per diventare un casino generale.

- *Ti piace invece calarti completamente nella trama principale del gioco e nel personaggio, facendo anche del gioco di ruolo?*

Principalmente no devo dire. Sono uno che, come ti ho detto prima, non segue molto la storia e tende a saltare delle parti. Preferisco molto di più concentrarmi sul *gameplay* che sulla storia. All'inizio vedo comunque un po' com'è la trama principale e se mi attrae la seguo, ma se vedo invece che non mi prende per niente come quasi tutti i giochi ultimamente, inizio a saltare tutte le scene e mi concentro a finirla per dedicarmi poi ad altro.

- *Mentre il gioco di ruolo?*

No, non sono mai stato uno che sta coerente con la classe o si inventa storie e personalità.

- *Qual è quindi l'aspetto più importante di un videogioco che ti fa divertire di più?*

Penso la realizzazione personale che ne può derivare. È un po' come nel calcio: metti tante ore negli allenamenti e poi inizi a vedere alla fine i risultati. Allo steso modo metti tante ore nel gioco e vedi che stai facendo qualcosa meglio degli altri. Sicuramente questo quindi, il raggiungere i miei obiettivi e migliorarmi.

- *Adesso ti farò un piccolo test per determinare a grandi linee la tua personalità da giocatore. Ti leggerò 10 situazioni tipiche da MMORPG e tu dovrai dirmi su una scala da 1 a 5 quanto sei d'accordo con l'affermazione. 1 è "in completo disaccordo", 2 "in disaccordo, 3 "neutrale", 4 "d'accordo" e 5 "completamente d'accordo".*

(Di seguito sono riportate unicamente le risposte date e i punteggi ottenuti. Le situazioni poste durante il test sono disponibili nell'Allegato 3).

Situazione	Risposta	Punteggio ottenuto
1) Achiever vs Explorer	In disaccordo	+2 Achiever / +1 Explorer
2) Achiever vs Killer	In completo disaccordo	+3 Achiever
3) Achiever vs Socializer	Neutrale	+1 Achiever / +1 Socializer
4) Achiever vs Role-Player	In completo disaccordo	+3 Achiever
5) Explorer vs Killer	Neutrale	+1 Explorer / +1 Killer
6) Explorer vs Socializer	Neutrale	+1 Explorer / +1 Socializer
7) Explorer vs Role-Player	D'accordo	+1 Explorer / +2 Role-Player
8) Killer vs Socializer	Completamente d'accordo	+3 Socializer
9) Killer vs Role-Player	D'accordo	+1 Killer / +2 Role-Player
10) Socializer vs Role-Player	In disaccordo	+2 Socializer / +1 Role-Player
Risultato del test		
Achiever	9 punti	33%
Explorer	4 punti	15%
Socializer	7 punti	26%
Killer	2 punti	7%
Role-Player	5 punti	19%

(Al termine del test sono state spiegate le caratteristiche di ogni categoria)

- *Ritieni che il risultato del test rispecchi le tue motivazioni di gioco?*

Sì, secondo me è giusto.

- *Restando adesso in tema MMORPG e microtransazioni, parlami adesso dei vari oggetti virtuali che hai acquistato, spiegandomi il perché li hai comprati e se riesci anche con quale frequenza. Ti pregherei di tralasciare l'aspetto economico e di concentrarti soprattutto sulla loro influenza o utilità rispetto alle tue motivazioni di gioco.*

Principalmente, la cosa che acquisto di più negli MMO e anche in altri giochi sono le *skin*, quindi nuovi colori o modelli per armi, armature, eccetera. Il 90% delle volte sono *skin*. Ultimamente devo dire che le compro una volta al mese, prima, diciamo circa 5-6 anni fa, lo facevo anche una volta alla settimana, ma non erano mai stati diciamo dei grandi importi tranne che in pochissime occasioni. Comunque, in generale le *skin* e simili le acquisto soprattutto perché mi permettono di distinguermi e anche di sembrare migliore degli altri. Essere al livello massimo e andare in giro con l'arma classica dei giocatori casuali diciamo è deprimente, mentre essere diverso e farsi notare nella massa sono cose che enfatizzano il mio successo.

- *Quindi hai preso soltanto skin?*

No, ho acquistato anche degli oggetti che davano delle statistiche in più al mio personaggio perché c'erano degli MMO, soprattutto F2P, che praticamente te lo imponevano. Si arrivava ad un punto che se non pagavi non riuscivi più ad andare avanti e ad essere allo stesso livello dei migliori. Le compravo abbastanza raramente, adesso ancora meno perché sono passato a giochi più ragionevoli su questo aspetto. Tuttavia non mi hanno mai scocciato più di quel tanto perché comunque mi aiutavano ad essere tra i migliori e a raggiungere i miei obiettivi. In più, non ho mai esagerato. Non sono mai stato il tipo che compra tutti gli *item* più potenti in una volta e finisce il gioco in un giorno.

- *Non ti toglievano un po' il gusto di arrivare con le tue forze al successo?*

So che possono un po' togliere da un gioco quel fascino del progredire con le proprie forze, però se vedi che tutti gli altri le comprano e non vuoi restare indietro, ti senti quasi obbligato a comprarle anche tu. Se pensi poi a uno come me a cui non piace essere in svantaggio rispetto agli altri è ancora peggio, faccio fatica a sopportarlo. Non mi piacciono tuttavia tutti quegli oggetti puramente *Pay-to-Win* ecco, ma capisco che soprattutto in passato erano una cosa necessaria per certi giochi F2P. Per fortuna la situazione oggi è un po' cambiata in positivo.

- *Per la mia tesi ho individuato in totale otto categorie di oggetti virtuali nel quale è possibile imbattersi negli MMORPG e in parte anche in altri giochi. Su una scala da 1 a 5, dove 1 è "per nulla", 2 è "poco", 3 "abbastanza", 4 "molto" e 5 "moltissimo", quanto saresti incline ad acquistare degli oggetti appartenenti alle varie categorie e perché?*
  Come prima categoria ci sono le monete virtuali come le monete d'oro che puoi guadagnare normalmente giocando.

No, per nulla (1). Essendo uno che investe tante ore nel gioco, accumulare l'oro o il denaro non è mai stato un problema. Anche se possono capitare dei casi in cui serve una quantità esorbitante per comprare qualcosa nel gioco che serve per diventare più forte o completare un obiettivo, la moneta non è una cosa che mi è mai mancata e per questo non l'ho mai acquistata. Di per sé penso che non abbia senso prenderle perché tolgono parte dell'esperienza di gioco, tipo appunto lavorare con le proprie forze verso qualcosa.

- *Per gli oggetti cosmetici da 1 a 5 quanto saresti incline invece?*

Direi 5 (moltissimo). Come ho detto anche prima, negli MMO tu giochi con un personaggio personalizzato. Come poi dice la parola, sei in un gioco di ruolo e quindi distinguermi dalla massa è sicuramente qualcosa che mi interessa. Se vai a vedere tutti quei giocatori veterani che giocano da moltissimo tempo, ti accorgi subito come sono tutti diversi fra di loro nell'aspetto e ti danno anche quel senso di essere al di fuori della loro portata. Questo è ciò a cui aspiro di diventare anch'io quando gioco ed è una cosa che puoi ottenere con le *skin*.

- *Terza categoria abbiamo gli oggetti funzionali o di confort che ti facilitano il gioco al di fuori del combattimento, come ad esempio gli spazi aggiuntivi per l'inventario, le cavalcature, i teletrasporti e così via.*

Direi 4 (molto) perché ogni tanto sono cose necessarie. Ho comprato certi oggetti negli anni che mi permettevano di agevolare un po' l'avanzamento di certe attività come appunto lo spazio aggiuntivo nella borsa del personaggio. Penso sia una delle prime cose che compro in ogni MMO perché mi permettono di fare più cose e raccogliere più oggetti mentre gioco e così raggiungo prima il livello massimo. Sicuramente ho preso altre cose simili, ma adesso non mi vengono in mente. Se compro cose del genere posso dirti però per certo che è perché in generale mi facilitano il raggiungimento di certi obiettivi.

- *Andando avanti abbiamo gli oggetti potenzianti, ovvero tutto ciò che ti aumenta attacco o difesa in modo permanente o temporaneo. Possono anche esserci oggetti già fatti che potrebbero essere più forti di quelli ottenibili giocando, quindi ci sono anche i Pay-to-Win se vuoi.*

Direi un 4 (molto) e non 5 appunto perché ci sono i *Pay-to-Win* anche se in realtà qualcuno l'ho comprato. L'unica ragione per cui li ho acquistati è perché il gioco lo richiedeva, o meglio te lo imponeva perché vedevi che tutti lo facevano. In quasi tutti i videogiochi F2P si arriva ad un certo livello dove diventa impossibile andare avanti senza pagare e quindi se vuoi essere fra i migliori sei obbligato a spendere. Almeno nel 90% dei casi è così.

- *Come quinta categoria abbiamo i booster o gli acceleratori dell'esperienza e della probabilità di trovare oggetti rari e soldi.*

Direi 4 (molto) perché è un po' come prima. Sono comunque oggetti che ti permettono di raggiungere un certo livello più in fretta. Tornano molto utili soprattutto in quei giochi dove magari inizi a giocare in ritardo e c'è già gente molto più forte di te perché sta giocando da molto più tempo. Ti danno la possibilità di recuperare insomma.

- *E li hai mai comprati?*

Sì, appunto per la cosa che ti ho appena spiegato. Ti permettono di recuperare in fretta gli altri.

- *Andando avanti abbiamo quelli che sono gli oggetti sociali, ovvero tutte quelle cose che puoi utilizzare per interagire con gli altri come le emote, le animazioni, i giocattoli e così via.*

Poco direi, 2. Poco perché non sono mai state delle cose di mio interesse anche se però mi è capitato di prenderle indirettamente perché erano contenute in pacchetti promozionali insieme alle *skin*. In generale le vedo come cose infantili. Anche se mi piace socializzare con gli altri lo faccio soprattutto con la *chat* oppure ci parlo in vocale, ma non sono mai stato il tipo da usare le *emote* o le danze. A mio parere sono inutili e non ti aiutano a migliorarti in alcun modo nel gioco. Diciamo che è una spesa che non ha un ritorno garantito. Se compro ad esempio un *booster*, so che ci guadagno effettivamente qualcosa per il mio personaggio e per me. Gli oggetti sociali invece non ti danno certezze. Non vuol dire che se ti metti a ballare davanti a qualcuno questo diventa tuo amico per forza o interagisce con te.

- *Perché saresti però poco incline a prenderli e non per nulla?*

Poco perché se me ne dovesse capitare uno proprio simpatico o che mi fa ricordare il passato, quelli probabilmente li comprerei, ma sono casi veramente rari.

- *Come penultima categoria abbiamo le loot box, cioè tutti quegli scrigni dal contenuto casuale.*

Poco (2). Qualche volta mi è capitato di prenderle perché volevo finire i soldi rimasti.

- *Cosa ne pensi del fatto che spesso vengono paragonate al gioco d'azzardo?*

Anche per me è gioco d'azzardo e devo dire che un po' mi interessa. Spesso quando le compro è perché spero di ricevere magari quelle *skin* esclusive che ti danno poi un po' di soddisfazione quando le trovi. Non sono mai arrivato però ai livelli da malati dove diventa quasi un lavoro come in *Counter-Strike*. Lì c'è gente che apre le casse solo per trovare delle *skin* da rivendere a migliaia di franchi. Non è mai stato quello l'obiettivo, ma piuttosto per sperare nella fortuna. Anche se nel 99% dei casi è solo rabbia, sicuramente quando ottieni quello che vuoi o qualcosa di molto raro c'è molta soddisfazione. Rimango però contrario a questo tipo di microtransazioni perché è un modo per far spendere alla gente centinaia di franchi senza darli niente di concreto in cambio. Il fatto di essere simile al gioco d'azzardo secondo me è pericoloso perché ci sono troppe persone che rischiano di spendere un sacco di soldi senza accorgersene e di creare dipendenza. Poi vabbè, ci sono quelli ultra fortunati che trovano subito quello che volevano, però sono pochissimi.

- *Per finire ci sono invece i contenuti aggiuntivi, quindi DLC e pacchetti espansione.*

No. Per nulla (1). Sono completamente contro queste cose. Mi ricordo in passato che quando compravi un gioco ti pagavi i tuoi 50-60 franchi e avevi il gioco fatto e finito, mentre adesso con i DLC sei costretto a pagare ancora per altri contenuti che spesso dovevano far parte del gioco base fin dall'inizio. In più, escono in ritardo. Tu giochi e magari finisci tutto e devi poi aspettare due mesi che ti aggiungono una cosa nuova. Tu in quei due mesi hai probabilmente cambiato completamente gioco e ti è passata la voglia di ritornare su quello vecchio. Spesso i DLC sono anche più costosi del gioco stesso e quindi secondo me non hanno proprio senso di esistere.

