



GÖTEBORGS UNIVERSITET
HANDELSHÖGSKOLAN

Hur skapas marknader av deltagare i virtuella världar?

- En kvalitativ fallstudie i Entropia Universe

 hemnet



SkandiaMäklarna

NYPRODUKTION

☆ Spara 📄 Dela 🖼️ Alla bilder

**Köp din egen planet !
Lyxig virtuell planet
till salu**

**1 250 000
euro**

⚠️ Bevaka slutpriset

Kandidatuppsats i marknadsföring, 15hp
Handelshögskolan vid Göteborgs universitet
Företagsekonomiska institutionen
Vårterminen 2017

Författare:
Axel Wickman

Handledare:
Peter Zackariasson

Förord

Jag vill rikta ett tack till min handledare Peter Zackariasson som satte mig på rätt kurs och hjälpte mig att hitta ett intressant område. Intervjupersonerna ska även ha ett stort tack för att de tog sig tiden till att svara på frågor och bistå mig under studiens gång, utan er hade det inte varit möjligt att genomföra denna studie. Fia Schelander har varit outhärlig för mig i mitt arbete och förtjänar verkligen all tacksamhet, hennes motiverande och acceptans gjorde det möjligt att kämpa vidare. Slutligen ett tack till alla nära och kära som lyssnat och försökt bidra med så mycket som möjligt, jag är er evigt tacksam

Med vänliga hälsningar

Axel Wickman

Sammanfattning

Syftet med denna studie är att förstå hur deltagare i virtuella världar skapar marknader. För att besvara denna fråga har det också varit relevant att diskutera vad virtuella världar innebär, vad deltagare sysslar med och hur detta hänger ihop med marknadsfenomen. Tidigare forskning har inte diskuterat detta område och utifrån det valdes en abduktiv ansats där valet av teori fick växa fram under denna kvalitativa studie. För att begränsa omfånget något utgår denna studie ifrån den virtuella världen Entropia Universe, då denna värld är bekant för forskaren och innehar egenskaper som samlar fältet av virtuella världar. Genom netnografiska intervjuer och observationer identifierades det virtuella som flexibelt och att deltagarnas aktiviteter också var varierande, även inom samma sysselsättning. Detta medförde ett krav på en förklaringsmodell som är flexibel och som inkluderar variationer, därav framstod praktikteori som en relevant förklaringsmodell. För att sedan förklara marknaders skapande ytterligare antogs den marknadspraktiska modellen som gav en mer omfattande förklaring av hur deltagare skapar marknader i virtuella världar. Slutsatsen blir att den marknadspraktiska modellen visar hur marknader skapas kontinuerligt och kan därför inte förstås som något statiskt, interaktionen mellan deltagarna i den virtuella världen är det som skapar marknader och dess struktur, där det officiella forumet är en viktig plattform för diskussion.

Abstract

The purpose of this study is to understand how participants in virtual worlds co-create markets. In order to fulfill the purpose it has also been relevant to discuss the workings of virtual worlds, the activities of the participants and how these activities relate to the market phenomenon. Earlier research does not cover this purpose and this motivates the abductive approach that allowed the theoretical framework to emerge during this qualitative study. To limit the scope of this study, the study is based on the virtual world Entropia Universe, as this world is already familiar to the researcher and it possesses characteristics that aggregate the field of virtual worlds. Through netnographic interviews and observations the study identified the virtual aspects as flexible and the participants' activities were also diverse, even within the same activity. This required the theoretical framework to be flexible and able to account for variations, hence the choice of practice theory as a relevant framework. To further be able to explain the creation of markets this study adopts the market practice framework that enabled a more comprehensive explanation of how participants of virtual worlds create markets. The conclusion is that the market practice framework portrays how markets constantly are being created and therefore cannot be seen as something static, it is the interaction amongst the participants that creates the markets and their structures. The official forum plays an important role as a platform for discussion.

Innehåll

Förord.....	2
Sammanfattning.....	3
Abstract	4
1. Introduktion:.....	7
1.1 Inledning:.....	7
1.2 Problembakgrund:.....	7
1.3 Syfte:.....	8
1.4 Forskningsfrågor:.....	9
1.5 Avgränsningar:.....	9
1.6 Litteraturgenomgång:	9
2. Bakgrund:	13
2.1 Historia	13
2.2 Företagsmodell.....	13
2.3 Bortom den virtuella världen	14
3. Metod:.....	15
3.1 Metodens utgångspunkt.....	15
3.2 Primär samt sekundärdata	15
3.3 Netnografi.....	16
3.4 Intervju	16
3.5 Observationer:.....	16
3.6 Urval:	17
3.7 Genomförande:	17
3.8 Bearbetning av empiri	18
3.9 Etiska aspekter	19
3.10 Metodkritik.....	19
4. Teoretisk referensram:.....	21
4.1 Inledning.....	21
4.2 Konsumentpraktik	22
4.3 Marknadspraktik	23
4.4 Studiens förhållningssätt till den teoretiska referensramen.....	25
5. Resultat och analys.....	26
5.1 Presentation av intervjupersoner	26
5.2 Att förstå det virtuella	28

5.3 En varierad aktivitet	29
5.4 Konsument praktikteori i en virtuell värld	30
5.5 Virtuella marknadspraktik	32
5.5.1 Planet calypso forums roll	32
5.5.2 Utbytespraktik	33
5.5.3 Föreställande praktiker	33
5.5.4 Normaliserande praktiker	34
5.5.5 Översättningar mellan de tre praktikområdena	35
5.5.6 Sammanfattning av den marknadspraktikers relevans	36
6. Slutsats och framtida forskning	38
6.1 Slutdiskussion	38
6.2 Framtida forskning	39
7. Bilagor	40
7.1 Bilaga 1	40
7.2 Bilaga 2	43
7.3 Bilaga 3	45
8. Källförteckning	46

1. Introduktion:

Det första kapitlet behandlar studiens inledning följt av en problembakgrund varpå syfte samt forskningsfrågor följer. Det finns också ett avsnitt som behandlar litteraturgenomgången. Kapitlet avslutas med studiens avgränsningar .

1.1 Inledning:

Den digitaliseringsprocess som världen har anammat har beskrivits som en ny tidsepok i mänsklighetens historia (Smolak, 2015) . Det har medfört omfattande omställningar i de strukturer som omgärdar samhället, likväl har den enskilda individens liv allt mer kommit att karaktäriseras av en digital närvaro. Digitaliseringsprocessen har skapat nya möjligheter för företag och konsumenter där interaktionen mellan parter i princip är simultan.

Det som tidigare har setts som en dikotomi, det digitala separerat från det verkliga, har dock allt mer blivit ifrågasatt och gränsen mellan de två blir allt mer svårdefinierad. Det är dock ingen självklarhet när dikotomin försvann, snarare en process som innefattat en gradvis omställning. Vissa skeenden i processen kan ses som viktigare än andra för historiebeteckningen, t.ex. Pokemon GO's dramatiska succé under sommaren 2016 (Parkin, 2016) var ett tydligt exempel på ytterligare en förskjutning av digitalt kontra verklighet.

I samband med diskussionen kring digitalt kontra verklighet har begreppet virtuell verklighet växt fram och i förlängningen också begreppet virtuella världar. Definitionerna angående dessa begrepp återfinns senare i denna studie då det råder en diskussion kring dessa definitioner. För att inleda studien kan virtuella världar förstås som " (digitala) platser med en känsla av värld med objekt som deltagarna kan upptäcka och använda, samt att det delade sociala miljöer där användare kan interagera och kommunicera" (Boellstorff , 2012). Exempel på framgångsrika virtuella världar är bl.a. spelet World of Warcraft med över 12 miljoner unika konton och anses vara ett av spelvärldens mest framgångsrika projekt (Whynot, 2011). En annan framgångssaga i utvecklingen av virtuella världar är Second Life som huvudsakligen är en social värld som skapat rubriker i konstvärlden (Gavin & Wilton, 2013) och som trots ett minskat media intresse fortfarande är en aktiv värld med ett BNP på 5 miljarder per år (Weinberger, 2015).

Att de historiska framgångssagorna World of Warcraft samt Second Life allt mer porträtteras som det förflutna av medier, med begrepp som "förfallet av virtuella världar" (Orland, 2010) blir dock bilden av utvecklingen något onyanserad. Att virtuella verklighetsglasögon blev årets julklapp 2016 (TT, 2016) och den tidigare nämnda succén med Pokemon GO är indikationer på att virtuell verklighet fortfarande är relevant och i en utvecklingsfas. Genomslaget av bl.a. Facebook har påverkat Second Life ,men att avfärda virtuella världar som ett förlegat koncept ter sig i ljuset av virtuell verklighets framgångar som förhastat.