- *Non li prenderesti nemmeno se ti dessero altri obiettivi da completare?*

No, sicuramente no proprio perché come detto sono contro questo tipo di microtransazioni. Al giorno d'oggi gli sviluppatori cercano veramente di guadagnare su qualsiasi cosa possibile. Per me i DLC dovrebbero essere sempre gratuiti perché io ho già pagato 60 franchi per un gioco, che già non è una spesa da poco, e io voglio avere tutto il gioco completo. Io mi sono comprato il gioco, non mi sono comprato l'1% del gioco.

- *Per concludere l'intervista, qual è la tua opinione in generale in merito alle microtransazioni? C'è qualcosa che apprezzi o detesti del modello?*

Secondo me, è un metodo interessante perché comunque negli anni si è sempre pensato che i videogiochi esistessero solo per divertirsi. Non ci vedo nulla di male nel vedere le imprese che guadagnano qualcosa in più anche dopo aver venduto il gioco. Se pensi poi ai giochi F2P, lì per forza avevano bisogno di qualcosa per ottenere dei ricavi. Per me le microtransazioni ci stanno, sono sempre esistite, tuttavia mi vanno bene finché queste non diventano *Pay-to-Win* oppure influenzano il *gameplay* in modo drastico. Se vengono a chiedermi di pagare ogni mese per giocare o di acquistare dei contenuti aggiuntivi dopo il rilascio o mi spingono a comprare delle cose per poter completare il gioco, allora in quei casi si va sul ridicolo. Io sono d'accordo con le microtransazioni fino ad un certo livello, ovvero finché non vanno a rovinare il *gameplay* di un gioco. Finché inseriscono cose in un gioco che non sei obbligato a comprare e non ti vincolano, ci sta. Ci sono però cose che praticamente ti forzano a prendere perché lo fanno tutti o perché altrimenti non puoi fare certe attività con gli altri. Se non compri ad esempio certe nuove mappe del gioco, non puoi interagire con i giocatori che si trovano in quelle zone e così vanno a rovinare anche la socializzazione nel gioco.

Allegato 11: Trascrizione intervista 7 del 23.07.2019

- *Quanti anni hai?*

17 anni.

- *Da quanti anni giochi ai videogiochi e agli MMORPG in particolare?*

Direi circa 8 anni ai videogiochi e 3 agli MMORPG.

- *Quante ore giochi a settimana in media ai videogiochi e quante di queste dedichi agli MMORPG?*

Quando c'è scuola gioco una decina d'ore a settimana perché ormai c'è lo studio di mezzo. Adesso in estate arrivo anche alle 20 ore in totale. Per gli MMO direi che adesso almeno una quindicina d'ore gliele dedico, il resto lo uso per gli sparatutto tipo *Fortnite* e *Rainbow Six Siege*.

- *Perché in generale ti piace giocare ai videogiochi?*

Perché sono divertenti e mi distraggono dalla vita quotidiana. Sono una cosa interattiva, non come i film dove ti limiti a guardare. Sono dei passatempi alternativi.

- *Cosa ti piace in particolare degli MMORPG?*

Gli MMO mi piacciono perché sono online e non ti fanno sentire solo. Ti danno un sacco di libertà e puoi fare quasi tutto quello che vuoi.

- *All'interno del gioco cosa ti piace invece fare che ti diverte?*

In ambito MMO vado a fare soprattutto gli eventi globali e seguo le missioni perché mi interessa sempre la storia di un gioco. L'immersione è tutto per me. Se il gioco non mi prende da quel lato, lo mollo subito.

- *Quando giochi, tu cerchi di essere il migliore, avere successo e completare obiettivi?*

Non tanto perché mi portano solo stress. Se mi dedico al PvP o ai contenuti difficili, lo faccio solo perché mi servono magari degli equipaggiamenti per diventare più potente e migliorare il mio personaggio, ma lo faccio solo perché mi servono per continuare la storia del gioco o battere più facilmente delle missioni. Rimane poi il fatto che ti fanno andare su di livello in fretta e ai giochi a cui gioco questa cosa ogni tanto è molto lenta. Quando creo più personaggi è più il tempo che spendo a livellare che a fare il resto.

- *Ma perché è importante per te salire di livello?*

Perché se non lo fai non puoi andare avanti con la storia e non puoi andare nelle zone di alto livello. Le parti della storia sono suddivise in capitoli e ci puoi accedere solo ogni tipo 10 livelli, però tu quei 10 livelli lì puoi fare in un mese come lì puoi fare in un giorno. Dipende a che punto sei nel gioco.

- *Quindi ti piace anche esplorare il mondo di gioco?*

Sì tantissimo perché prima di tutto è bello immergerti nel gioco e vedere i dettagli e la bellezza del mondo, la sua grafica e così via. In più fai in modo che il lavoro dei produttori non è stato fatto per niente.

- *Ti piace anche imparare di più sul mondo al di fuori della trama principale?*

Sì. Io sono una persona curiosa e voglio sapere tutto. Passo un sacco di tempo a parlare con tutti i personaggi e a leggere i libri che trovo in giro per il mondo. Ogni gioco ha i suoi particolari e il bello degli MMO è che vengono ampliati per più tempo dopo il rilascio rispetto ad altri giochi. Nel tempo che un MMO è finito per così dire, ti hanno rilasciato otto *Call of Duty*. Ma poi è bello come ad esempio ogni tanto ti capita di leggere qualcosa su un personaggio morto da migliaia di anni e poi con il nuovo DLC incontri il suo fantasma mentre stai esplorando la nuova mappa. Questo ti fa un po' piacere perché vedi anche che gli sviluppatori non hanno creato il mondo così per far soldi ma perché proprio ci tengono al loro lavoro.

- *Socializzare con gli altri giocatori è fondamentale per te? È qualcosa che persegui attivamente?*

No, direi di no. Se gioco con gli altri è più per una questione di realismo ed immersione che per il fatto di stare insieme a loro. Gli altri diciamo che rendono il mondo più vivo e quindi ti sembra di vivere veramente un'avventura. Vedere ad esempio 50 NPC che attaccano un mostro è diverso dal vedere 50 giocatori che fanno la stessa cosa. Mi capita raramente di iniziare conversazioni con gli altri o di farmeli amici.

- *Trovi piacevole invece interferire nelle attività degli altri o a dare fastidio in generale?*

In sé mi diverte un sacco attaccare gli altri e dare fastidio, ma non lo faccio così spesso. Alla fine gli altri giocatori fanno parte del mondo di gioco e ogni tanto mi capita di creare un personaggio che nella mia testa è s******. Non sono comunque così cattivo, cerco di evitare di attaccare gli altri quando vedo che stanno facendo delle cose importanti. Di solito mi limito a rubare i mostri che stanno combattendo oppure do fastidio con la *chat* restando però nel ruolo del personaggio.

- *In che senso crei un personaggio nella tua testa e resti nel ruolo?*

I giochi di ruolo sono una cosa interattiva a differenza dei film. Sei tu il protagonista. Mi piace l'idea di poter impersonare qualcuno di diverso ogni volta che gioco e dare ad ognuno dei miei personaggi un storia di sottofondo immaginata. Penso sempre a quello che non posso fare nella realtà. Spesso mi capita di creare più personaggi solo per rivivere la storia del gioco e vedere come sarebbe andata prendendo una decisione diversa. Questo è dovuto soprattutto al fatto che nei giochi online non puoi salvare e caricare la partita come quelli singolo giocatore e alla fine finisco per avere più di dieci personaggi, ognuno con una storia differente.

- *Immagino quindi che la trama principale e la narrazione del gioco sono centrali per te?*

Sì tantissimo. Negli MMO, ma comunque in qualsiasi gioco, penso che siano le cose su cui mi concentro di più.

- *Adesso ti farò un piccolo test per determinare a grandi linee la tua personalità da giocatore. Ti leggerò 10 situazioni tipiche da MMORPG e tu dovrai dirmi su una scala da 1 a 5 quanto sei d'accordo con l'affermazione. 1 è "in completo disaccordo", 2 "in disaccordo, 3 "neutrale", 4 "d'accordo" e 5 "completamente d'accordo".*

(Di seguito sono riportate unicamente le risposte date e i punteggi ottenuti. Le situazioni poste durante il test sono disponibili nell'Allegato 3).

Situazione	Risposta	Punteggio ottenuto
1) Achiever vs Explorer	D'accordo	+1 Achiever / +2 Explorer
2) Achiever vs Killer	Neutrale	+1 Achiever / +1 Killer
3) Achiever vs Socializer	In disaccordo	+2 Achiever / +1 Socializer
4) Achiever vs Role-Player	Completamente d'accordo	+3 Role-Player
5) Explorer vs Killer	In disaccordo	+2 Explorer / +1 Killer
6) Explorer vs Socializer	In completo disaccordo	+3 Explorer
7) Explorer vs Role-Player	D'accordo	+1 Explorer / +2 Role-Player
8) Killer vs Socializer	Neutrale	+1 Killer / +1 Socializer
9) Killer vs Role-Player	Neutrale	+1 Killer / +1 Role-Player
10) Socializer vs Role-Player	Completamente d'accordo	+3 Role-Player
Risultato del test		
Achiever	4 punti	15%
Explorer	8 punti	30%
Socializer	2 punti	7%
Killer	4 punti	15%
Role-Player	9 punti	33%

(Al termine del test sono state spiegate le caratteristiche di ogni categoria)

- *Ritieni che il risultato del test rispecchi le tue motivazioni di gioco?*

Sì.

- *Restando adesso in tema MMORPG e microtransazioni, parlami adesso dei vari oggetti virtuali che hai acquistato, spiegandomi il perché li hai comprati e se riesci anche con quale frequenza. Ti pregherei di tralasciare l'aspetto economico e di concentrarti soprattutto sulla loro influenza o utilità rispetto alle tue motivazioni di gioco.*

Sicuramente ho speso un sacco di soldi in diverse *skin* per i miei personaggi. Anche se in generale non hanno alcuna utilità a livello di *gameplay*, a me interessano soprattutto quando mi permettono di completare l'aspetto del mio personaggio e distinguerlo dagli altri. Mi piace sentirmi diverso appunto per una questione d'immersione. Se tutti hanno la stessa arma e armatura o la stessa faccia, questo rende un po' inutile il fatto che puoi personalizzare il personaggio all'inizio.

- *Ti capita di comprare anche quelle skin che non ti immergono nel gioco, come ad esempio una tuta spaziale nell'ambientazione medievale?*

No, al contrario. Evito sempre quei *joke item* stupidissimi come le pettinature afro per i cavalli o per farli diventare verdi o blu. Evito anche di prendere le *skin* che ti cambiano l'aspetto di ogni singolo pezzo dell'armatura e ti fanno diventare identici ad uno dei personaggi principali della storia. Voglio dire, come fa un semplice avventuriero ad andare in giro vestito come un dio? Sono cose un po' esagerate, anche se esteticamente sono belle, però appunto rompono l'immersione anche se in un modo diverso.

- *Altre cose che hai acquistato?*

Ho preso diversi DLC ed espansioni sia per gli MMO che per altri generi di giochi perché la gran parte delle volte ti sviluppano di più la missione principale o la storia in generale e questo come ti dicevo a me interessa tantissimo. In più mi permettono di ritornare nel gioco più facilmente. Anche se la mappa di gioco è enorme, prima o poi la finisci di esplorare e dopo la terza o quarta volta che la fai con i vari personaggi, inizi a sentire la stanchezza. I DLC per fortuna ti aggiungono spesso anche nuove mappe con un'ambientazione differente e non ti fanno stufare per ancora un po' di tempo.

- *Negli altri generi di videogiochi, tendi ad acquistare le stesse tipologie di oggetti? C'è qualcosa che compri di più o di meno?*

Sì fondamentalmente. Negli sparatutto prendo in più se vuoi i *season pass* perché ti danno regolarmente nuovi contenuti appena vengono rilasciati oppure *skin* e così via. Negli MMO però non li ho mai visti, non penso nemmeno esistano.

- *Per la mia tesi ho individuato in totale otto categorie di oggetti virtuali nel quale è possibile imbattersi negli MMORPG e in parte anche in altri giochi. Su una scala da 1 a 5, dove 1 è "per nulla", 2 "poco", 3 "abbastanza", 4 "molto" e 5 "moltissimo", quanto saresti incline ad acquistare degli oggetti appartenenti alle varie categorie e perché?*
  Come prima categoria ci sono le monete virtuali come l'oro che puoi guadagnare normalmente giocando.

Abbastanza (3). Non mi è ancora capitato di comprare l'oro di un gioco, ma penso che se dovesse esserci una necessità lo farei. Concentrandomi comunque sulla storia e sul mondo di gioco, qualche volta mi è capitato di essere a corto di soldi per certe cose, ma non sono ancora arrivato al punto di sentire la necessità di comprarlo con soldi veri. Deve trattarsi proprio di una situazione dove mi servono urgentemente per completare la storia o per esplorare certi posti della mappa. Magari altre persone sono più inclini a comprarlo perché fanno troppa fatica a guadagnarlo o non hanno tempo.

- *Come seconda categoria ci sono gli oggetti cosmetici.*

Molto (4). Come ti dicevo è appunto per distinguermi e sentirmi per davvero il protagonista della storia e quindi immergermi di più.