1.2 Problembakgrund:

Virtuella världar har medfört en rad nya marknader för så väl utvecklare av världar samt andra aktörer. Då allt fler spenderar tid online har det också medfört att dessa marknader kommit att innefatta en högre nivå av konsumtion och i förlängningen, ökat kapital i omlopp.

Majoriteten av alla virtuella världar är sociala, spel eller en kombination av de två där deltagarna i den virtuella världen kan konsumera och investera i virtuella objekt. Avsikterna med konsumtion

samt modellerna för detta skiljer sig åt och varierar från värld till värld. Det är dock inte av relevans för denna studie att närmare förstå dessa variationer då detta huvudsakligen är en fråga om speldesign. Det kommer kontinuerligt nya virtuella världar, enligt MMORPG.com (MMORPG.com, 2017) förväntas det släppas närmare 100 nya världar under 2017 och detta utgör endast de spelorienterade världarna. Statistiken över antalet nya världar ger en partiell bild av den marknad som finns, men indikerar ändå på vidden av den utveckling som sker av virtuella världar. Avsaknad av något centralt organ för virtuella världar medför att statistik inom virtuella världar som helhet saknas men uppskattningar av marknaden av virtuella objekt pekar mot ett värde på ca 150 miljarder kronor (Superdata, 2012) och det är en världsomspännande marknad fördelad på många aktörer. Det är därför av vikt att förstå hur dessa marknader med virtuella objekt och tjänster fungerar samt vad som är drivkraften bakom denna framväxt.

Virtuella produkter är som tidigare nämnt ett fenomen som uppstått i samband med digitaliseringen. Den tidigare distinktionen mellan produkt och tjänst i grad av abstraktion blir därför ifrågasatt. I förlängningen påverkar detta hur företag agerar och kräver därför utökad förståelse. Frågeställningar kring vad som innefattas i ett virtuellt objekt påverkar i hög grad hur marknadsföring bör bedrivas.

Handeln med virtuella objekt och tjänster i virtuella världar innefattar också olika aktörer och relationer mellan dessa, inom den virtuella världen men också utanför. De nätverk av aktörer som interagerar med varandra och de processer detta innefattar innebär inte nödvändigtvis något unikt *per se*, men i kontexten av virtuella världar, som är strukturerade och utvecklade av företag med vissa syften bidrar till en ny kombination som behöver utredas och förstås.

Sammanfattningsvis är alltså marknader i virtuella världar ett relativt nytt fenomen med nya produkter och nya kombinationer av förhållningssätt. I detta tar studien sin början i ett försök att vidare förstå hur dessa marknader fungerar och återskapas i virtuella världar genom att identifiera processer, aktörer och kombinationen mellan dessa.

1.3 Syfte:

Studien kommer undersöka virtuella världar för att förstå marknadsfenomen i virtuella världar. Detta är av intresse då det är en världsomspännande marknad med många aktörer och utmanande frågeställningar. Det är dessutom i viss mån en förbisedd marknad där många människor överlag har liten inblick och där de som spenderar sin fritid i virtuella världar inte nödvändigtvis reflekterar över vad alla aktörer tillsammans skapar. Att dessutom digitaliseringen är en fortgående process utan ett definitivt slut bidrar till att förståelse kring de fenomen som hittills skapats och som kontinuerligt utvecklas är av vikt för att förutsäga framtiden, samt att bidra till fortsatt utveckling av digitaliseringen. *Studien ämnar därmed att förstå hur deltagare i virtuella världar skapar marknader.* För att uppnå detta syfte delas studien in i de forskningsfrågor som presenteras nedan.

1.4 Forskningsfrågor:

Primär forskningsfråga:

- På vilket sätt går det att förstå marknadernas skapande i virtuella världar?

Sekundära forskningsfrågor:

- Vad innebär den virtuella aspekten för deltagarna i virtuella världar?
- Hur går det att förstå deltagarnas aktiviteter i förhållande till marknaderna i virtuella världar?

Den ovanstående uppdelningen i primära samt sekundär forskningsfrågor består i att för att kunna besvara den primära forskningsfrågan är det relevant för denna studie att först förstå kontexten genom de sekundära forskningsfrågorna.

1.5 Avgränsningar:

Då utbudet av virtuella världar är brett fördelat över två huvudsakliga kategorier, sociala samt spelbaserade, kommer denna studie utgå ifrån den virtuella världen Entropia Universe för att begränsa omfånget. Entropia Universe lämpar sig väl för denna typ av studie då denna virtuella värld har inslag av både spel samt sociala aspekter. Ytterligare relevans för avgränsningen är att Entropia Universe valuta är direkt kopplad till verkliga valutor och därmed är intresset för marknaden samt marknadens tillstånd av vikt i denna virtuella värld för alla inblandade aktörer. Att jag som författare av denna studie också har erfarenhet av Entropia Universe bidrar också till avgränsningen då varje virtuell värld kräver en viss grad av förarbete för att kunna observera och interagera med andra deltagare. Ytterligare diskussion kring detta återkommer i metoddelen av studien.

1.6 Litteraturgenomgång:

Syftet med litteraturgenomgången är att identifiera den forskning som finns angående hur deltagare i virtuella världar kan förstås i relation till marknaderna. Detta för att befästa och positionera denna studie.

Den litteratur som behandlar virtuella världar i förhållande till marknadernas struktur går att dela in i tre övergripande delar i) Nationalekonomiska studier av marknadernas strukturer ii) Studier av faktorer som bidrar till konsumtion i virtuella världar iii) Diskurs angående gränsdragningen mellan virtuellt och verklighet samt de ekonomiska kopplingarna mellan dessa.

Författare	Verk	Beskrivning	Typ av värld
Castronova	On Virtual Economies	Diskurs angående virtuella världars värde som ett eget fenomen med slutsatsen att dessa världar har unika egenskaper	GVV/SVV
Castronova, Knowles, Ross	Policy questions raised by virtual economies	Gränsdragningsdiskussion mellan virtuellt och reellt samt spelutvecklarnas roll i den ekonomiska modellen	GVV/SVV
Huffaker, Simmons, Bakshy, Adamic	Seller activity in a virtual marketplace	Förklaring av säljares aktivitet på marknader i virtuella världar - listar faktorer som påverkar	SVV
Ross	Playing the market and sharing the loot: consumption limits in a virtual world	Hur kulturen för acceptabelt beteende på marknaden i FF IX skapas och reproduceras	GVV
Mäntymäki, Salo	Teenagers in social virtual worlds: Continuous use and purchasing behavior in Habbo Hotel	Studie av motivation och konsumtionsbeteende i virtuella världar	SVV
Halvorson	Virtual worlds: marketing implications and applications	Vikten av virtuella världar som plattform för marknadsföring	SVV
Castronova, Williams, Shen, Ratan, Xiong, Huang, Keegan	As real as real? Macroeconomic behavior in a large-scale virtual world	Studie av makroekonomiska beteendemodeller kan appliceras på virtuella världar	GVV
Heeks	Understanding "Gold Farming" and Real-Money Trading as the Intersection of Real and Virtual Economies	Nationalekonomiska idéer applicerade på virtuella världar samt effekterna av "guldfarmande" och distinktionen mellan verklig/virtuell	GVV
Lehdonvirta	Virtual Worlds Don't Exist: Questioning the Dichotomous Approach in MMO Studies	Diskussion kring den felaktiga dikotomin mellan virtuell och verklig	GVV/SVV
Lehdonvirta	Real-Money Trade of Virtual Assets: New Strategies for Virtual World Operators	Strategidiskussion angående handeln med virtuella varor för verkliga pengar	GVV/SVV
Lehdonvirta	Real-Money Trade of Virtual Assets: Ten Different User Perceptions	Studie av inställning hos konsumenter för handel med virtuella varor med verkliga valutor	GVV/SVV

1

Tabell 1: Litteraturgenomgång

SVV = Socialt orienterad virtuell värld

GVV= Spelorienterad virtuell värld MMORPG= En form av spelorienterad virtuell värld

¹ För att se hela urvalet se bilaga 1, 10

I tabell 1 återfinns ett urval av den litteratur som knyter an till marknader i virtuella världar med ett medvetet exkluderande av de områden av forskning kring virtuella världar som inte knyter an till marknadsfenomen. I tabellen görs en distinktion mellan den litteratur som huvudsakligen behandlar sociala världar samt den litteratur som behandlar spelvärldar, då dessa världars syften som studierna baseras på, skiljer sig åt.

Det första området som litteraturen behandlar är nationalekonomiska förhållningssätt till virtuella världars marknader. Castronova är framstående inom denna gren av forskning och i artikeln "As real as real? Macroeconomic behavior in a large-scale virtual world" (Castronova et al, 2009) belyser författarna hur marknader i en spelbaserad virtuell värld kan tolkas och analyseras genom nationalekonomiska modeller. I förlängningen analyseras även dessa marknader med BNP-beräkningar och kontrasterar detta mot verkliga ekonomier. Ytterligare kunskap inom relationen mellan virtuella världars marknader samt nationalekonomisk forskning ges genom "Understanding "Gold Farming" and Real-Money Trading as the Intersection of Real and Virtual Economies" (Heeks, 2010) som undersöker marknaden som uppstår i flödet mellan virtuella valutor samt verkliga valutor. Även artikeln "Seller activity in a virtual marketplace" (Huffaker, Simmons, Bakshy, Adamic, 2010) antar en nationalekonomisk modell för att analysera säljares aktivitet och de faktorer som påverkar försäljning. Dessa studier med nationalekonomiska förhållningssätt är huvudsakligen kvantitativa med fokuset riktat mot beskrivningar av marknader samt dess roll i förhållande till verkliga marknader.

Det andra området som en betydlig av forskningen kring virtuella världars marknader avhandlar, är det som behandlar motivationen bakom konsumtion och deltagande i virtuella världar samt dess marknader. Flera studier som utförts i Habbo Hotel, exempelvis "Teenagers in social virtual worlds: Continuous use and purchasing behavior in Habbo Hotel" (Mäntymäki & Salo, 2011) behandlar detta område och ämnar att ge inblick i drivkrafterna bakom konsumtion i den sociala virtuella världen Habbo Hotel. Denna studie är huvudsakligen en konsumentpsykologisk undersökning och identifierar viktiga faktorer utifrån vad som påverkar en konsument i en social virtuell värld.

Det finns även studier som behandlar kulturella fenomen på marknaderna i virtuella världar. Ett exempel på en sådan studie är "Playing the market and sharing the loot: consumption limits in a virtual world" (Ross, 2012) där marknaden i spelvärlden "Final Fantasy IX" analyseras med fokus på den kultur som påverkar vad som anses vara ett acceptabelt beteende samt hur detta kulturella fenomen uppstår och reproduceras. Lehdonvirta (2005) förlänger forskningen kring uppfattningar och motivation genom sin artikel "Real-Money Trade of Virtual Assets: Ten Different User Perceptions" (Lehdonvirta, 2005) genom en studie av hur marknader med virtuella varor som handlas med verkliga valutor påverkar spelares uppfattning och motivation. Sammanfattningsvis är litteraturen inom detta område delvis kvantitativ och delvis kvalitativ och utifrån såväl ett mikro som ett makroperspektiv på marknader i virtuella världar.

Det sista stora området som forskningen behandlar är diskursen av vad som utgör en virtuell värld samt om det finns relevanta skillnader, vilket är avgörande för hur marknader i virtuella världar bör behandlas. Gränsdragningen hävdar Castronova (2002) är av relevans då virtuella världar besitter egenskaper som särskiljer dessa från verkliga ekonomier. Castronova (2002) beskriver i sin artikel "On virtual economies" hur nationalekonomiska aspekter skiljer virtuella världar mot verkliga ekonomier. Lehdonvirta (2010) ifrågasätter dock denna uppdelning och menar att det inte finns en relevant

distinktion mellan virtuell och verklig i sin artikel " Virtual Worlds Don't Exist: Questioning the Dichotomous Approach in MMO Studies". Lehdonvirta (2010) menar att begrepp som "magisk cirkel" förutsätter att dikotomin mellan verklig och virtuell är statisk samt separerad vilket Lehdonvirta avfärdar bl.a. genom att marknaderna i virtuella världar sträcker sig utanför den virtuella världen.

I tabell 1 listas också studier som delvis utforskar andra områden samt andra perspektiv på marknader i förhållande till virtuella ekonomier. Däribland Halvorsons (2010) studie " Virtual worlds: marketing implications and applications" som skildrar hur virtuella världar samt dess marknader kan användas för att bedriva marknadsföring i framtiden. Det som presenterats i denna litteraturgenomgång är dock huvuddragen i den litteratur som finns och som angränsar till ämnet i denna studie.

Det som framgår av litteraturstudien är att det saknas en beskrivning av hur marknaderna i virtuella världar skapas samt reproduceras. Det är huvudsakligen mikro eller makroperspektiv på marknaden. Antingen nationalekonomiska och kulturella eller beteende och psykologiska perspektiv. Det finns ingen mellanväg där en utförlig diskussion kring hur interaktion mellan aktörer skapar olika marknader med olika strukturer. Utifrån bristen på sådan forskning placerar sig denna studie sig som ett relevant tillägg till den litteratur som finns om virtuella världar samt dess marknader.

2. Bakgrund:

Följande avsnitt ämnar att ge en bakgrund till vad Entropia Universe är och vad det innefattar. Kapitlet är indelat i tre avsnitt i) Historia, för att ge en grundläggande kontext ii) Företagsmodell, för att presentera den virtuella världen i fråga iii) Bortom den virtuella världen, för att se de plattformar som finns utanför den virtuella världen men ändå är av relevans.

2.1 Historia

Entropia Universe, tidigare Project Entropia är ett virtuellt universum utvecklat av det Göteborgsbaserade företaget Mindark PE AB (Mindark, Mindark PE AB group, 2017) . Mindark beskriver Entropia Universe som "En plattform för virtuell verklighet bestående av flera separata aktörer som utvecklar egna virtuella planeter". Det som binder samman dessa aktörer är plattformen som beskrivs som "En 3D-miljö med en enad ekonomi som bygger på verkliga pengar". Entropia Universe är också en sandlåde-miljö vilket innebär att deltagarna inte är bundna till en specifik inriktning utan deltagarna kan själva utforska samt forma sin närvaro inom den virtuella världens gränser.

Mindark lanserade Entropia Universe 2004 (Mindark, History, 2017) och till en början fanns det enbart en planet, som drevs och ägdes av Mindark, kallad Planet Calypso (Mindark, Mindark PE AB, 2017). Entropia Universe är alltså samtida med World of Warcraft (2004) samt Second Life (2003) som tillsammans utgör det som Castronova (2001) benämner som den första generationen av 3D virtuella världar. Lehdonvirta (2005) beskriver Entropia Universe som ett MMORPG, alltså huvudsakligen en spelvärld men med inslag av aspekter från en social virtuell värld.

2004 tog sig Entropia Universe in i "Guinness Rekordbok" (Mindark, Accomplishments, 2017) efter att en virtuell egendom såldes för 26500 USD. Efter detta har Entropia Universe fortsatt att skapa rubriker i media efter försäljningar av virtuella föremål. 2010 överträffades de tidigare rekorden då Jon "Neverdie" Jacobs sålde virtuell egendom i Entropia Universe för 635 000 USD (Chiang, 2010) och under 2016 började Jon Jacobs titulera sig som "Första presidenten av virtuella verkligheter". Enligt Mindarks egen utsago var BNP för Entropia Universe ca 428 miljoner USD år 2010 (Mindark, Mindark PE AB, 2017) och med ca 250 000 unika konton (Lehdonvirta, 2005). Varje unikt konto motsvarar en avatar, en karaktär med ett eget namn samt utseende och enligt Mindarks regelverk är det max ett konto per verklig individ.

2.2 Företagsmodell

Entropia Universe är gratis att delta i samt att införskaffa och bygger som tidigare nämnts på integration av verkliga pengar som kan användas till mikrotransaktioner inne i världen där i princip alla aktiviteter kostar pengar. Sedan starten har Entropia Universe alltid haft en fast växelkurs mot dollarn, 10 Project Entropia Dollars (PED) motsvarar 1 USD och Mindark sköter växlingen mellan de två valutorna (Lehdonvirta, 2005). Det är alltså möjligt att så väl sätta in pengar som att ta ut pengar ur den virtuella världen. Detta enligt Lehdonvirta (2005) minskar risken för alternativa marknader utanför spelet.

I den virtuella världen finns en mängd objekt som kan införskaffas med olika användningsområden. De huvudsakliga sysselsättningarna i den virtuella världen är jakt, gruvsdrift samt tillverkning men det finns en stor mängd andra sysselsättningar utöver de tre största. De tre ovan nämnda sysselsättningarna har flera gemensamma egenskaper, däribland att de virtuella objekt som

inhandlas för dessa aktiviteter i stor utsträckning inhandlas för att uppnå ekonomiska framgångar, eller begränsa förluster som skapas genom att utföra aktiviteter (Lehdonvirta, 2005). Målsättningen med spelande är därför delvis, som med andra MMORPG:n, att låsa upp nya nivåer och avancera sin spelkaraktär men det som särskiljer Entropia Universe är den ekonomiska faktorn där målet är att gå med vinst från sina aktiviteter genom att skaffa komparativa fördelar.