- *Andando avanti ci sono gli oggetti funzionali o di confort, ovvero tutte quelle cose che ti rendono il gioco meno tedioso al di fuori del combattimento come ad esempio le cavalcature, gli spazi in più nella borsa e così via.*

Abbastanza (3) perché riconosco la loro utilità, però non li ho mai comprati perché non trovo giusto pagare il confort in un videogioco. Sembra un po' un controsenso, ma ci sono dei giochi anche MMO che fanno apposta a rendere alcune attività noiose e ripetitive solo per spingerti a comprare queste cose. Per convincermi a prenderli deve trattarsi di qualcosa di veramente utile ai fini della storia o dell'esplorazione.

- *Ma ad esempio le cavalcature per esplorare più in fretta non ti interessano?*

No perché a me interessa appunto esplorare tutto nel dettaglio. Se vado più in fretta rischio di saltare delle cose. Piuttosto preferisco che mi diano dei nuovi metodi di esplorazione. Ad esempio potrebbero aggiungere degli animali volanti e farti esplorare anche il cielo oppure potrebbero darti la possibilità di andare anche sottacqua senza annegare e farti esplorare delle città sommerse o cose del genere.

- *Adesso abbiamo gli oggetti potenzianti, ovvero tutto ciò che ti aumenta l'attacco o la difesa in modo permanente o temporaneo. Possono anche esserci oggetti già fatti che potrebbero essere più forti di quelli che ottieni giocando normalmente, quindi quelli cosiddetti Pay-to-Win.*

No, per nulla (1). Non ho mai comprato oggetti *Pay-to-Win* o cose simili che mi aumentassero la potenza perché non trovo giusto che qualcuno possa pagare per avere un vantaggio sugli altri. Anche se puoi arrivare allo stesso livello giocando normalmente, rimane il fatto che tu sei arrivato a quel punto con le tue forze, mentre l'altro ha speso i soldi di mamma e papà per sentirsi il migliore fin da subito. Generalizzo un po' sul fatto che chi prende queste cose siano i bambini, però scommetto che anche tu hai notato come tante persone che vanno in giro a vantarsi per la loro forza si comportano come bambini. Magari non tanto negli MMO, ma in altri generi come nei *battle royale* questa cosa è molto evidente.

- *Cosa mi dici invece degli oggetti acceleratori o booster che ti aumentano l'esperienza guadagnata o la probabilità di trovare oggetti rari o soldi?*

Abbastanza (3) perché una volta ho comprato un *booster* dell'esperienza per poter accedere prima alla missione successiva della storia principale. Ero talmente preso che non avevo voglia di spendere tre giorni per fare 10 livelli che ho preso questo *booster* e me li sono fatti in una giornata. Se dovesse ricapitare una cosa simile probabilmente ne prenderei un altro, ma altrimenti non è una cosa che compro regolarmente.

- *Quanto sei incline invece ad acquistare oggetti sociali che ti permettono di interagire con gli altri giocatori in modo amichevole come le emote, i fuochi d'artificio, le animazioni e così via?*

Per nulla (1). Io come ti dicevo socializzo poco e per questo li ritengo degli oggetti inutili. Potrebbe essere carino utilizzarli in certe situazioni se vuoi interagire in altri modi, ma non mi sembrano delle cose per cui valga la pena spendere soldi veri.

- *Come penultima categoria ci sono invece le loot box, cioè tutti quegli scrigni dal contenuto casuale.*

Abbastanza (3). Le *loot box* sono un argomento un po' così perché da una parte sono un giocatore d'azzardo e mi piace il meccanismo, però dall'altra mi pento di quanto ci ho speso.

- *Di più o di meno delle altre microtransazioni?*

No, non esageriamo. Sicuramente di meno però nemmeno poco.

- *Ma perché ti piace come meccanismo?*

Perché ottenere qualcosa di raro dalle *loot box* ti dà soddisfazione, ti fa sentire un vincente. Dipende però tantissimo da cosa c'è dentro. Finché si limitano alle *skin*, ai *booster* temporanei o anche all'oro va bene, se iniziano però ad esserci anche degli oggetti *Pay-to-Win* com'è successo con *Battlefront II*, non le prenderei perché dopo non sarei tanto differente dal classico bambino con la carta di credito dei genitori che compra tutto quello che può per vincere.

- *Per finire abbiamo invece i contenuti aggiuntivi come DLC e pacchetti espansione.*

Questi moltissimo (5) perché appunto la storia e la narrazione sono tutto per me.

- *Per concludere l'intervista, qual è la tua opinione in generale in merito alle microtransazioni?*

In generale penso che le microtransazioni stiano rovinando un po' il mondo dei videogiochi. Negli ultimi anni mi è parso di vedere più giochi creati apposta per spingere sulle microtransazioni e non perché gli sviluppatori volessero raccontare una storia per intrattenere la gente. Una volta c'erano dei giochi stupendi da quel punto di vista, mentre adesso mi sembra che tutti puntino solo a rilasciare *battle royale* o giochi per il telefono perché con il minimo sforzo riescono a guadagnare moltissimo. È comunque anche colpa di noi giocatori perché se i produttori continuano ad insistere con questo meccanismo, vuol dire che c'è qualcuno che continua a comprare ciò che offrono. Non è comunque del tutto malvagio.

- *C'è qualcosa di particolare che apprezzi o detesti del modello?*

Una cosa che apprezzo ad esempio è che posso comprare un sacco di oggetti che mi permettono di personalizzare tanto il mio personaggio. Finché non sono cose che alterano il *gameplay* in modo pesante, mi vanno bene. Che tu le compri o meno, non hai alcun effetto diretto sugli altri. In più ogni tanto vengono anche rilasciate delle cose dopo che la *community* le ha richieste. Il minimo che possiamo fare in quei casi è dare un po' di supporto. Sono contro invece tutto quello che è *Pay-to-Win* perché rovina il gioco a chi non vuole o non può spendere. Il gioco alla fine è per divertirsi, ma quando trovi quelle persone che comprano queste cose solo per rovinare l'esperienza agli altri ti fa un po' rabbia.

Allegato 12: Trascrizione intervista 8 del 24.07.2019

- *Quanti anni hai?*

24 anni.

- *Da quanti anni giochi ai videogiochi e agli MMORPG in particolare?*

Da quando avevo 8-9 anni, quindi circa 15 anni più o meno. Agli MMO saranno circa la metà.

- *Quante ore giochi a settimana in media ai videogiochi e quante di queste dedichi agli MMORPG?*

Gioco circa un'oretta massima ogni giorno durante la scuola, mentre adesso che sono in vacanza sono un bel po' di più. Ogni tanto arrivo anche alle 3-4 ore al giorno. In media alla settimana farei 15 ore e 5-6 le dedico agli MMO, soprattutto nel weekend.

- *Perché in generale ti piace giocare ai videogiochi?*

È divertente come intrattenimento e a volte anche per la storia. C'è chi guarda i film, c'è chi invece gioca ai videogiochi per vedere una storia.

- *Perché ti piace la storia del videogioco?*

Ci sono dei videogiochi che hanno delle storie ad un livello cinematografico se non migliori. Durano di più, sono meglio strutturate, ci sono più possibilità di sviluppare i personaggi e così via. Questo mi immerge molto di più nel gioco che nel film, dove invece l'immersione è poca e breve. Inoltre, il gioco è interattivo. Sono io che faccio le scelte, non sto guardando qualcun altro.

- *Cosa ti piace in particolare degli MMORPG?*

È divertente giocare con gli amici, di solito ci si trova sempre dopo la scuola. È anche divertente livellare, sbloccare e andare in nuove aree, trovare oggetti rari e armature e così via.

- *Quando giochi, tu cerchi di essere il migliore, avere successo e completare obiettivi?*

Dipende. Di solito non gioco alle modalità competitive, però in generale provo comunque a vincere anche quando gioco insieme ad altre persone. Cerco anche di completare gli obiettivi perché ti danno uno scopo in più quando giochi e ti spingono a giocare per più tempo e ad impegnarti di più. Sono cose che però faccio per me stesso e non per vantarmi con gli altri. Ho notato che quando finisco certi obiettivi, la mia voglia di giocare si abbassa un pochino però non mi hanno mai portato ad abbandonare completamente un gioco. Più obiettivi ho da fare, più il gioco mi tiene occupato.

- *Ti interessa esplorare il mondo di gioco e conoscere di più la sua storia al di fuori della trama principale?*

Negli RPG in generale è una cosa che a me piace fare molto perché potrei trovare delle sorprese interessanti che magari mi premiano anche. Diciamo però che non deve essere fondamentale alla fine. Il tempo che dedico all'esplorazione dipende molto dalla dimensione della mappa. Se il mondo è troppo grande questo mi scoraggia dall'andare ad esplorarlo in modo approfondito. Anche la storia che ci sta dietro ad un mondo è importante a parer mio, ti aiuta a restare più interessato al gioco e a tornarci per più tempo. Mi è capitato in certi casi di andare ad approfondire delle tematiche del gioco anche su siti online esterni.

- *Per te è fondamentale socializzare con gli altri giocatori all'interno del gioco?*

Dipende anche qui. Stare con persone che conosci ti aiuta a rilassarti e riesci meglio ad organizzare certe attività. Per questo motivo cerco anche di farmi degli amici mentre gioco, semplifica molto le cose dopo e comunque non mi dispiace avere qualcuno con cui conversare anche solo del più e del meno. Ho conosciuto un sacco di persone online con cui ho poi giocato spesso o *chattato*. È bello e divertente. Negli MMO ci sono comunque delle situazioni dove serve almeno un minimo di comunicazione con i tuoi compagni per riuscire a finire qualcosa tipo i *raid*.

- *Trovi invece piacevole interferire nelle attività degli altri giocatori o a dare fastidio in generale?*

Ogni tanto mi capita ti dare sui nervi agli altri per piacere. Se sono cose leggere che non provocano troppe conseguenze agli altri lo faccio, anche solo rubare dei mostri che qualcuno sta combattendo. Le cose un po' più pesanti mi limito a farle soltanto ai miei amici per via del clima più amichevole che si è instaurato, ma non mi spingo mai a fare cose che possano compromettere l'amicizia.

- *Ti piace infine calarti completamente nella trama principale o nel personaggio, quindi fare anche del gioco di ruolo?*

Uno dei motivi principali per cui gioco agli RPG e agli MMO è proprio la trama principale, anche se di recente a causa della scuola mi capita a volte di dover saltare dei pezzi o di non andare molto in profondità perché ho poco tempo. Poi c'è comunque da considerare la possibilità di creare il tuo personaggio. Quando è silenzioso o parla poco mi permette di modellarlo di più come voglio io e di immedesimarmi un po' di più nella storia. Se il personaggio ha già una sua personalità mi immerge un po' meno, ma non è mai stato un problema così influente.

- *Qual è l'aspetto più importante di un videogioco che ti permette di divertirti?*

Direi il giocare assieme agli altri, al pari della trama principale. Sono le due cose più importanti per me.

- *Adesso ti farò un piccolo test per determinare a grandi linee la tua personalità da giocatore. Ti leggerò 10 situazioni tipiche da MMORPG e tu dovrai dirmi su una scala da 1 a 5 quanto sei d'accordo con l'affermazione. 1 è "in completo disaccordo", 2 "in disaccordo, 3 "neutrale", 4 "d'accordo" e 5 "completamente d'accordo".*

(Di seguito sono riportate unicamente le risposte date e i punteggi ottenuti. Le situazioni poste durante il test sono disponibili nell'Allegato 3).

Situazione	Risposta	Punteggio ottenuto
1) Achiever vs Explorer	D'accordo	+1 Achiever / +2 Explorer
2) Achiever vs Killer	In disaccordo	+2 Achiever / +1 Killer
3) Achiever vs Socializer	D'accordo	+1 Achiever / +2 Socializer
4) Achiever vs Role-Player	Completamente d'accordo	+3 Role-Player
5) Explorer vs Killer	Neutrale	+1 Explorer / +1 Killer
6) Explorer vs Socializer	D'accordo	+1 Explorer / +2 Socializer
7) Explorer vs Role-Player	D'accordo	+1 Explorer / +2 Role-Player
8) Killer vs Socializer	D'accordo	+1 Killer / +2 Socializer
9) Killer vs Role-Player	D'accordo	+1 Killer / +2 Role-Player
10) Socializer vs Role-Player	D'accordo	+1 Socializer / +2 Role-Player
Risultato del test		
Achiever	4 punti	14%
Explorer	5 punti	17%
Socializer	7 punti	24%
Killer	4 punti	14%
Role-Player	9 punti	31%

(Al termine del test sono state spiegate le caratteristiche di ogni categoria)

- *Ritieni che il risultato del test rispecchi le tue motivazioni di gioco?*

Sì.