Utöver de tre huvudsysselsättningarna i Entropia Universe finns också sysselsättningar som inte faller inom ramarna för spelvärldar utan som har en mer social natur. Ett exempel på en sådan sysselsättning är skapandet av kosmetiska föremål och andra dekorativa föremål som kan skraddarsys efter personliga preferenser (Lehdonvirta, 2005). Dessa föremål utgör en viktig komponent för marknaden i Entropia Universe. Ytterligare exempel på sociala aspekters värde och marknaden för den är konstnären Ernst Billgrens utställning i Entropia Universe (Jeppsson, 2006). Dessa föremål och marknaden kring dessa har inte någon direkt inverkan på en karaktärs progression i spelet eller någon direkt inverkan på effektiviseringar av andra sysselsättningar. Istället innebär dessa föremål och sysselsättningar en form av självuttryck (Lehdonvirta, 2005).

Runt dessa sysselsättningar har andra sysselsättningar växt fram. Ett omdebatterat område inom Entropia Universe som vissa karaktärer verkar inom är så kallade "Återförsäljare" (Planet Calypso Forum, 2017). Denna sysselsättning involverar köpande och säljande av virtuella objekt för att tjäna pengar med hjälp av en rad olika taktiker. Eftersom Entropia Universe tillåter karaktärerna att fritt agera finns det som tidigare nämnt ett stort spann av sysselsättningar och valet av sysselsättning är inte statistiskt vilket innebär att karaktärer i den virtuella världen kan byta fram och tillbaka samt skapa egna kombinationer.

För att handla inom den virtuella världen finns det tre huvudsakliga tillvägagångssätt. Genom direkt transaktion mellan två parter, via det officiella auktionshuset samt genom affärer ägda av deltagare eller deltagarägda pantbanker. Till varje föremål i spelet finns en funktion som visar statistik över vad föremålet sålts för tidigare i auktionshuset.

2.3 Bortom den virtuella världen

Den virtuella världen Entropia Universe kompletteras av en rad utomstående verktyg för att interagera, samla information samt utbyta information. Ett av dessa verktyg är forumet Planet calypso forum (PCF) som utgör det huvudsakliga forumet för diskussioner utanför den virtuella världen. Forumet ägs och drivs huvudsakligen av Mindark samt frivilliga som hjälper till att moderera. Forumet utgörs av sektioner där olika aspekter av Entropia Universe diskuteras samt det finns också en marknadsplats för virtuella föremål. All konversation på forumet ska vara på engelska enligt forumets regler. Det finns fler forum kopplade till Entropia Universe men dessa utgör ett marginellt tillskott till diskussionen vilket medför att de kommer utlämnas i denna studie.

Det finns en grupp verktyg utanför Entropia Universe som agerar som samlingspunkter för information. De tre största är Entropedia (Entropedia.info, 2017), Entropia Life (Entropialife.com, 2017) samt PEauction (PeAuction.com, 2017). Entropedia är en databas över de virtuella objekt som finns i Entropia Universe samt annan information som rör världen och är skapad av deltagarna i Entropia Universe. Entropia Life är en datainsamlingstjänst som sammanställer statistik från resultatet av olika aktiviteter. PEauction är en databas över auktionshistorik i spelet samt grafiska presentationer av prisutveckling på olika föremål.

3. Metod:

Följande avsnitt kommer redovisa den metod som studien kommer baseras på. Kapitlet delas in i tio stycken avsnitt för att tydligt presentera de olika aspekterna i den valda metoden.

3.1 Metodens utgångspunkt

Denna studie ämnar att undersöka hur marknader skapas och reproduceras i virtuella världar. Då marknader är dynamiska samt beroende av aktörers agerande utgår denna studie ifrån det som Bryman & Bell (2011) beskriver som en konstruktivistisk utgångspunkt, d.v.s. att sociala fenomen skapas av de inblandade aktörerna. Med detta som en ontologisk utgångspunkt för denna studie är det motiverat att välja en kvalitativ forskningsmetod där fokuset ligger på ord istället för kvantifierbar data (Bryman & Bell, 2011). En kvalitativ studie innebär att större emfas fäst vid djup i de observationer som utförs samt en större flexibilitet att modifiera och tolka metoden under studiens gång (Bryman & Bell, 2011).

Kvalitativ forskning är mer induktiv i sin natur, vilket innebär en öppen tolkning av det material som studien samlar in och därmed inte bundet till en förutbestämd teoretisk inriktning. Följande studie kommer dock att utgå från en kompromiss mellan det teoretiskt bundna deduktiva och det öppnare induktiva, även benämnt abduktiv ansats (Velázquez-Quesada, Soler-Toscano & Nepomuceno-Fernández, 2013) Detta innebär i praktiken att genom studiens gång har relevant teori identifierats och därmed påverkat studiens inriktning. Denna metod valdes då avsaknad av forskning inom detta specifika område saknas och därmed finns ingen teoretisk ram att utgå ifrån.

För att utifrån en kvalitativ ansats studera hur marknader skapas samt återskapas i virtuella världar baseras denna studie på en fallstudie av Entropia Universe. Genom ett netnografisk förhållningssätt genomfördes intervjuer samt observationer från Entropia Universe samt tillhörande tjänster. Ytterligare utveckling av metodens delar samt förklaring och motiveringar följer senare i metodavsnittet.

3.2 Primär samt sekundärdata

Till grund för denna studie användes sekundära källor för att identifiera vilken forskning som finns inom området idag och ett urval av denna inhämtning finns presenterat i litteraturgenomgången. Baserat på den litteratur som finns inom området formulerades samt motiverades studiens syfte. I syfte att påvisa kontexten för denna studie samt i beskrivningen av Entropia Universe används sekundärkällor. Ytterligare sekundärkällor används i teoriavsnittet samt i detta metodavsnitt. De sekundära källorna utgörs till merparten av vetenskapliga artiklar samt litteratur hämtat från Göteborgs universitetsbiblioteks databaser samt från databasen Google Scholar. Övriga sekundära källor innefattar tidningsartiklar, företagsinformation samt andra informationsförmedlande hemsidor. Den primärdata som inhämtats är genom själva studien och utgörs av netnografiska intervjuer samt observationer med inslag av historisk datainsamling.

De sekundära källorna har granskats källkritiskt i denna studie samt med vetskapen om att sekundära källor utgör en riskfaktor enligt de riktlinjer som Hultén, Hultman & Eriksson (2007) menar är viktiga. Det bör dock påpekas att mångfaldskriterier för att skapa en nyanserad bild som Hultén, Hultman & Eriksson (2007) beskriver inte uppfylls till fullo i förhållande till några av sekundärkällorna i avsnitten "Inledning" samt "Bakgrund" i denna studie. Detta är t.ex. fallet med de siffror som presenteras angående omfattningen av virtuella världar samt siffror angående den ekonomiska styrkan i Entropia

Universe. Det finns risk att dessa siffror är uppblåsta då det saknas källor till ursprunget av dessa siffror och bristen på alternativa källor innebär att dessa siffror står oemotsagda i denna studie. Motivationen för att behålla dessa siffror är att studien inte vilar på den statistiken utan syftet är bara att ge en fingervisning angående kontexten. I övrigt i studien balanseras källor för att uppnå mångfald och nyansering. Dessa balanserade källor utgör huvudparten av de sekundärkällor som används och består av den teori som studien applicerar på den empiri som samlats in.

3.3 Netnografi

Netnografi är enligt Kozinets (2015) en applicering av etnografiska metoder i ett onlinesammanhang för att förstå onlinesamhället samt kulturen som återfinns där. Etnografi definieras som ett försök att förstå det vardagliga livet för individer eller grupper (Boellstorff, 2012). Netnografi utgår i likhet med denna studie huvudsakligen från ett konstruktivistiskt förhållningssätt där interaktionen mellan aktörer skapar den sociala miljön. Det finns flera verktyg för att genomföra en netnografisk studie, däribland intervjuer samt observationer (Boellstorff, 2012) som båda används i denna studie.

3.4 Intervju

Då studien antar en konstruktivistisk hållning innebär detta en studie av en dynamisk social miljö som skapas samt reproduceras av de berörda aktörerna inuti miljön. För denna studie är det därför relevant att inleda studien med en intervju av en aktör på marknaden i Entropia Universe. Detta för att därefter identifiera flera potentiella aspekter att undersöka samt att genom den första intervjun identifiera ytterligare aktörer av intresse.