- *Restando adesso in tema MMORPG e microtransazioni, parlami adesso dei vari oggetti virtuali che hai acquistato, spiegandomi il perché li hai comprati e se riesci anche con quale frequenza. Ti pregherei di tralasciare l'aspetto economico e di concentrarti soprattutto sulla loro influenza o utilità rispetto alle tue motivazioni di gioco.*

Quando ero giovane praticamente non prendevo mai niente ma per motivi di soldi, nel senso che ero piccolo e non avevo di certo una carta di credito da usare, anche se a quanto pare oggigiorno è il contrario: mi sembra che ci siano troppi genitori che non si fanno problemi a darle ai propri figli per spendere soldi in cavolate.

Ma tralasciando questo, la prima cosa che ho comprato in assoluto è stato un pacco di *skin* rare per l'equipaggiamento del mio personaggio solo perché era scontato e da lì è cominciata l'abitudine. Una volta arrivavo a comprare *skin* più volte a settimana, mentre adesso con l'età mi sono dato un po' una regolata. Di per sé le acquisto principalmente perché mi affeziono ai miei personaggi e gli voglio dare un'identità. In più, fa capire anche agli altri quanto ci tieni ed è anche se vuoi un modo per intimidire gli altri.

- *In che senso per intimidire gli altri?*

È una cosa che mi è capitata in passato, ma immaginati la situazione: se hai appena iniziato un gioco e vedi qualcuno con armi e armature che sembrano di massimo livello venire verso di te in assetto da guerra, inizi a preoccuparti e appena questo inizia ad attaccarti non sai bene come rispondere e accetti il tuo destino per così dire. Quelle poche volte che attacco qualche giocatore cerco di far notare da lontano la mia potenza ed effettivamente questa cosa funziona qualche volta.

- *Altre cose che hai acquistato?*

Ho comprato parecchie *loot box* in certi periodi perché c'erano dentro dei set rari che volevo assolutamente avere per completare l'aspetto del mio personaggio. Speri sempre di trovare le cose belle al primo colpo, ma poi finisci per non ricevere nulla ed avviare una catena di acquisti.

- *Negli altri generi di videogiochi, tendi ad acquistare le stesse tipologie di oggetti? C'è qualcosa che compri di più o di meno?*

Sì, sostanzialmente sono gli stessi. Ecco un'altra cosa che mi è venuta in mente sono i DLC. Ne ho comprati un sacco perché spesso ti espandono la trama del gioco e il mondo da esplorare.

- *Per la mia tesi ho individuato in totale otto categorie di oggetti virtuali nel quale è possibile imbattersi negli MMORPG e in parte anche in altri giochi. Su una scala da 1 a 5, dove 1 è "per nulla", 2 "poco", 3 "abbastanza", 4 "molto" e 5 "moltissimo", quanto saresti incline ad acquistare degli oggetti appartenenti alle varie categorie e perché?*
  Come prima categoria ci sono le monete virtuali tipo l'oro che puoi guadagnare normalmente giocando.

Sarei poco (2) incline ad acquistarle con soldi veri perché sono cose che se giochi abbastanza non sono un problema da ottenere. Penso che gli unici casi in cui le comprerei sono quelli dove magari voglio avere assolutamente qualcosa senza dover star lì a perdere troppo tempo per guadagnarmela. Non sono però una cosa su cui vale la pena spendere soldi veri a parer mio.

- *Non le hai mai comprate dunque?*

In un MMO no. In *League of Legends* ho preso se vuoi i *Riot Points* ma quelli però non li puoi guadagnare quindi non penso che rientrano nella tua definizione.

- *Cosa mi dici invece degli oggetti cosmetici e skin di cui abbiamo discusso prima?*

Moltissimo (5).

- *Quanto sei incline invece ad acquistare oggetti funzionali o di confort che ti rendono il gioco meno pesante al di fuori del combattimento? Ci sono ad esempio gli spazi nell'inventario aggiuntivi, oggetti per andare più veloce, teletrasporti e così via.*

Poco (2). Non escludo a priori che non le prenderei perché potrebbe capitarmi di imbattermi in qualcosa di veramente tedioso da fare. Se ne valgono la pena e costano poco è più probabile che le compri. Tuttavia, non sono cose che mi hanno mai attratto più di quel tanto perché spesso ti tolgono un po' di vita al gioco. Vedo giocatori che comprano i teletrasporti oppure i cavalli per andare più in fretta da un punto all'altro della mappa, tuttavia facendo così si perdono tutto quello che c'è in mezzo ed è un po' peccato. Ti perdi l'occasione di scoprire cose nuove oppure la possibilità di incontrare altri giocatori con cui fare amicizia.

- *Come prossima categoria ci sono gli oggetti potenzianti, ovvero tutto ciò che ti aumenta l'attacco o la difesa in modo permanente o temporaneo. Possono anche esserci oggetti già fatti che potrebbero essere più forti di quelli che ottieni giocando normalmente, quindi i cosiddetti Pay-to-Win.*

Poco (2). È un po' lo stesso discorso di prima. Se con gli oggetti funzionali ti aumenti il confort, con questi ti aumenti direttamente la potenza.

Questo vuol dire ad esempio arrivare in certe zone che dovrebbero darti un po' di filo da torcere, ma poi in realtà sono una passeggiata perché hai comprato le cose per essere più forte. Anche il combattimento fa parte dell'esperienza del gioco e uccidere tutti più in fretta toglie un po' questa cosa. Non hai soddisfazioni dall'avere tutto in poco tempo senza il minimo sforzo. Potrebbe capitare la solita rara situazione in cui potrebbe servirmi diventare più potente subito, ma non penso che altrimenti le comprerei così alla leggera.

- *Andando avanti abbiamo gli oggetti acceleratori o booster che ti aumentano l'esperienza guadagnata o la probabilità di trovare oggetti rari o soldi.*

Per nulla (1). Preferisco comprare degli oggetti che ti danno qualcosa in modo permanente. Già mi interessano poco queste cose, ma se devo spendere soldi veri lo faccio per qualcosa che mi dia un vantaggio concreto e duraturo.

- *Quanto sei incline invece ad acquistare oggetti sociali che ti permettono di interagire con gli altri giocatori in modo amichevole come le emote, i fuochi d'artificio, le animazioni e così via?*

Molto (4). Ti confesso che li ho sempre trovati inutili, però dopo la prima *emote* che ho comprato mi sono reso conto di quanto possano essere effettivamente divertenti. Ti aiutano tantissimo ad interagire con gli altri e soprattutto a divertirti con gli amici. Ovviamente devono avere un giusto prezzo per quello che fanno, altrimenti diventa un qualcosa di ridicolo.

- *Come penultima categoria ci sono invece le loot box di cui abbiamo già discusso un po' prima.*

Molto (4) anche se sono consapevole che è una pratica un po' subdola da parte di certi sviluppatori perché se ne approfittano di certe persone. Alla fine stai parlando di gioco d'azzardo ed è risaputo che può causare dipendenza.

- *Tuttavia rimani molto incline a prenderle?*

Sì perché alla fine non le compro spesso in modo esagerato. La maggior parte le prendo con i soldi che guadagno nel gioco oppure mi vengono date gratis. Solo in poche occasioni come ti dicevo le ho prese usando soldi veri.

- *Ultima categoria sono invece i DLC e i pacchetti espansione che aggiungono nuovi contenuti al gioco.*

Questi moltissimo (5). Continuare a vivere un'avventura con il mio personaggio personalizzato è il motivo principale per cui li compro. Io cerco sempre di finire al 100% almeno la trama principale e quando posso anche esplorare la mappa fino ad un livello che ritengo accettabile. Se esistono delle cose che mi espandono questi aspetti, ben vengano, non mi faccio problemi a comprarli con soldi veri. Non mi piacciono però quei casi dove è evidente che alcuni contenuti sono stati tagliati dal gioco base per poterlo rivendere dopo. Per fortuna mi è capitato solo una volta, però ti dico che ci ho pensato due volte a prendere altri giochi dallo stesso produttore. Se una volta compravo i giochi appena usciti, adesso aspetto qualche mese per vedere che non ci siano sorprese del genere.

- *Per concludere l'intervista, qual è la tua opinione in generale in merito alle microtransazioni? C'è qualcosa in particolare che apprezzi o detesti del sistema?*

Le microtransazioni funzionano fino a quando non hanno alcuna influenza pesante sul gioco e sul *gameplay*. Bisogna guardare se ciò che puoi comprare può anche essere ottenuto normalmente giocando. Negli MMO è spesso possibile ottenere tutte le cose a pagamento senza spendere un soldo grazie a questo meccanismo. L'importante è che la cosa sia bilanciata. Vendere solo oggetti cosmetici funziona, ma se vogliono anche aggiungere cose che alterano il *gameplay* devono assicurarsi che non squilibrino il gioco o la potenza fra giocatori. Quando iniziano quasi ad obbligarti a spendere soldi veri per vincere, lì lo trovo un po' immorale perché mi sembra che se ne stiano approfittando delle persone vulnerabili. Se ad esempio guardi i ragazzini ci sono quelli che utilizzano a manetta la carta di credito del genitore perché non capiscono ancora il vero valore dei soldi o di quello che stanno prendendo. Poi guardi le notizie e vedi sempre questi articoli che parlano di bambini che hanno speso un patrimonio in microtransazioni. Non sono gli unici, ci sono anche adulti così. Non so se hai sentito parlare dello scandalo di *Star Wars*, però anche lì all'inizio era impossibile fisicamente riuscire ad ottenere certe cose in un tempo ragionevole senza spendere soldi veri e gran parte degli oggetti ti aiutavano a vincere. La EA è proprio una di quelle case produttrici immorali. Poi ti chiedi perché paesi come il Belgio hanno bandito certi tipi di microtransazioni.

Allegato 13: Trascrizione intervista 9 del 30.07.2019

- *Quanti anni hai?*

18 anni.

- *Da quanti anni giochi ai videogiochi e agli MMORPG in particolare?*

Direi 11 anni, agli MMO saranno 4 al massimo.

- *Quante ore giochi a settimana in media ai videogiochi e quante di queste dedichi agli MMORPG?*

Se sono a scuola di solito non gioco tanto, se facciamo una media adesso in estate direi 10 ore. Agli MMO gioco raramente adesso, al massimo 2 ore.

- *Perché in generale ti piace giocare ai videogiochi?*

Posso fare cose che non posso nella vita vera. È anche per lo stesso motivo per cui leggo libri o guardo i film, per vedere storie nuove e cose del genere.

- *Cosa ti piace in particolare degli MMORPG?*

Direi la libertà che ti danno e la grandezza del mondo di gioco. C'è sempre qualcosa da fare ed eviti così di stancarti facilmente.

- *All'interno del gioco cosa ti piace invece fare che ti diverte?*

Principalmente seguo la storia principale perché è lo scopo primo del gioco in teoria. Però di solito quando gioco ad un MMO o un RPG faccio prima tutte le missioni secondarie e poi seguo la storia principale perché non voglio perdermi niente.

- *Ti piace quindi calarti completamente nella trama principale del gioco e nel personaggio, praticando anche il gioco di ruolo?*

Sì. Mi piace scoprire storie nuove, capire tutto quello che ci sta dietro e capire come continuerà. È un po' appunto come guardare un film o leggere un libro. Mi piace anche creare più personaggi con personalità diverse per potermi rimmergere nel gioco e provare tutte le varie alternative.

- *Quando giochi, tu cerchi di essere la migliore, avere successo e completare obiettivi?*

Diciamo che l'unica cosa che provo a fare è quella di completare gli obiettivi, soprattutto negli RPG a giocatore singolo. Negli MMO un po' di meno perché è molto impegnativo e prende molto più tempo, ma rimane comunque una delle cose che cerco di fare di più. Mi dà l'impressione di aver giocato tutto il gioco, nel senso che non voglio lasciarlo lì a metà.

- *Lo fai anche per competere con qualche tuo amico?*

No, non direi. Lo faccio per me, non c'è una voglia di competere con gli altri anche perché non conosco molta gente fanatica di videogiochi quanto me.

- *Ti interessa esplorare il mondo di gioco e la sua storia al di fuori della trama principale?*

Sì tantissimo. Prima di dedicarmi alla trama principale mi concentro appunto a finire le missioni secondarie e ad esplorare tutto il mondo di gioco. Gli MMO hanno delle ambientazioni fantastiche, mi piace andare a visitarle, anche se non c'è niente, solo perché è bello vederle. È una cosa che mi rilassa. In altri giochi come *Assassin's Creed: Origins* o *Red Dead Redemption* dove l'ambientazione è più o meno realistica, proprio a livello di mondo reale, è bello esplorare il mondo perché è come visitare un paese nuovo.

- *Vale anche per la storia?*

La storia di sottofondo mi interessa per capire meglio quella principale del gioco. Non mi piace prestare attenzione solo alle cose più ovvie, ma anche a quelle un po' più superficiali.

- *Socializzare con gli altri giocatori nel gioco per te è fondamentale?*

No anche perché di solito non c'è una grande socializzazione. La maggior parte delle volte incontri gente che ti insulta e basta. Se gioco insieme a qualcuno è con i miei amici che hanno i miei stessi giochi. Con perfetti estranei non mi capita quasi mai di socializzare volontariamente. Anni fa ci ho provato, ma per la maggior parte ho incontrato solo bambini che urlavano e basta. È molto più divertente giocare con persone che conosci.

- *Trovi piacevole invece interferire nelle attività degli altri giocatori o a dare fastidio in generale?*

No, è fastidiosissimo. Mi danno fastidio le persone che fanno così. Per farti un esempio, una volta non riuscivo ad iniziare una missione perché c'erano sempre degli stupidi bambini che continuavano ad uccidermi. Non provo alcun piacere a farlo io agli altri.

- *Qual è quindi l'aspetto più importante di un videogioco che ti permette di divertirti?*

Direi la storia e l'immersione, sicuramente.

- *Adesso ti farò un piccolo test per determinare a grandi linee la tua personalità da giocatore. Ti leggerò 10 situazioni tipiche da MMORPG e tu dovrai dirmi su una scala da 1 a 5 quanto sei d'accordo con l'affermazione. 1 è "in completo disaccordo", 2 "in disaccordo, 3 "neutrale", 4 "d'accordo" e 5 "completamente d'accordo".*

(Di seguito sono riportate unicamente le risposte date e i punteggi ottenuti. Le situazioni poste durante il test sono disponibili nell'Allegato 3).

Situazione	Risposta	Punteggio ottenuto
1) Achiever vs Explorer	Completamente d'accordo	+3 Explorer
2) Achiever vs Killer	In disaccordo	+2 Achiever / +1 Killer
3) Achiever vs Socializer	Neutrale	+1 Achiever / +1 Socializer
4) Achiever vs Role-Player	Completamente d'accordo	+3 Role-Player
5) Explorer vs Killer	In completo disaccordo	+3 Explorer
6) Explorer vs Socializer	In disaccordo	+2 Explorer / +1 Socializer
7) Explorer vs Role-Player	D'accordo	+1 Explorer / +2 Role-Player
8) Killer vs Socializer	Completamente d'accordo	+3 Socializer
9) Killer vs Role-Player	Completamente d'accordo	+3 Role-Player
10) Socializer vs Role-Player	Completamente d'accordo	+3 Role-Player
Risultato del test		
Achiever	3 punti	10%
Explorer	9 punti	31%
Socializer	5 punti	17%
Killer	1 punto	4%
Role-Player	11 punti	38%

(Al termine del test sono state spiegate le caratteristiche di ogni categoria)

- *Ritieni che il risultato del test rispecchi le tue motivazioni di gioco?*

Sì, mi aspettavo qualcosa del genere mentre mi spiegavi le categorie.

- *Restando adesso in tema MMORPG e microtransazioni, parlami adesso dei vari oggetti virtuali che hai acquistato, spiegandomi il perché li hai comprati e se riesci anche con quale frequenza. Ti pregherei di tralasciare l'aspetto economico e di concentrarti soprattutto sulla loro influenza o utilità rispetto alle tue motivazioni di gioco.*

In generale, ho comprato diverse espansioni per diversi giochi. Ho preso ad esempio le espansioni di *The Sims* perché senza è un gioco veramente povero e triste. Ci giochi per qualche ora e hai già praticamente fatto e visto tutto. Ho preso anche le espansioni di *The Witcher* perché è un gioco che mi è piaciuto veramente tanto. L'ho completato tutto e mi piaceva l'idea di poter giocare ancora e fare altre cose nuove. Dopo un po' ti accorgi che a furia di rigiocarci più volte senti che stai facendo le stesse cose, quindi queste espansioni ti ampliano le possibilità di gioco e secondo me è una cosa bella. Anche in *Assassin's Creed: Origins* ho preso le espansioni che aggiungevano nuove zone da esplorare intorno all'Egitto.

Negli MMO invece ne ho presi molto meno perché gioco soprattutto a quelli F2P e i contenuti aggiuntivi o non esistono o vengono inseriti nel gioco con gli aggiornamenti e quindi non devi pagarli. Altre cose che ho comprato sono le *loot box* proprio perché avevo ancora qualche soldo in giro. Altro sinceramente non mi viene in mente.

- *Per la mia tesi ho individuato in totale otto categorie di oggetti virtuali nel quale è possibile imbattersi negli MMORPG e in parte anche in altri giochi. Su una scala da 1 a 5, dove 1 è "per nulla", 2 è "poco", 3 "abbastanza", 4 "molto" e 5 "moltissimo", quanto saresti incline ad acquistare degli oggetti appartenenti alle varie categorie e perché?*
  Come prima categoria ci sono le monete virtuali come le monete d'oro che puoi guadagnare normalmente giocando.

Abbastanza (3). Qualche anno fa in un gioco le ho prese perché era uno di quei classici giochi che per avanzare ti serviva un risorsa particolare, ma per averla dovevi comprarla con le monete d'oro che guadagnavi giocando. Se ti finivano i soldi dovevi aspettare e io volevo andare avanti più velocemente nel gioco e quindi compravo le monete.

- *Era in un MMO?*

No, però mi è capitato anche negli MMO di prenderle sempre per una ragione simile e penso che lo rifarei senza problemi nel caso si ripetesse la situazione.

- *Come seconda categoria ci sono gli oggetti cosmetici.*

Poco (2). Non spendo tanti soldi per comprare cose estetiche. Lo faccio soltanto quando c'è qualcosa che proprio mi piace e la voglio proprio tanto. Negli MMO e negli RPG è solo una questione di bellezza, ma ci altri giochi come *Fortnite* dove se non usi o compri delle *skin* diverse da quelle di base vieni considerato un nabbo. In quei casi vieni quasi obbligato a comprare cose del genere perché altrimenti i tuoi compagni di squadra ti prendono in giro e non è più divertente giocare.

- *Andando avanti ci sono gli oggetti funzionali o di confort, ovvero tutte quelle cose che ti rendono il gioco meno tedioso al di fuori del combattimento come ad esempio gli spazi in più nella borsa, le cavalcature e così via.*

Per nulla (1). Li trovo una cosa inutile. Mi piace concentrarmi sulla storia e sull'esplorazione e anche se c'è un'attività in mezzo un po' noiosa o ripetitiva, preferisco ancora farmela perché altrimenti se la salto mi sembra di rompere l'immersione che ho nel gioco.

- *Adesso abbiamo gli oggetti potenzianti, ovvero tutto ciò che ti aumenta l'attacco o la difesa in modo permanente o temporaneo. Possono anche esserci oggetti già fatti che potrebbero essere più forti di quelli che ottieni giocando normalmente, quindi i cosiddetti Pay-to-Win.*

Per nulla (1). Non li comprerei perché mi sembra di usare i trucchi. Secondo me è bello giocare ad un gioco con le proprie abilità. Se non sei capace a giocare, tutti i giochi hanno i vari livelli di difficoltà facile, medio e difficile. Se non riesci a giocare ai livelli alti, abbassi la difficoltà. Gli MMO organizzano la difficoltà in modo diverso, tipo che l'esplorazione delle zone aperte è il contenuto facile mentre i *dungeon* o i *raid* sono molto più difficili e spesso richiedono coordinazione con un gruppo. Anche in questi casi, piuttosto che pagare per diventare più forte resti nelle zone aperte ad allenarti finché non diventi bravo. Rimane comunque il fatto che l'essere forte è diverso dall'essere bravo negli MMO, quindi secondo me comprare degli oggetti per facilitare l'esperienza di gioco è triste.

- *Cosa mi dici invece degli oggetti acceleratori o booster che ti aumentano l'esperienza guadagnata o la probabilità di trovare oggetti rari o soldi?*

Anche qui per nulla (1). È un po' come prima, mi sembra di usare dei trucchi. Anche se mi interessa progredire nel gioco, voglio farlo con le mie forze. Pagare per aumentare di livello più in fretta o per trovare oggetti migliori non ne vale la pena. Se consideri poi che la maggior parte dei *booster* sono temporanei, quello che potresti trovare o guadagnare in quello spazio di tempo non ne vale di certo la pena.

- *Quanto sei incline invece ad acquistare oggetti sociali che ti permettono di interagire con gli altri giocatori in modo amichevole come le emote, i fuochi d'artificio, le animazioni e così via?*

Abbastanza (3). Mi è capitato ogni tanto di comprare oggetti del genere in un MMO e anche in altri giochi, tipo dei balletti stupidi. Sono divertenti da usare con gli amici o con altri giocatori online a caso. Sono un metodo alternativo per passare un po' il tempo, specialmente nei momenti inframezzo ad esempio delle missioni o mentre aspetti l'orario degli aggiornamenti.

- *Queste le hai accennate prima, cosa mi dici invece sulle loot box?*

Poco (2) anche se un paio le ho comprate e lo rifarei probabilmente, ma solo in quei giochi che mi piacciano davvero e che so che continuerò a giocare. Le compro di solito quando sono in promozione e ho ancora qualche franco in giro.

- *Come ultima categoria abbiamo infine i contenuti aggiuntivi come i DLC e le espansioni di cui mi parlavi all'inizio.*

Moltissimo (5). Non mi farei alcun problema a comprarli subito appena escono se la storia e il mondo di gioco mi prendono tantissimo.

- *Per concludere l'intervista, qual è la tua opinione in generale in merito alle microtransazioni?*

In generale non mi danno fastidio. Se vuoi comprarle le compri, se non vuoi non farlo. Posso però immaginare il genitore di turno che si ritrova il bambino che compra le cose di nascosto e non se ne rende conto finché non gli arriva la notifica della carta di credito. Mia madre a me aveva bloccato la carta una volta per questo e da allora mi sono data una regolata. Non sono né contro né pro, a me non danno fastidio. Se ho un po' di soldi e voglio spendere in quello lo faccio, se non li ho non lo faccio.

- *C'è qualcosa di particolare che apprezzi o detesti del sistema?*

Mi danno un po' fastidio quando per essere forte e abile in un gioco devi per forza acquistare qualcosa. Se non compri niente non sei forte. Se le cose rimangono invece estetiche mi va bene, perché alla fine non danno niente in più se non un aspetto diverso. Mi piace tantissimo invece quando espandono la storia principale dopo che è finita. DLC ed espansioni se le consideri come microtransazioni sono positive perché ti permettono di ritornare nel gioco dopo che l'hai finito.

Allegato 14: Trascrizione intervista 10 del 31.07.2019

- *Quanti anni hai?*

26 anni.

- *Da quanti anni giochi ai videogiochi e agli MMORPG in particolare?*

Ho iniziato circa a 10 anni, quindi quest'anno saranno 17 anni che gioco. Agli MMORPG ho iniziato più o meno 4 anni fa dopo che un mio amico mi ha fatto provare *Wildstar*.

- *Quante ore giochi a settimana in media ai videogiochi e quante di queste dedichi agli MMORPG?*

Normalmente gioco direi circa 20 ore in totale e penso che la metà siano dedicate agli MMORPG. Il resto del tempo lo uso per *League of Legends* e *PUBG*.

- *Perché in generale ti piace giocare ai videogiochi?*

Io gioco soprattutto online perché voglio interagire con gli altri giocatori e lavorare insieme verso qualcosa di difficile. Il bello di oggi è che con internet puoi incontrare un sacco di nuova gente e fare nuove amicizie senza dover uscire di casa e allo stesso tempo puoi trovare qualcuno su cui sfogarti. Poi rimane comunque il fatto che i videogiochi sono un modo per passare il tempo come i film e i libri, quindi quando non ho niente da fare mi ritrovo ad accendere il computer e a giocare.

- *Cosa ti piace invece in particolare degli MMORPG?*

Mi piace appunto interagire con gli altri e negli MMO è possibile trovare molta più gente con cui parlare rispetto a magari ad un MOBA o un *battle royale* dove tutti sono concentrati a giocare e non vogliono perdersi via in altro. Negli MMO invece sei più tranquillo. Una delle prime cose che faccio è di entrare in una gilda in modo da avere qualcuno con cui parlare e chiedere aiuto e appena inizio a prendere domestichezza con il gioco punto ad entrare in quelle gilde da elitisti che si dedicano ai *raid* o ai *dungeon* più difficili del gioco. È pieno di gente tossica, ma a me piace troppo dedicarmi a completare quei contenuti difficilissimi che in pochi riescono a battere. Poi dopo un po' ti ci abitui ai compagni che ti urlano dietro e senza rendertene conto inizi a farlo anche tu.

- *Quindi per te è più importante socializzare con gli altri oppure essere il migliore e avere successo?*

Direi che sono due cose bilanciate. Da una parte quando sono annoiato nel gioco cerco di avviare qualche conversazione con i membri della mia gilda oppure di andare a fare qualcosa di leggero insieme. Dall'altra invece quando sono più carico mi dedico tantissimo a quella cosa di essere il migliore e completare obiettivi. L'idea di essere migliore degli altri e di poterlo mostrare in giro è divertente e mi fa sentire bene. Rimane comunque da considerare che è una cosa alla quale bisogna dedicare molto tempo. Ogni sabato pomeriggio c'è l'incontro fisso per andare a fare tutti i *raid* del gioco e tu ti devi presentare sempre con l'equipaggiamento aggiornato e al massimo livello e sapere bene le meccaniche del boss, altrimenti ti sbattono fuori subito. Ti direi quindi che sono due cose bilanciate, in un modo o nell'altro mi diverto.