Intervjuerna är enligt det som Bryman & Bell (2011) beskriver som semistrukturerade vilket innebär att intervjuerna baseras på en intervjuguide som innefattar teman som skall täckas under intervjun. Bryman & Bell (2011) menar att denna typ av intervju möjliggör en ökad flexibilitet jämfört med strukturerade intervjuer med färdigskrivna frågor. Flexibiliteten innebär i praktiken att intervjuobjektet fritt kan tolka och svara på frågorna utifrån den tolkning denne gör. Detta medför att intervjuer kan variera beroende på tillfälle samt intervjuperson. Genom en semistrukturerad intervju kan forskaren också följa upp intressanta spår som uppkommer under intervjun (Bryman & Bell, 2011)

Syftet med att använda semistrukturerade intervjuer i denna studie är att nå ett djup i intervjuerna och med en delvis induktiv ansats ter sig en mer öppen struktur lämplig för att fånga variationer samt nya uppslag. Semistrukturerade intervjuer bidrar även enligt Bryman & Bell (2011) med längre och mer utförliga svar och detta förstärker insamlandet av de potentiella variationer som tidigare var okända. De semistrukturerade intervjuerna utgör den huvudsakliga empirin i denna studie.

3.5 Observationer:

Boellstorff (2012) beskriver att en grundläggande princip inom netnografiska studier är att tolka aktörernas beteende och följa dem till platser där de ägnar sig åt relevanta aktiviteter för det som forskaren studerar. Syftet med detta är att uppnå ett större djup i förståelsen kring den kultur samt de aktiviteter som utgör den sociala miljön, i förlängningen också hur de skapas och kan tolkas.

Studien använder sig av en metod som kan anses vara i gränslandet mellan observationer samt netnografisk datainsamling. Detta innebär i praktiken att forskaren deltar i den miljö som studeras samt kompletterar detta med historiska data. En mer utförlig beskrivning av tillvägagångssätt presenteras senare i studien. Utifrån den empiri som insamlades från intervjuerna innebär detta en

strukturerad observationsmetod och strukturerad datainsamling. Detta då syftet med denna metod var att utveckla redan identifierade teman och genom en aktiv begränsning, som en strukturerad observation innebär, fokusera på dessa teman. Kombinationen av dessa metoder motiveras utifrån ett behov av kontext till observationerna för att uppnå ett djup i empirin.

Syftet med denna metod är att följa upp de områden som identifierades i intervjuerna och placera dem i ett större kontext. Kombinationen av observationer och historisk data används som supplement till intervjuerna.

3.6 Urval:

Avgränsningsavsnittet i kapitel 1 av denna studie innebär att studien fokuserar på Entropia Universe med omnejd vilket har en signifikant påverkan på urvalet eftersom studien då begränsar området från alla virtuella världar till en specifik virtuell värld. Enligt den motivation av avgränsningen som presenterades i avgränsningsavsnittet är skälet delvis att genom att fokusera på Entropia Universe möjliggörs ett större djup och variation i form av intervjupersoner. Detta eftersom virtuella världar generellt kräver visst förarbete och etablering innan det är tydligt hur grundläggande system fungerar samt att skapa kontaktnät där potentiella intervjupersoner kan identifieras. Vidare problematisering kring detta återfinns i den metodkritiska delen av metodavsnittet.

Urvalet för studien grundas som ovan nämnt i ett bekvämlighetsurval som innebär att forskaren utgår från sin omgivning för att samla empiri till studien i fråga (Bryman & Bell, 2011). Valet av Entropia Universe är alltså av bekvämlighet för denna studie. Den inledande intervjun baseras även den utifrån ett bekvämlighetsurval där forskarens erfarenheter av Entropia Universe tillsammans med det kontaktnät som fanns tillgängligt medförde valet av en person i forskarens närhet som utgör startpunkten för studien. Den initiala intervjun avslöjade andra kategorier av deltagare i Entropia Universe av intresse vilket medförde att urvalet också fick egenskaper som tillskrivs snöbollsurval samt kvoturval. Snöbollsurval innebär enligt Bryman & Bell (2011) att använda intervjupersonernas nätverk för att utvidga urvalet och kan ses som en förlängning av bekvämlighetsurvalet. Kvoturval är den urvalsmetod som bygger på en sträva att skapa populationsrepresentation bland förutbestämda kategorier i det som slutligen utgör urvalet (Bryman & Bell, 2011). Det innebär alltså att urvalet är en kombination av tre metoder men med grunden baserat på ett bekvämlighetsurval.

Den observation samt datainsamling som genomfördes grundas i samma urvalsmetod där de teman som identifierats under intervjuerna låg till grund för det urval som sedan användes. Kombinationen av dessa urvalsmetoder går hand i hand med den netnografiska andan om att följa intervjuperson i dess miljö (Boellstroff, 2012), vilket motiverar urvalsmetoden i denna studie.

3.7 Genomförande:

Inledningsvis identifierade författaren av denna studie ett intresseområde vilket var virtuella världar. Tillsammans med handledaren Peter Zackariasson utvecklades kopplingen mellan virtuella världar samt marknadsföring. För att utvärdera det nuvarande kunskapsläget inom forskningsfältet gjordes en litteraturgenomgång där en avsaknad av studier kring marknadsskapande i virtuella världar identifierades. Utifrån detta formulerades ett initialt syfte att försöka förstå hur marknader i virtuella världar skapas samt reproduceras.

För att studera detta område begränsades studien till Entropia Universe vilket motiveras tidigare i texten. Genom kvalitativa intervjuer ämnade studien att nå på djupet av hur marknaden skapas i

Entropia Universe. För att genomföra dessa intervjuer skapades en intervjuguide baserat på den metod som tillhör semistrukturerade frågor samt författarens tidigare kunskaper inom ämnet och som finns att återse i bilaga 2. Alla intervjuer utfördes i den virtuella världen och genom den meddelandetjänst som finns där. Entropia Universe har en inbyggd funktion som samlar meddelanden i en textfil vilket kunde användas för att efter varje intervju transkribera intervjun samt identifiera relevanta teman. Efter varje intervjutillfälle modifierades intervjuguiden i relation till det som framkommit av tidigare intervju. Totalt tre intervjuer genomfördes i denna studie och antalet berodde på att den urvalsmetod som studien använde gav en viss mängd uppslag som följdes upp. I samband med att intervjuerna refererade till kategorier av deltagare i Entropia Universe som redan behandlats ansåg författaren av denna artikel att studien stod vid ett viktigt vägskäl. Vägskälet bestod av alternativen att avsluta intervjuprocessen eller drastiskt öka mängden intervjuer för att finna ytterligare potentiella uppslag för studien. Då tidsramen för denna studie är begränsad bestämdes det att avsluta intervjuprocessen samt behandla de identifierade teman som primära i förhållande till de potentiellt uteblivna teman.

Under intervjuprocessen kodades intervjuerna enligt den metod som återfinns under databehandlingsavsnittet. De teman som intervjuerna uppdagade gav successivt en utökad koppling till det teoretiska ramverket vilket är grunden till den abduktiva ansatsen. Intervjuerna innebar även en modifiering av syftet där den insamlade empirin uppvisade ett annat fokus än det initiala syftet, mer om detta i analys samt diskussionsavsnittet.

Intervjuerna påvisade ett behov av ytterligare studier utanför universumet för att uppnå studiens syfte. Det framgick att det officiella forumet för Entropia Universe, Planet calypso forum behövde behandlas för att knyta ihop såväl empirin samt det teoretiska ramverket. Motiveringen bakom detta återkommer i analys samt diskussionsavsnittet. För att tillgodose detta behov adderades en observation kombinerat med insamling av historisk data och denna begränsades i relation till de teman som redan var identifierade. Kombinationen uppstår i att diskussionerna på forumet pågår i realtid men för att tolka denna krävs kontext som baseras på tidigare diskussioner. Resultatet av denna insamling transkriberades och kodades enligt de teman som var identifierade sedan tidigare, alltså ett tillägg.

3.8 Bearbetning av empiri

Den kvalitativa empirin är ofta enligt Bryman & Bell (2011) ostrukturerad i sin natur och genom att transkribera samt koda det insamlade materialet kan forskaren få en mer strukturerad empiri. Detta var ett nödvändigt steg i denna studie för intervjuerna samt observationerna.

Transkriberingen består i att rensa och strukturera det insamlade materialet inför en kodning (Bryman & Bell, 2011). Entropia Universe programvara har en funktion som producerar exakta loggar från den utförda intervjun vilket underlättade arbetet med att transkribera intervjumaterialet. Efter en rensning av intervjun där språk och jargong rensades bort kunde den jämföras med loggen och korrigerade potentiella fel i transkriberingen. Observationerna transkriberades enligt liknande modell. Eftersom den observationsbaserade empirin bygger på text hämtat från en hemsida kunde den applicera samma metod av jämförelse, mellan originalmaterial samt det transkriberade materialet, för att upptäcka potentiella misstag.

Kodningen baseras på Bryman & Bells (2011) metod för att tolka kvalitativ data. Genom att identifiera teman utifrån det transkriberade materialet kunde det empiriska materialet successivt

koncentreras. De initiala teman som identifierades kunde samlas under större teman och efter upprepning av denna process kunde denna studie identifiera en mängd större och mer övergripande teman som diskuteras vidare i analysen.

3.9 Etiska aspekter

Enligt Boellstorff (2012) finns det tre områden inom forskningsetik som kan applicera på denna studie. Dessa är informerat samtycke, anonymitet samt korrekt porträtterande. Det första området, informerat samtycke innebär att intervjupersonerna löper en så kallad "informationsrisk" (Boellstorff 2012) vilket innebär att informanterna riskerar att privat information blir publik genom forskningen. För att begränsa detta samt minimera riskerna för intervjupersonerna informerades intervjupersonerna om syftet med studien, tillvägagångssätt samt en möjlighet att få läsa igenom det transkriberade materialet samt studien. Detta i kombination med kontinuerlig uppdatering av hur arbetet med denna studie fortgår. Inga invändningar kring materialet inkom under processen och det initiala godkännande av publicering godtogs även efter återkoppling. Dock i efterarbetet ansåg författaren att intervjupersonerna uppgav vissa komparativa fördelar som de använder i Entropia Universe, för att minimera risken att dessa sprids valde författaren att inte inkludera hela de transkriberade intervjuerna i bilagorna samt undvika att avslöja för mycket angående detta område. Boellstorff (2012) menar att deltagande i publika miljöer inte kräver samma grad av informerat samtycke. Alltså har den datainsamlingen som skett från det publika forumet inte föregåtts av något informerat samtycke då forumets inlägg är publikt för alla att se och genom att användarna av forumet sedan innan är införstådda med att deras inlägg är publika anses det inte nödvändigt att informera forumanvändarna åter en gång om detta.

Det andra kriteriet är anonymitet och risken att sprida konfidentiell information. Enligt Boellstorff (2012) kräver netnografisk forskning en försiktighet i sitt förhållande till empiriskt material för att inte skada informanterna. Den virtuella världen bidrar per automatik med en viss grad av anonymitet genom att intervjupersonerna använder tagna identiteter samt smeknamn. Ämnet för studien är inte heller kontroversiellt och direkt känsligt för intervjupersonerna vilket inte kräver full anonymitet. Intervjupersonerna är medvetna om att deras smeknamn i spelet används och har fått chansen att korrigera eventuella uttalande innan publicering. En försiktighet samt omtanke har dock varit grundläggande för forskaren i förhållande till det empiriska materialet.

Det sista området av relevans för denna studie är korrekt porträtterande. Korrekt porträtterande innebär att forskaren ska ge en rättvisande bild av informanternas livsmiljö (Boellstorff, 2012). För att uppnå detta krävs enligt Boellstorff (2012) ett varsamt förhållande med respekt för intervjupersonernas perspektiv. I denna studie har forskaren försökt uppnå detta och i samspel med intervjupersonerna. Att återkoppla med intervjupersonerna har medfört att korrigera eventuella missuppfattningar samt ett nyansering utan att förlora forskningsvärdet i studien.

3.10 Metodkritik

Varje val innebär att något annat väljs bort, genom att välja bort något går detta också förlorat. Detta är en stor utmaning för alla typer av studier inom alla områden. Följande stycke ämnar att kritiskt granska de val som denna studie gjort för att förstå vetenskapligheten i de val som gjorts i relation till det studien ämnar att diskutera. För att genomföra denna granskning utgår det metodkritiska

avsnittet ifrån Bryman & Bells (2011) hänvisning till validitet och reliabilitet . Det råder dock en diskussion inom kvalitativ forskning angående dessa begrepp då de huvudsakligen är anpassade för kvantitativ forskning, för att kompensera för detta har Bryman & Bell (2011) anpassat de två begreppen för kvalitativ forskning.

Validitet avser huruvida att studien studerar eller mäter det som är relevant utifrån syftet (Bryman & Bell, 2011) och kan delas in i extern validitet och intern validitet. Extern validitet åsyftar hur väl det går att generalisera studiens slutsatser till andra områden och detta är ett problem för många kvalitativa studier då de ofta utgår från små urval med snäva avgränsningar (Bryman & Bell, 2011). Den interna validiteten utgörs av hur väl observationerna kan knytas till den valda teoretiska referensramen.

Reliabilitet avser huruvida att studiens resultat är inhämtade på ett tillförlitligt sätt och kan delas in i extern reliabilitet samt intern reliabilitet (Bryman & Bell, 2011). Extern reliabilitet åsyftar hur väl studien kan återskapas vid ett annat tillfälle. Detta utgör en utmaning för kvalitativ forskning eftersom det "är omöjligt att frysa sociala miljöer" (Bryman & Bell, 2011) och därmed kommer det uppstå skillnader. Intern reliabilitet avser huruvida forskningsgruppen är enig i sina slutsatser och tolkning av det empiriska materialet (Bryman & Bell, 2011).

Den externa validiteten i följande studie kan i vissa avseenden anses vara låg då urvalet är begränsat redan från avgränsningen mot Entropia Universe men också på grund av mängden intervjupersoner. Detta har dock studien försökt väga upp, genom att visa på att trots avgränsningen så kan fallstudien av Entropia Universe fortfarande vara representativt för många olika virtuella världar och intervjupersonerna har kopplats till den större kontext som finns på Planet Calypso Forum. Att slutsatsen dessutom är en applicering av en modell innebär att bidraget från denna studie är konceptuellt snarare än specifikt vilket ökar den externa validiteten något. Den interna validiteten kan anses var hög, kvalitativa studier är i sin natur djuplodande och det är tydligt att den valda teoretiska referensramen knyter an till den insamlade empirin.

Den externa reliabiliteten i denna studie är i dess utgångspunkt låg, detta då svårigheten att frysa den sociala miljön är påtaglig. För att förbättra den externa reliabiliteten har studien varit noggrann i att presentera utgångsläget samt de steg som studien består av, vilket bidrar till större replikerbarhet. Den interna reliabiliteten är inte relevant i detta fall då det endast är en författare av denna studie och enbart en person har behandlat det empiriska materialet.

En möjlig förbättring för denna studie hade varit att kombinera det netnografiska med vanlig etnografi. Genom att se den virtuella vardag som intervjupersonerna har hade detta bidragit med en mer nyanserad och samlad bild av aktiviteterna, dock innebär detta ett stort intrång på privatlivet och ekonomiska risker vilket inte kunde överkommas i denna studie. Detta minskar dock inte relevansen av det som en intressant utveckling av metoden.

4. Teoretisk referensram:

Följande avsnitt ämnar att presentera den teoretiska referensram som studien vilar på och som växt fram under inhämtningen av empirin.

4.1 Inledning

Den diskussion kring virtuella världar som presenteras i litteraturgenomgången kräver en viss fördjupning inför denna studie då konceptet virtuella världar är en huvudkomponent. För att förstå virtuella världars natur krävs en definition, eller ett ramverk av förståelse. Det andra centrala begreppet i denna studie är marknaden och hur den skapas vilket också kräver ett ramverk för förståelse och båda kommer presenteras i detta avsnitt.

Virtuella världar presenterades i introduktionen av studien som " (digitala) platser med en känsla av värld med objekt som deltagarna kan upptäcka och använda, samt att det delade sociala miljöer där användare kan interagera och kommunicera" (Boellstorff, 2012). Lehdonvirta (2005; 2010) beskriver hur även virtuella världar i viss mån skiljer sig från varandra men trots variationerna finns det grundläggande likheter i de virtuella världar som faller inom spel respektive sociala världar. Modellerna för spelvärldar bygger exempelvis huvudsakligen på karaktärsprogression utifrån uppdrag och nivåer. Medan sociala världar bygger på nätverk och identitetsbyggande vilket återfinns i de artiklar som diskuteras i litteraturgenomgången. Utöver detta menar Castronova, Knowles & Ross (2015) att det finns, om än stadigt urholkande "magisk cirkel" som virtuella världar baseras på. Begreppet magisk cirkel kan förstås som "den teoretiska gränsen mellan spelaktiviteter och seriösa aktiviteter" (Castronova et al, 2015) och kan tolkas som den bubbla en deltagare i en virtuell värld träder in, som exkluderar den verkliga världen. Castronova (2002) menar också att det finns ekonomiska aspekter som särskiljer en virtuell ekonomi från en verklig ekonomi. De huvudsakliga skillnader som Castronova (2002) menar finns är:

- En ekonomisk centralmakt, alltså utvecklaren av den virtuella världen som kan styra priser genom tillgång och användbarhet av de virtuella föremålen
- Arbete anses vara av intresse för deltagarna i en virtuell ekonomi då det är själva drivkraften att delta. Saknas motivation till arbete finns det ingen vits att delta i den virtuella världen
- Tillväxt kan vara negativt för virtuella världar eftersom de förenklar tillvaron och får deltagare att tröttna, vilket är i motsats till den verkliga världen
- Populationen är mer dynamisk än i den verkliga världen, genom att inte delta under en period eller att delta mycket förändras egenskaperna hos individen och skapar större variationer i populationen jämfört med verkliga ekonomier.