- *Ti interessa invece esplorare il mondo di gioco e conoscere la sua storia al di fuori della trama principale?*

Non è qualcosa che faccio attivamente. Se esploro il mondo è perché mi serve qualcosa di particolare per completare qualche obiettivo o per migliorare il mio equipaggiamento, altrimenti lo evito. Capita magari che vado in giro con qualcuno per aiutarlo a completare l'esplorazione della zona, ma lo faccio perché nel frattempo scambiamo due chiacchere, non per altro. Anche l'altra cosa che dicevi, la storia al di fuori della trama principale, non è qualcosa di mio interesse. È già un casino informarsi su tutti i cambiamenti nelle rotazioni delle abilità dopo un aggiornamento, se devo mettermi anche a leggere altre cose che non mi servono non mi salvo più.

- *La stessa cosa vale per la trama principale?*

Sì decisamente. È solo una cosa di contorno a parare mio. Lo scopo di un MMO è farti giocare con gli altri, non farti giocare da solo per una storia spesso blanda.

- *Posso quindi dedurre che non ti interessa nemmeno giocare di ruolo con i tuoi personaggi?*

Sì esatto. Ogni tanto vedo delle persone in una delle città principali che parlano fra di loro come se fossero parte del mondo e sinceramente lo trovo un po' ridicolo. Però può darsi che dica così per via dell'età, se fossi più piccolo probabilmente lo farei anch'io perché sarei più curioso e stupido.

- *Come ultima domanda riguardo al perché giochi, trovi piacevole interferire nelle attività degli altri giocatori o a dare fastidio in generale?*

Per quanto io cerchi di diventare amico con tutti, in realtà sono anche un po' s******. Fra membri della gilda tendiamo a infastidirci e a prenderci in giro perché ormai siamo amici, ma scommetto che c'è qualcuno, me compreso, che lo fa per sfogarsi per tutte le cose che si dicono durante i *raid*. Ogni tanto la situazione in *chat* degenera e finisce che litighiamo fra di noi. Almeno siamo capaci a chiedere scusa.

- *E con giocatori che invece non conosci o che non sono parte della tua gilda?*

Sì, capita spesso che in gruppo andiamo ad attaccare qualche nabbo di soppiatto nelle zone di basso livello oppure a bloccare il passaggio agli altri con certe abilità speciali. Non sembra, ma è anche un metodo che usiamo per arruolare nuovi giocatori. Andiamo, attacchiamo, scherziamo un po' con lui e diventiamo amici. Qualcuno siamo riusciti a farlo entrare nella gilda e adesso partecipano anche loro a queste imboscate. Da solo lo faccio di meno perché non c'è nessuno con cui dividere la colpa, però ammetto che rimane comunque divertente.

- *Adesso ti farò un piccolo test per determinare a grandi linee la tua personalità da giocatore. Ti leggerò 10 situazioni tipiche da MMORPG e tu dovrai dirmi su una scala da 1 a 5 quanto sei d'accordo con l'affermazione. 1 è "in completo disaccordo", 2 "in disaccordo, 3 "neutrale", 4 "d'accordo" e 5 "completamente d'accordo".*

(Di seguito sono riportate unicamente le risposte date e i punteggi ottenuti. Le situazioni poste durante il test sono disponibili nell'Allegato 3).

Situazione	Risposta	Punteggio ottenuto
1) Achiever vs Explorer	In completo disaccordo	+3 Achiever
2) Achiever vs Killer	In disaccordo	+2 Achiever / +1 Killer
3) Achiever vs Socializer	Neutrale	+1 Achiever / +1 Socializer
4) Achiever vs Role-Player	In completo disaccordo	+3 Achiever
5) Explorer vs Killer	Completamente d'accordo	+3 Killer
6) Explorer vs Socializer	Completamente d'accordo	+3 Socializer
7) Explorer vs Role-Player	Neutrale	+1 Explorer / +1 Role-Player
8) Killer vs Socializer	D'accordo	+1 Killer / +2 Socializer
9) Killer vs Role-Player	In disaccordo	+2 Killer / +1 Role-Player
10) Socializer vs Role-Player	In completo disaccordo	+3 Socializer
Risultato del test		
Achiever	9 punti	32%
Explorer	1 punto	4%
Socializer	9 punti	32%
Killer	7 punti	25%
Role-Player	2 punti	7%

(Al termine del test sono state spiegate le caratteristiche di ogni categoria)

- *Ritieni che il risultato del test rispecchi le tue motivazioni di gioco?*

Sì, purtroppo. Speravo non si vedesse così tanto il Killer.

- *Stando in tema MMORPG, parlami adesso dei vari oggetti virtuali che hai acquistato, spiegandomi il perché li hai comprati e se riesci anche con quale frequenza. Ti pregherei di tralasciare l'aspetto economico e di concentrarti soprattutto sulla loro influenza o utilità rispetto alle tue motivazioni di gioco.*

Allora posso dirti di avere acquistato molte cose. Sicuramente come tante altre persone non mi faccio problemi a comprare le *skin* e tutte quelle cose per cambiare l'aspetto ai miei personaggi. Direi che te ne acquisto almeno una al mese. Il perché è legato sia al voler socializzare sia all'essere migliore per così dire. Le *skin* a pagamento ritengo che siano ancora viste con un certo grado di ammirazione dagli altri, perché, almeno io, sono cose che normalmente compreresti dopo un po' di tempo che giochi e ti sei ormai convinto che ci giocherai ancora. Chi è che acquista una *skin* o qualsiasi cosa in generale di microtransazioni nelle prime settimane di gioco che non sa ancora per certo quanto gli piace? Aspetto sempre qualche mese prima di darmi agli acquisti.

- *E perché le compri anche per socializzare?*

Ogni tanto capita che la gilda organizzi qualche party o contest nel gioco e talvolta ci piace vestirci in modo uguale e stupido. Nel *cash shop* si trovano spesso quei vestiti stupidi che non hanno alcun senso con il gioco e non costano niente e quindi li compriamo. È un modo per sentirsi parte di un'altra famiglia.

- *Altri oggetti che hai acquistato?*

Ho comprato degli spazi aggiuntivi per l'inventario dei miei personaggi e anche per il magazzino condiviso perché giocando tanto ai *raid* hai bisogno degli equipaggiamenti di riserva per adattarti al boss o sostituire un altro giocatore, tipo quello che cura il party. Dopo un po' inizi ad averne troppi di questi set alternativi e non sai più dove cacciarli. Poi ho diciamo dovuto comprare le espansioni di certi MMO a pagamento perché aggiungevano nuovi *raid* o equipaggiamenti necessari ad avere il personaggio ottimizzato. Altro che ho comprato ora non mi viene in mente.

- *Negli altri generi di giochi, tendi ad acquistare le stesse tipologie di oggetti? C'è qualcosa che compreresti di più o di meno?*

Al di fuori degli MMO, io gioco a *League of Legends* e *PUBG* e lì la maggior parte delle microtransazioni sono cose cosmetiche. Anche lì le compro alla fine per gli stessi motivi degli MMO: per distinguermi, farmi ammirare e fare gruppo.

- *Per la mia tesi ho individuato in totale otto categorie di oggetti virtuali nel quale è possibile imbattersi negli MMORPG e in parte anche in altri giochi. Su una scala da 1 a 5, dove 1 è "per nulla", 2 è "poco", 3 "abbastanza", 4 "molto" e 5 "moltissimo", quanto saresti incline ad acquistare degli oggetti appartenenti alle varie categorie e perché?*
  Per iniziare abbiamo le monete virtuali come ad esempio l'oro che puoi guadagnare normalmente giocando.

Direi abbastanza (3) perché in qualche occasione adesso che ci penso le ho prese. La maggior parte delle volte è perché mi serviva qualcosa urgentemente da un altro giocatore per potenziare il mio personaggio che non c'era però nel *cash shop* e quindi dovevo pagare con quelle. Una volta invece le ho comprate per regalarle ad un mio amico che aveva appena iniziato il gioco e volevo dargli una mano per farlo arrivare in fretta al mio livello così da poterci dedicare ai contenuti più difficili.

- *Anche se ne abbiamo già discusso, quanto sei incline invece ad acquistare gli oggetti cosmetici?*

Moltissimo (5). Sono una delle cose che acquisto di più.

- *Cosa mi dici invece degli oggetti funzionali o di confort che ti facilitano il gioco al di fuori del combattimento? Come lo spazio aggiuntivo nell'inventario che dicevi prima.*

Molto (4) per via appunto della necessità di avere più set per miei personaggi. Però ci sono anche altre cose che mi sono tornate utili ma non le ho acquistate con soldi veri perché era possibile ottenerle senza pagare. Ad esempio ci sono dei teletrasporti per accedere ad aree dove puoi trovare tutte le tipologie di mercanti del gioco e stazioni per il *crafting* oppure certi giochi hanno aggiunto i cavalli per andare più veloce, ma so che ce ne sono altri dove devi comprarteli con soldi veri. Se non fosse possibile ottenerli giocando, probabilmente li comprerei perché mi fanno risparmiare tempo e velocizzo così il potenziamento del personaggio.

- *Prossima categoria sono gli oggetti potenzianti, ovvero tutto ciò che ti aumenta attacco o difesa in modo permanente o temporaneo. Possono anche esserci oggetti già fatti che potrebbero essere più forti di quelli ottenibili giocando.*

Ti dico poco (2), però non mi è mai capitato di acquistarli. Giocando comunque tanto non sono mai arrivato al punto di dover pagare per restare al passo degli altri, ma se dovesse capitare probabilmente lo farei.

- *Li compreresti per battere più facilmente altri giocatori nel PvP o quando li attacchi di soppiatto?*

No, assolutamente. Il PvP in generale negli MMO è già abbastanza sbilanciato così, ma se poi permettono alle persone di comprare la potenza diventa il caos. Quando attacco gli altri giocatori per la maggior parte delle volte sono in gruppo con qualcuno e puntiamo a chi è debole, quindi non sarebbe necessario. Ma in ogni caso se crea squilibrio nel gioco non compro nulla.

- *Per quanto riguarda gli acceleratori o i booster dell'esperienza o che incrementano la probabilità di oggetti rari che mi dici? Sei incline a prenderli?*

Questi già un po' di più, quindi fai 3, abbastanza. Ho comprato alcuni di quelli che aumentano l'esperienza quando hanno aumentato il livello massimo dei personaggi dopo il rilascio di un'espansione. Lì mi serviva arrivare in fretta al massimo della potenza per poter continuare a fare i *raid* e non avevo molto tempo per arrivarci normalmente. Altri tipi di *booster* non ne ho comprati, però vedo certi compagni che li usano spesso durante i *raid* perché molti oggetti rari si trovano lì.

- *Quanto sei incline invece ad acquistare oggetti per interagire amichevolmente con gli altri? Tipo fuochi d'artificio, palloncini d'acqua, animazioni o emote e così via.*

Molto (4) e adesso che mi ci fai pensare qualcuno l'ho comprato in passato. La *chat* è bella fino ad un certo punto, ma niente può battere il vedere tua gilda che fa una danza sincronizzata in mutande. Durante il compleanno del capo gilda abbiamo organizzato un mega party nel gioco e un piccolo gruppetto di membri, me compreso, ha comprato diverse cose decorative come appunto i fuochi d'artificio per fare da coreografia alla danza. È stato un evento unico e ogni tanto ci riproviamo a rifarlo. In *League of Legends* compro di più questo genere di cose, in particolare le *emote* perché le uso dopo aver battuto qualcuno e vantarmi e farlo così arrabbiare di più.

- *Quanto sei incline invece ad acquistare le loot box, ovvero quegli scrigni dal contenuto casuale?*

Poco (2), decisamente. Le poche volte che le ho prese era perché avevo ancora qualche corona o gemma (monete *premium*) in giro e non potevo prendere altro. Di base non mi piace spendere soldi per qualcosa di casuale, preferisco spendere un po' di più e avere precisamente quello che voglio. Poi se consideri che la maggior parte delle cose si possono trovare al loro interno si possono prendere anche senza pagare, non ne valgono così tanto la pena.

- *Infine ci sono i DLC e le espansioni, cosa mi dici su queste?*

Poco (2) anche qui perché come ti dicevo prima ogni tanto mi sento obbligato a comprarle per poter continuare a giocare con gli altri e restare al passo con loro ed accedere ai nuovi *raid*. Le parti della storia e le nuove mappe non mi interessano.

- *Per concludere l'intervista, qual è la tua opinione in generale sul modello delle microtransazioni?*

Dipende tanto dal gioco, ma in generale penso che siano una buona cosa sia per i giocatori che per le case sviluppatrici. Di per sé se noi giocatori compriamo microtransazioni stiamo dando più soldi a loro per poter aggiornare e tenere in vita il gioco e allo stesso tempo sviluppare un *sequel*. Noi in cambio abbiamo delle cose in più che ci possono migliorare l'esperienza di gioco se lo vogliamo. Alla fine le microtransazioni sono opzionali, siamo noi che ci sentiamo ogni tanto in obbligo a comprarle come appunto nel mio caso con le espansioni. Se però non mi interesserebbero così tanto i *raid* non le prenderei mai. È vero che dipende tanto da come vengono offerte le cose, ma rimane comunque una nostra scelta.

- *C'è qualcosa in particolare che apprezzi o detesti del sistema?*

Quando gli sviluppatori smettono di seguire la loro logica di fondo lo detesto. In certi MMO a pagamento all'inizio la maggior parte degli oggetti è possibile ottenerla senza pagare, ma dopo un paio d'anni vedi che sempre più oggetti vengono inseriti solo nel *cash shop* e mi danno l'idea che il gioco stia morendo. Mi piace invece che offrono oggetti molto variati. Quelli cosmetici ad esempio penso anche tu hai visto che sono molto diversi fra di loro in certi casi e vanno a soddisfare persone con gusti diversi. Ma se guadiamo anche quelli funzionali, sociali o i DLC, alla fine è sempre possibile trovare qualcosa che ti possa effettivamente servire e piacere.

Allegato 15: Sondaggio online e risultati

Di seguito è possibile consultare tutte le domande poste nel sondaggio online, la distribuzione assoluta per ogni risposta e la loro percentuale arrotondata all'intero. I testi fra parentesi quadre non erano visibili durante il sondaggio.

1) Giochi o hai mai giocato a videogiochi MMORPG?		
Risposte	*Frequenza*	*Percentuale*
Sì	513	100%
No [fine del questionario]	0	0%
2) Qual è il tuo genere?		
Risposte	*Frequenza*	*Percentuale*
Maschio	405	79%
Femmina	93	18%
Preferisco non specificarlo	9	2%
Altro (specificare)	6	1%
Tutti coloro che hanno indicato "altro" come risposta si sono definiti come genere "non-binario".		
3) Quanti anni hai?		
Risposte	*Frequenza*	*Percentuale*
< 16	9	2%
16 - 20	85	17%
21 - 40	373	73%
41 - 60	38	7%
> 60	8	1%
4) Sei attivo professionalmente?		
Risposte	*Frequenza*	*Percentuale*
Sì, a tempo pieno	230	45%
Sì, a tempo parziale	104	20%
No	179	35%
5) Sei uno studente?		
Risposte	*Frequenza*	*Percentuale*
Sì	203	40%
No	310	60%
6) In media, quante ore giochi in una settimana agli MMORPG?		
Risposte	*Frequenza*	*Percentuale*
< 1	5	1%
1 - 10	127	25%
11 - 20	193	37%
21 - 30	107	21%
> 30	81	16%
7) In media, quanto spendi in un mese in microtransazioni negli MMORPG?		
Risposte	*Frequenza*	*Percentuale*
Niente	178	35%
< $10	140	27%
$11 - $20	112	22%
$21 - $50	46	9%
> $50	37	7%

8) A quale/quali MMORPG ritieni di aver dedicato gran parte del tuo tempo di gioco?		
Lo scopo della domanda in questione era quello di avere un primo controllo sui rispondenti. Dato che era possibile rispondere liberamente ad essa, non verranno riportate le singole risposte ottenute. Fra i videogiochi MMORPG più citati si trovano tuttavia: World of Warcraft, Guild Wars 2, Black Desert Online, RuneScape, The Elder Scrolls Online e Final Fantasy XIV Online.		
9) Quanto è importante per te livellare il tuo personaggio il più velocemente possibile? [Achiever]		
Risposte	*Frequenza*	*Percentuale*
Per niente importante [+1 punto Achiever]	96	19%
Poco importante [+2 punti Achiever]	147	29%
Abbastanza importante [+3 punti Achiever]	171	33%
Molto importante [+4 punti Achiever]	63	12%
Estremamente importante [+5 punti Achiever]	36	7%
10) Quanto è importante per te far diventare potente il tuo personaggio? [Achiever]		
Risposte	*Frequenza*	*Percentuale*
Per niente importante [+1 punto Achiever]	28	5%
Poco importante [+2 punti Achiever]	71	14%
Abbastanza importante [+3 punti Achiever]	167	33%
Molto importante [+4 punti Achiever]	159	31%
Estremamente importante [+5 punti Achiever]	88	17%
11) Quanto è importante per te accumulare soldi, risorse o oggetti rari? [Achiever]		
Risposte	*Frequenza*	*Percentuale*
Per niente importante [+1 punto Achiever]	14	3%
Poco importante [+2 punti Achiever]	68	13%
Abbastanza importante [+3 punti Achiever]	145	28%
Molto importante [+4 punti Achiever]	196	38%
Estremamente importante [+5 punti Achiever]	90	18%
12) Quanto ti piace dominare/uccidere gli altri giocatori? [Killer]		
Risposte	*Frequenza*	*Percentuale*
Per niente [+1 punto Killer]	153	30%
Poco [+2 punti Killer]	148	29%
Abbastanza [+3 punti Killer]	81	16%
Molto [+4 punti Killer]	65	12%
Moltissimo [+5 punti Killer]	66	13%
13) Quanto spesso cerchi di provocare o irritare di proposito gli altri giocatori? [Killer]		
Risposte	*Frequenza*	*Percentuale*
Mai [+1 punto Killer]	312	61%
Raramente [+2 punti Killer]	136	26%
Ogni tanto [+3 punti Killer]	45	9%
Spesso [+4 punti Killer]	14	3%
Sempre [+5 punti Killer]	6	1%
14) Quanto ti piace fare cose che infastidiscono gli altri giocatori? [Killer]		
Risposte	*Frequenza*	*Percentuale*
Per niente [+1 punto Killer]	325	63%
Poco [+2 punti Killer]	126	25%
Abbastanza [+3 punti Killer]	42	8%
Molto [+4 punti Killer]	8	2%
Moltissimo [+5 punti Killer]	12	2%

15) Quanto ti piace esplorare ogni singola mappa o zona del mondo di gioco? [Explorer]		
Risposte	*Frequenza*	*Percentuale*
Per niente [+1 punto Explorer]	18	4%
Poco [+2 punti Explorer]	59	11%
Abbastanza [+3 punti Explorer]	96	19%
Molto [+4 punti Explorer]	141	27%
Moltissimo [+5 punti Explorer]	199	39%
16) Quanto ti piace scoprire missioni, NPC o luoghi che la maggior parte dei giocatori non conosce? [Explorer]		
Risposte	*Frequenza*	*Percentuale*
Per niente [+1 punto Explorer]	39	8%
Poco [+2 punti Explorer]	77	15%
Abbastanza [+3 punti Explorer]	100	19%
Molto [+4 punti Explorer]	124	24%
Moltissimo [+5 punti Explorer]	173	34%
17) Quanto ti piace conoscere la storia del mondo di gioco al di fuori della trama principale? [Explorer]		
Risposte	*Frequenza*	*Percentuale*
Per niente [+1 punto Explorer]	36	7%
Poco [+2 punti Explorer]	79	16%
Abbastanza [+3 punti Explorer]	113	22%
Molto [+4 punti Explorer]	135	26%
Moltissimo [+5 punti Explorer]	150	29%
18) Quanto è importante per te essere immerso in un mondo fantasy? [Role-Player]		
Risposte	*Frequenza*	*Percentuale*
Per niente importante [+1 punto Role-Player]	29	6%
Poco importante [+2 punti Role-Player]	70	14%
Abbastanza importante [+3 punti Role-Player]	118	23%
Molto importante [+4 punti Role-Player]	155	30%
Estremamente importante [+5 punti Role-Player]	141	27%
19) Quanto spesso inventi storie e personalità per i tuoi personaggi? [Role-Player]		
Risposte	*Frequenza*	*Percentuale*
Mai [+1 punto Role-Player]	174	34%
Raramente [+2 punti Role-Player]	105	20%
Ogni tanto [+3 punti Role-Player]	90	18%
Spesso [+4 punti Role-Player]	85	17%
Sempre [+5 punti Role-Player]	59	11%
20) Quanto spesso giochi di ruolo con i tuoi personaggi? [Role-Player]		
Risposte	*Frequenza*	*Percentuale*
Mai [+1 punto Role-Player]	259	51%
Raramente [+2 punti Role-Player]	110	21%
Ogni tanto [+3 punti Role-Player]	99	19%
Spesso [+4 punti Role-Player]	35	7%
Sempre [+5 punti Role-Player]	10	2%
21) Quanto ti piace chiacchierare o interagire amichevolmente con altri giocatori? [Socializer]		
Risposte	*Frequenza*	*Percentuale*
Per niente [+1 punto Socializer]	27	5%
Poco [+2 punti Socializer]	103	20%
Abbastanza [+3 punti Socializer]	167	33%
Molto [+4 punti Socializer]	143	28%
Moltissimo [+5 punti Socializer]	73	14%

22) Quanto ti piace giocare con gli altri in gruppo? [Socializer]		
Risposte	*Frequenza*	*Percentuale*
Per niente [+1 punto Socializer]	13	3%
Poco [+2 punti Socializer]	63	12%
Abbastanza [+3 punti Socializer]	156	30%
Molto [+4 punti Socializer]	153	30%
Moltissimo [+5 punti Socializer]	128	25%
23) Quanto ti piace aiutare gli altri giocatori? [Socializer]		
Risposte	*Frequenza*	*Percentuale*
Per niente [+1 punto Socializer]	9	2%
Poco [+2 punti Socializer]	31	6%
Abbastanza [+3 punti Socializer]	143	28%
Molto [+4 punti Socializer]	187	36%
Moltissimo [+5 punti Socializer]	143	28%
Le domande successive inerenti le otto categorie di oggetti virtuali sono state accompagnate da una breve descrizione e da una serie di esempi per chiarirne il contenuto ed evitare interpretazioni errate da parte dei rispondenti. Questi non sono stati riportati al fine di mantenere sintetici gli allegati e di fornire le parti essenziali del sondaggio.		
24) Con quale frequenza acquisti le monete tradizionali di un MMORPG?		
Risposte	*Frequenza*	*Percentuale*
Mai acquistate, non ho intenzione di farlo	199	39%
Mai acquistate, ma sarei incline a farlo	28	5%
Raramente (1-2 acquisti all'anno)	178	35%
Ogni tanto (1-2 acquisti al mese)	96	19%
Spesso (1-2 acquisti alla settimana)	12	2%
25) Con quale frequenza acquisti oggetti cosmetici per il tuo personaggio e il suo equipaggiamento?		
Risposte	*Frequenza*	*Percentuale*
Mai acquistati, non ho intenzione di farlo	96	19%
Mai acquistati, ma sarei incline a farlo	27	5%
Raramente (1-2 acquisti all'anno)	204	40%
Ogni tanto (1-2 acquisti al mese)	164	32%
Spesso (1-2 acquisti alla settimana)	22	4%
26) Preferisci acquistare skin coerenti oppure incoerenti con il mondo di gioco?		
Risposte	*Frequenza*	*Percentuale*
Skin coerenti	371	72%
Skin incoerenti	68	13%
Gli oggetti cosmetici non mi interessano	74	15%
27) Con quale frequenza acquisti oggetti funzionali o di confort che ti facilitano il gioco al di fuori del combattimento?		
Risposte	*Frequenza*	*Percentuale*
Mai acquistati, non ho intenzione di farlo	103	20%
Mai acquistati, ma sarei incline a farlo	61	12%
Raramente (1-2 acquisti all'anno)	229	45%
Ogni tanto (1-2 acquisti al mese)	103	20%
Spesso (1-2 acquisti alla settimana)	17	3%

28) (Opzionale) Quali oggetti funzionali o di confort acquisti maggiormente? [Domanda aperta]
Di seguito sono riportati gli oggetti più menzionati e le risposte più esaustive ottenute.
Spazio aggiuntivo nell'inventario/banca
Oggetti permanenti che sostituiscono quelli che necessitano di ricarica
Oggetti per muoversi velocemente (cavalcature, velocità corsa, teletrasporti)
Servizi di commercio (mercanti) e deposito (banca) accessibili in qualsiasi posto del mondo virtuale
Acceleratori dell'esperienza e aumenti istantanei di livello
Slot aggiuntivi per creare più personaggi/*avatar*
Raccoglitori automatici degli oggetti lasciati cadere dai nemici sconfitti
"I typically buy skins or quality of life items (such as increased bag space or other items that aid with inventory, item and character management). For skins I tend to buy these as gifts for my friends or (mainly) my partner. Quality of Life items I buy for myself and my partner as gifts."
"Bag/bank expansions, character (looks) kits, gathering tools, stuff like portable merchants. If I'm out exploring, I wanna carry everything on me, not traipse back to a merchant every 20 minutes."
"I mostly buy these things by converting gold to gems in GW2 as opposed to spending real money (although I have a couple times), but bank tab expansions I've bought a lot, and permanent gathering tools and a permanent salvage kit are on my to do list"
"Speaking from the perspective of GW2, Salvage-o-Matics and Shared Inventory Slots. Permanent and useful QoL increases are always my go-to purchases if I choose to participate in MTX"
"In Neverwinter I sometimes buy coalescent wards (100% upgrade tokens) from the ZEN store when there's a discount. Also I'm a mount collector, so I've bought some zen exclusive mounts as well. Also i buy keys to gamble on lockboxes since I'm addicted, but i have a monthly limit."
"I would buy a quest but not the quest reward. The quest is what's important and gives value to the rewards."
"Subscription based bonuses, like exp or drop rates. Flyff it would be all the equip scrolls and gear. I'd say not often bought, just spending a big amount once per month."
"Only needed to buy it once but buying the banker NPC in Elder Scrolls Online was by far the best crown store purchase I've ever made"
"Anything that offers direct game play advantages is an abhorrent menace and aught to be removed with haste."
"Well for games like Path of Exile not quite a MMORPG it had to be stash tabs, Having more so you could keep hold of items that you could sell"
"Inventory or bank space, I hate managing it and many games purposefully don't give you enough space for free"