Castronova et al (2015) menar dock att den magiska cirkeln urholkas i samband med handel av virtuella varor för verkliga pengar, detta medför att det virtuella och verkliga blandas. Framtiden kommer innebära en kollision med t.ex. skattemyndigheter vilket redan i viss mån har hänt (Seto, 2009). Lehdonvirta (2010) menar dock till försiktighet angående en tydlig uppdelning mellan virtuellt och verkligt eftersom det finns flera aspekter som utmanar den modell som Castronova et al (2002) samt Boellstorff (2012) presenterade. Att t.ex. forum och andra plattformar som utgör viktiga delar av deltagande i virtuella världar utmanar definitionen av virtuella världar enligt Lehdonvirta (2010). Den ekonomi som finns i en virtuell värld är inte heller den exkluderad från omvärlden, den tidigare nämnda handeln av virtuella varor för verkliga pengar är en aspekt men även den virtuella

identiteten kan inte helt separeras från den verkliga personen eftersom verkliga personer är präglade av olika kulturer samt andra verkliga förhållanden (Lehdonvirta, 2010).

Marknad är en huvudkomponent i denna studie, likväl som för marknadsföring som teoretiskt fält. Inom marknadsföringsfältet pågår en diskussion kring marknadsens roll inom fältet och Venkatesh & Peñaloza (2006) beskriver hur det finns en paradox inom marknadsföring där "marknaden finns överallt och ingenstans i [marknadsförings] litteraturen". I artikeln "A holistic market conceptualization" (Mele, Pels & Storbacka, 2015) belyser författarna hur marknadsbegreppet traditionellt inom marknadsföring definierats utifrån ett nationalekonomiskt förhållningssätt där marknaden anses vara ett utbyte mellan köpare och säljare (Mele et al., 2015). Denna bild av marknadsbegreppet menar dock Mele et al. (2015) har på senare tid kommit att utmanas inom marknadsföring av en uppdelning i perspektiv på marknad som ett substantiv samt marknad(sföra) som ett verb. Skillnaden enligt Mele et al. (2015) är att synen på marknaden som ett substantiv är att den huvudsakligen behandlar resultatet av marknaden snarare än marknad(sföring) som ett verb vars perspektiv skildrar marknaden som en process vilket exemplifieras genom Kjellberg & Helgesson (2007). Denna distinktion är av stor vikt för denna studie då den teoretiska grunden i denna uppsats kommer bygga på den sistnämnda definitionen av marknaden vilket motiveras i samband med analysen i kapitel 5. En mer ingående förklaring av vad synsättet på marknad(sföring) som ett verb är återkommer senare i detta avsnitt.

4.2 Konsumentpraktik

Under 1980-talet utvecklade Bruno Callon, Michel Latour och John Law ett ramverk för att förstå sociala fenomen och detta ramverk benämns som ANT - Actor Network Theory (Roby, 2014). Detta ramverk skiljer sig från andra teoretiska ramverk inom samma fält då det ämnade att bryta tidigare uppdelningar som exempelvis den mellan naturrealism och kulturella förklaringsmodeller (Roby, 2014). Istället används en modell som binder samman alla relevanta enheter i en modell där enheterna påverkar och ger signifikans till varandra genom praktiker eller aktiviteter (Roby, 2014).

ANT kom sedan att inkorporeras i marknadsföring genom den gren inom marknadsföring som benämns som konsumentbeteende där fokuset ligger på att förstå hur och varför konsumenter agerar som de gör. Inom konsumentbeteendevetenskapen fick anammandet av ANT namnet konsumentpraktik (översatt från engelskans Consumer practice) och förklaras av Warde (2005) som en nexus av de tre komponenterna "(1) förståelse (2) tillvägagångssätt (3) förbindelser" där agerandet samt det som omger agerande är i fokus. Vidare beskriver Warde (2005) att praktiker är "koordinerade entiteter som kräver verkställande för att existera" vilket Warde (2005) förstärker genom citatet "[praktiker] skapas inte genom sociala aktörer utan de är kontinuerligt återskapade genom hur aktörerna uttrycker sig själv som aktörer" (Warde, 2005). Genom appliceringen av ovanstående definitioner av praktiker på konsumtion menar Warde (2005) att konsumtion i sig själv inte är en praktik utan en del av nästan alla praktiker och praktiker skapar behov.

Sammanfattningsvis menar alltså Warde (2005) att praktiker är en kombination av tre delar som tillsammans existerar när aktörer uttrycker sig själva genom aktion och konsumtion är ofta en viktig del av praktiker men konsumtion utgör ingen egen praktik.

Hartmann (2016) bygger vidare på den tidigare definitionen av konsumentpraktik som presenterats och introducerar även produktionsbegreppet i konsumentpraktik. För att förstå konsumentpraktik belyser Hartmann (2016) vikten av de frågor som finns inbäddade i denna teoretiska gren och dessa

utgörs av en övergång från frågeställningar baserade på "vem?" till "Vad, hur och varför?" som är en övergång från resultat- till praktikorientering. Hartmann (2016) utvecklar även Wardes (2005) nexus och använder istället för "förståelse, tillvägagångssätt samt förbindelser" en nexus baserad på begreppen "objekt, utförande och mening" (översatt från engelskans objects, doings, meanings). Objekt innebär de "specifika objekt som tillhör en specifik praktik" (Hartmann, 2016; Arsel and Bean, 2013; Epp and Price, 2010; Truninger, 2011). Utförande åsyftar "praktisk förståelse samt set av rutinemässiga kroppsliga aktiviteter (Hartmann, 2016; Schatzki, 1996) och mening är "generell förståelse och regler". Denna modell innebär att fokuset därför flyttas från enhet för analys, t.ex. konsumenten till en tredelad förklaring.

För att ytterligare förstå sambandet mellan individ menar Hartmann (2016) att individen utgör en "bärare" av praktiken samt att det finns s.k. "underlättare" (översatt från engelskans facilitator) som agerar som ett ramverk för utförandet av praktiken. Det bör dock poängteras att praktiker inte är statiska och kan inhysa stora variationer även om en praktik kan te sig snarlik en annan. Warde (2005) menar dessutom att mängden praktiker konstant ökar samt att det sker en successiv förändring av dessa praktiker, vilket exempelvis sker genom att praktikerna påverkar varandra.

För att sammanfatta konsumentpraktik kan det förstås ur ett historiskt kontext där ANT blev inkorporerat i marknadsföring och bryter ner tidigare uppdelningar. Praktiker i konsumentbeteendeforskning kan beskrivas som en modell som förklarar agerande utifrån en interaktion mellan objekt, utförande och mening där konsumtion oftast är en del av praktiken. Praktiker är inte heller statiska och existerar inte utan agerande, de är dynamiska i den mån att de hyser stora variationer och interagerar samt utvecklas ständigt i samspelet med varandra. Motiveringen av användning av denna teori återkommer i kapitel 5 av denna studie.

4.3 Marknadspraktik

Den konsumentorienterade praktikteorin brister i dess förklaringsmodell i förhållande till att beskriva marknaden ur ett större perspektiv då dess natur huvudsakligen är inriktat mot konsument beteendevetenskapliga frågeställningar. Praktikteori är dock fortfarande relevant för att förklara marknaden vilket följande avsnitt kommer visa.

I den tidigare diskussionen kring vad marknadsbegreppet har för förhållande till marknadsföringsfältet beskrevs hur denna studie kommer att utgå ifrån en syn på marknad (sföring) (översatt från engelskans market) som ett verb istället för marknad som ett substantiv. Detta innebär enligt Mele et al (2015) en övergång från en konceptualisering av marknaden som ett utbyte mellan tillverkare och köpare till en förklaringsmodell som huvudsakligen förklarar ekonomisk organisering. Ett exempel på den övergången är den forskning som Kjellberg & Helgesson (2007) beskriver som marknadspraktik. Denna inriktning av forskning baseras på praktikteori och i likhet med den beskrivning som återfinns i tidigare avsnitt kring konsumentpraktik är grundfundamenten i denna forskningsgren liknande. Marknadspraktik utgår ifrån ansatsen att marknaden inte existerar oberoende av dess aktörer utan marknader skapas när aktörer representerar sig själva (Mele et al, 2015). Alltså behandlar denna forskning huvudsakligen vad relevanta aktörer gör utifrån ett "specifikt och konkret sätt" (Mele et al, 2015). Istället för ett sedan innan existerande ramverk som styr marknaden utmanar denna forskningsgren nationalekonomiska antaganden till förmån för en mer komplex tolkning av marknaden där en större variation antas mellan/inom olika marknader, alltså flyttas fokuset från singular till plural. Det finns inte en *marknad* utan det finns *marknader* och dessa

marknader förändras kontinuerligt (Kjellberg & Helgesson, 2007). Marknader kan därför inte beskrivas som att de *är* något utan snarare att de *blir* något (Mele et al, 2015). Detta innebär utifrån en ontologisk ståndpunkt en övergång från ett objektivet perspektiv till ett tolkande förhållningssätt (Mele et al, 2015).