29) Con quale frequenza acquisti oggetti permanenti da inserire nell'equipaggiamento per aumentare attacco o difesa?		
Risposte	*Frequenza*	*Percentuale*
Mai acquistati, non ho intenzione di farlo	362	70%
Mai acquistati, ma sarei incline a farlo	70	14%
Raramente (1-2 acquisti all'anno)	50	10%
Ogni tanto (1-2 acquisti al mese)	19	4%
Spesso (1-2 acquisti alla settimana)	12	2%

30) Con quale frequenza acquisti oggetti temporanei per aumentare attacco o difesa?		
Risposte	*Frequenza*	*Percentuale*
Mai acquistati, non ho intenzione di farlo	429	84%
Mai acquistati, ma sarei incline a farlo	25	5%
Raramente (1-2 acquisti all'anno)	36	7%
Ogni tanto (1-2 acquisti al mese)	15	3%
Spesso (1-2 acquisti alla settimana)	8	1%

31) Con quale frequenza acquisti equipaggiamenti al massimo della potenza che non superano quelli ottenibili senza pagare?		
Risposte	*Frequenza*	*Percentuale*
Mai acquistati, non ho intenzione di farlo	408	80%
Mai acquistati, ma sarei incline a farlo	45	9%
Raramente (1-2 acquisti all'anno)	38	7%
Ogni tanto (1-2 acquisti al mese)	15	3%
Spesso (1-2 acquisti alla settimana)	7	1%

32) Con quale frequenza acquisti equipaggiamenti più potenti di quelli ottenibili senza pagare?		
Risposte	*Frequenza*	*Percentuale*
Mai acquistati, non ho intenzione di farlo	400	78%
Mai acquistati, ma sarei incline a farlo	54	10%
Raramente (1-2 acquisti all'anno)	37	7%
Ogni tanto (1-2 acquisti al mese)	15	3%
Spesso (1-2 acquisti alla settimana)	7	2%
33) Con quale frequenza acquisti oggetti che accelerano la progressione del personaggio?		
Risposte	*Frequenza*	*Percentuale*
Mai acquistati, non ho intenzione di farlo	319	62%
Mai acquistati, ma sarei incline a farlo	58	11%
Raramente (1-2 acquisti all'anno)	100	20%
Ogni tanto (1-2 acquisti al mese)	28	5%
Spesso (1-2 acquisti alla settimana)	8	2%
34) Con quale frequenza acquisti animazioni / Emoticon (danzare, sedersi, salutare, strumenti musicali, etc.)?		
Risposte	*Frequenza*	*Percentuale*
Mai acquistati, non ho intenzione di farlo	255	50%
Mai acquistati, ma sarei incline a farlo	89	17%
Raramente (1-2 acquisti all'anno)	128	25%
Ogni tanto (1-2 acquisti al mese)	34	7%
Spesso (1-2 acquisti alla settimana)	7	1%
35) Con quale frequenza acquisti oggetti che permettono combattimenti non letali fra giocatori (palle di neve, palloncini d'acqua, etc.)?		
Risposte	*Frequenza*	*Percentuale*
Mai acquistati, non ho intenzione di farlo	324	63%
Mai acquistati, ma sarei incline a farlo	107	21%
Raramente (1-2 acquisti all'anno)	63	12%
Ogni tanto (1-2 acquisti al mese)	12	2%
Spesso (1-2 acquisti alla settimana)	7	2%
36) Con quale frequenza acquisti oggetti che hanno effetti divertenti sugli altri giocatori (cambiarli il colore, trasformarli in animali, farli usare una specifica animazione, etc.)?		
Risposte	*Frequenza*	*Percentuale*
Mai acquistati, non ho intenzione di farlo	283	55%
Mai acquistati, ma sarei incline a farlo	118	23%
Raramente (1-2 acquisti all'anno)	81	16%
Ogni tanto (1-2 acquisti al mese)	25	5%
Spesso (1-2 acquisti alla settimana)	6	1%
37) Con quale frequenza acquisti le loot box o scrigni simili dal contenuto casuale?		
Risposte	*Frequenza*	*Percentuale*
Mai acquistati, non ho intenzione di farlo	213	42%
Mai acquistati, ma sarei incline a farlo	22	4%
Raramente (1-2 acquisti all'anno)	185	36%
Ogni tanto (1-2 acquisti al mese)	83	16%
Spesso (1-2 acquisti alla settimana)	10	2%

38) Quali tipi di oggetti vorresti ottenere da una loot box? [Risposta multipla]		
Risposte	*Frequenza*	*Percentuale*
Monete tradizionali	61	5%
Monete premium	143	11%
Oggetti cosmetici	283	22%
Oggetti funzionali o di confort	210	17%
Oggetti che conferiscono vantaggi in combattimento	62	5%
Oggetti che velocizzano la progressione del personaggio	79	6%
Oggetti per interagire con altri giocatori	147	12%
Le loot box non dovrebbero esistere	255	20%
Altro (specificare)	27	2%
Di seguito sono riportati gli oggetti più menzionati e le risposte più esaustive ottenute.		
Cavalcature e animali		
Qualsiasi oggetto che possa essere poi rivenduto per la moneta di gioco		
“Unique Skins or RNG Rare skins that may exist somewhere else in-game. Like black lion skins but I hate that it's 1 set every X months.”		
“EA type loot boxes shouldn`t exist. Cosmetic only loot boxes are ok.”		
“I'd rather buy a bundle or something that guarantees the item I want.”		
“Just very rare things. But it should also be accessible through normal gameplay or at least something similar.”		
“While I'm no fan of loot boxes as long as it doesn't give anyone an unfair advantage I'm okay with it.”		
“Loot boxes should never affect mechanics of the game only cosmetic.”		
“I prefer purchasing via a store over loot boxes but I'm alright with boxes that are cosmetic or at least don’t give any combat advantage.”		
39) Hai mai acquistato DLC e/o espansioni che aggiungono nuovi contenuti al gioco?		
Risposte	*Frequenza*	*Percentuale*
Sì, appena sono stati rilasciati (in meno di un mese)	329	64%
Sì, ma non subito al rilascio (dopo più di un mese)	137	27%
No, non ho intenzione di farlo	20	4%
No, ma sarei incline a farlo	27	5%
40) Quali sono i contenuti aggiuntivi più importanti che un DLC/espansione dovrebbe avere? [Risposta multipla]		
Risposte	*Frequenza*	*Percentuale*
Nuovi oggetti/equipaggiamenti rari	201	10%
Nuove classi/professioni/specializzazioni per il personaggio	356	18%
Nuove meccaniche di gioco	282	14%
Nuovi dungeon e raid	351	18%
Nuove zone aperte da esplorare	420	21%
Una continuazione alla trama principale del gioco	356	18%
Altro (specificare)	20	1%
Di seguito sono riportati gli elementi più menzionati e le risposte più esaustive ottenute.		
Nuove razze		
Nuovi contenuti per il PvP come mappe e modalità		
Non dovrebbero esistere		
“An "expansion pack" needs to basically build off the core game entirely.”		
“New content of any type in older maps/areas of the game.”		
“Stuff that doesn't make old content irrelevant.”		
“Revamped systems should they be flawed.”		
“Intricate side-quests with gear that's better for certain character specialisations. Optional and separate.”		
“Anything gameplay related but as long as the new items aren't pushing power creep and making us work hard to get the new BiS gear.”		
“Achievements & endgame goals for noncombat activities.”		

41) Sono più incline a giocare ad un gioco senza microtransazioni.		
Risposte	*Frequenza*	*Percentuale*
In completo disaccordo	17	4%
In disaccordo	33	6%
Neutrale	147	27%
D'accordo	139	27%
Completamente d'accordo	177	36%
42) Sono più incline ad effettuare una microtransazione in un Free-to-Play che in un Buy-to-Play o con un abbonamento mensile.		
Risposte	*Frequenza*	*Percentuale*
In completo disaccordo	65	13%
In disaccordo	56	11%
Neutrale	135	27%
D'accordo	157	30%
Completamente d'accordo	100	19%
43) Le microtransazioni dovrebbero limitarsi agli oggetti cosmetici.		
Risposte	*Frequenza*	*Percentuale*
In completo disaccordo	15	4%
In disaccordo	33	6%
Neutrale	70	12%
D'accordo	127	26%
Completamente d'accordo	268	52%
44) Abbandono il gioco se arrivo al punto di non poter più progredire/competere senza dover spendere soldi veri.		
Risposte	*Frequenza*	*Percentuale*
In completo disaccordo	13	3%
In disaccordo	24	5%
Neutrale	17	3%
D'accordo	70	13%
Completamente d'accordo	389	76%
45) Se fosse possibile guadagnare tutti gli oggetti a pagamento mentre gioco, non spenderei mai un centesimo.		
Risposte	*Frequenza*	*Percentuale*
In completo disaccordo	26	6%
In disaccordo	102	20%
Neutrale	95	19%
D'accordo	123	24%
Completamente d'accordo	167	31%
46) Trovo che le microtransazioni abbiano peggiorato la qualità dei videogiochi.		
Risposte	*Frequenza*	*Percentuale*
In completo disaccordo	28	6%
In disaccordo	89	17%
Neutrale	101	19%
D'accordo	143	26%
Completamente d'accordo	152	32%

Allegato 16: Riassunto di personalità e acquisti degli intervistati

Tabella riassuntiva delle personalità degli intervistati

Intervistato	Achiever	Explorer	Socializer	Killer	Role-Player
1	Secondario	Secondario	Principale	\	Principale
2	Principale	\	Secondario	Secondario	\
3	Secondario	Secondario	Secondario	\	Principale
4	Secondario	Principale	Secondario	\	Principale
5	Principale	Secondario	\	\	Principale
6	Principale	Secondario	Secondario	\	Secondario
7	Secondario	Principale	\	Secondario	Principale
8	Secondario	Secondario	Secondario	Secondario	Principale
9	Secondario	Principale	Secondario	\	Principale
10	Principale	\	Principale	Secondario	\

Fonte: elaborazione dell'autore.

Tabella riassuntiva degli acquisti e dell'inclinamento all'acquisto degli intervistati

	Monete virtuali		Oggetti cosmetici		Oggetti funzionali		Oggetti potenzianti		Oggetti acceleratori		Oggetti sociali		Loot box		Contenuti aggiuntivi	
Intervistato	Acquisti	Incline?	Acquisti	Incline?	Acquisti	Incline?	Acquisti	Incline?	Acquisti	Incline?	Acquisti	Incline?	Acquisti	Incline?	Acquisti	Incline?
1	No	Per nulla	Sì	Poco	No	Per nulla	No	Per nulla	No	Per nulla	No	Abbastanza	No	Per nulla	Sì	Moltissimo
2	No	Per nulla	Sì	Moltissimo	Sì	Molto	Sì	Abbastanza	Sì	Molto	No	Per nulla	Sì	Poco	No	Per nulla
3	No	Poco	Sì	Molto	Sì	Moltissimo	No	Poco	No	Poco	No	Per nulla	No	Per nulla	Sì	Moltissimo
4	No	Abbastanza	Sì	Moltissimo	Sì	Molto	No	Abbastanza	No	Molto	No	Per nulla	No	Poco	Sì	Moltissimo
5	No	Per nulla	Sì	Moltissimo	Sì	Molto	No	Per nulla	No	Per nulla	No	Per nulla	Sì	Poco	Sì	Moltissimo
6	No	Per nulla	Sì	Moltissimo	Sì	Molto	Sì	Molto	Sì	Molto	Sì	Poco	Sì	Poco	No	Per nulla
7	No	Abbastanza	Sì	Molto	No	Abbastanza	No	Per nulla	Sì	Abbastanza	No	Per nulla	Sì	Abbastanza	Sì	Moltissimo
8	No	Poco	Sì	Moltissimo	No	Poco	No	Poco	No	Per nulla	Sì	Molto	Sì	Molto	Sì	Moltissimo
9	Sì	Abbastanza	Sì	Poco	No	Per nulla	No	Per nulla	No	Per nulla	Sì	Abbastanza	Sì	Poco	Sì	Moltissimo
10	Sì	Abbastanza	Sì	Moltissimo	Sì	Molto	No	Poco	Sì	Abbastanza	Sì	Molto	Sì	Poco	Sì	Poco

Fonte: elaborazione dell'autore.