Kjellberg & Helgesson (2007) använder en liknelse med skapandet av engelska trädgårdar för att beskriva relationen mellan den traditionella nationalekonomiska beskrivningen av marknaden samt det förhållningssätt som författarna menar ger en mer korrekt beskrivning av marknader. Det nationalekonomiska perspektivet kan genom trädgårdsliknelsen ses som en trädgård som baseras på en vild och naturlig miljö. Det Kjellberg & Helgesson (2007) menar är dock att engelska trädgårdar egentligen inte baseras på en replika av en okontrollerad natur utan snarare följer en sådan trädgård regler och försöker efterlikna naturporträtt i renässansstil. Alltså en replika av en representation med inbyggda ideal och idéer .

För att utveckla de av nationalekonomi bortglömda komponenterna som formar marknader har Kjellberg & Helgesson (2007) utvecklat ett ramverk baserat på praktikteori. I likhet med Wardes (2005) och Hartmanns (2016) modeller består det marknadspraktiska ramverket av en trekategorimodell. De tre kategorierna utgörs av i) utbytespraktiker (översatt från engelskans exchange practice) ii) föreställande praktiker (översatt från engelskans representational practices) iii) normaliserande praktiker (Kjellberg & Helgesson, 2007). Syftet med denna modell är enligt Kjellberg & Helgesson (2007) att förstå hur marknader skapas samt återskapas. Nedan följer en presentation av dessa kategorier samt hur de samverkar med varandra.

Utbytespraktiker täcker de praktiker som innebär "fullbordandet av individuella ekonomiska utbyten" (Kjellberg & Helgesson, 2007) och med det avses de konkreta marknadsmässiga praktiker som krävs för att göra en transaktion. Kjellberg & Helgesson (2007) exemplifierar att t.ex. pridförhandlingar samt överrenskommelse angående leverans utgör aktiviteter inom denna praktik. I likhet med det som Hartmann (2016) beskriver som "underlättare" finns det också aktiviteter som hjälper till att skapa ett ramverk för specifika utbyte och utgörs exempelvis av reklam samt produktjämförelser (Kjellberg & Helgesson, 2007).

Föreställande praktiker är de praktiker som producerar och reproducerar bilder av marknader. Dessa praktiker innebär att en specifik marknad med dess abstrakta och dynamiska natur kondenseras ner för att producera en sammanhållen bild av den specifika marknaden (Kjellberg & Helgesson, 2007). Genom att göra detta påverkar den skapade bilden även den marknad som porträtterades. Ett exempel enligt Kjellberg & Helgesson (2007) på en föreställande praktik är hur företag gör marknadsundersökningar för att sedan anpassa sin reklamkampanj som i sin tur påverkar marknaden för den marknad företaget riktar sig mot.

Normaliserande praktiker innefattar de aktiviteter vars syfte är att forma eller omforma strukturer på den specifika marknaden ifråga genom såväl formella regler som informella eller frivilliga regler (Kjellberg & Helgesson, 2007). Ett exempel på en formell normaliserande praktik kan t.ex. vara statliga åtgärder för att begränsa monopolet på en marknad medan en frivillig normaliserande praktik kan t.ex. vara svenska dagligvaruhandels överenskommelse kring åldergräns vid köp av energidryck (Svensk dagligvaruhandel, 2017)

Denna trekategorimodell innebär dock inte en separation av dessa praktiker utan de bör förstås utifrån den kontext där modellen appliceras, alltså är varje praktik kopplad till en specifik marknad och det går inte att göra en värdering kring vikten av en specifik praktik på en marknad. Dessa tre praktikområden bör enligt Kjellberg & Helgesson (2007) inte heller separeras från varandra utan bör betraktas som sammankopplade och tolkning mellan samt inom dessa praktikområden benämns som "översättningar" (översatt från engelskans translations). Detta kan kortfattas beskrivas som en process där de tre sammankopplade praktikområdena har inflytande på, samt inom varandra. Översättningarna innebär en dialog mellan praktikområdena och ett utbyte där områdena tolkas varpå de utövar inflytande på varandra. De olika översättning mellan praktikområdena i modellen har vanligtvis en viss karaktär enligt Kjellberg & Helgesson (2007) vilket presenteras nedan.

Utbytespraktiker översätts oftast genom mätningar och studier till föreställande praktiker (Kjellberg & Helgesson, 2007), vilket bl.a. sker genom det som tidigare beskrivits som marknadsundersökningar. I förhållande till normaliserande praktiker översätts oftast utbytespraktiker genom intressen, alltså konkreta praktiker som utgör *modus operandi* på en specifik marknad påverkar den normaliserande processen bl.a. genom att acceptera eller avfärda nya lagar eller regler beroende på hur aktörer på den marknaden redan agerar.

Föreställande praktiker översätts enligt Kjellberg & Helgesson (2007) genom resultaten till utbytespraktikerna. Alltså de representationer av en marknad som skapas kan användas i utbytespraktikerna genom bl.a. motivera en viss prissättning utifrån en uppmålad bild av hur den specifika marknaden sett ut tidigare. Den översättning som sker mellan föreställande praktiker till normaliserande praktiker benämner Kjellberg & Helgesson (2007) som "förklarande" vilket innebär att för att skapa strukturer baserat på regler krävs det en förklaring av hur den specifika marknaden ser ut och som produceras genom de föreställande praktikerna.

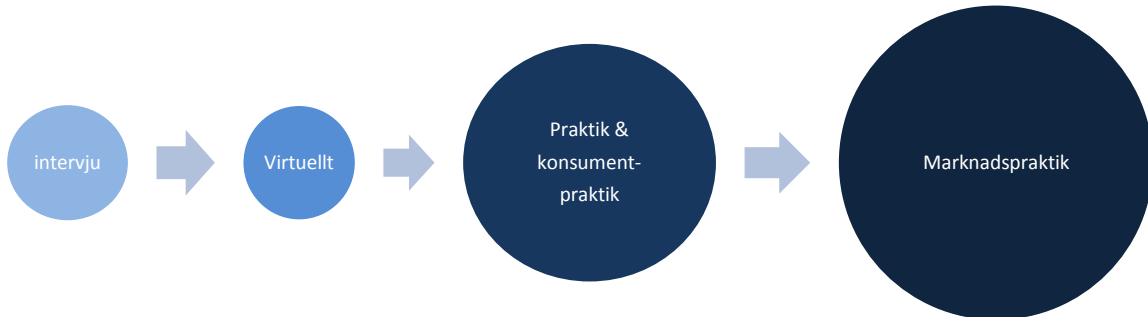
Normaliserande praktikers översättning till utbytespraktiker förklaras av Kjellberg & Helgesson (2007) som regler och verktyg. Detta innebär konkret att så väl informella och formella regler direkt påverkar hur utbyten genomförs, t.ex. nationella lagar som dikterar att ockerpriser är förbjudet. De föreställande praktikerna påverkas av normaliserande praktiker i den mån att de normaliserande praktikerna bidrar med strukturer kring hur föreställningar av en marknad ska porträtteras. Ett exempel kan t.ex. vara marknadsföringslagens inverkan på hur företag på en marknad inte får felaktigt beskriva marknaden för sin egen vinning genom att lagstiftningen stipulerar att statistik som presenteras måste vara vetenskapligt belagd.

4.4 Studiens förhållningssätt till den teoretiska referensramen

För att sammanfatta det förhållningssätt som denna studie har till den teoretiska referensramen bör det anmärkas att detta kapitel enbart presenterar teori som genom studiens abduktiva ansats växt fram. Det är alltså varken en motivation eller en diskussion kring det teoretiska ramverkets applicerbarhet på empirin. Skälet till detta är att detta kapitel enbart ämnade att presentera medan nästkommande kapitel i denna studie istället ämnar att motivera valet av teoretiska modeller samt diskutera dessa val.

5. Resultat och analys

Detta kapitel kommer presentera den inhämtade empirin och tolka denna. Detta för att kunna presentera och diskutera hur den förhåller sig till teorin. För att läsaren av studien ska kunna förstå den abduktiva processen, följer resultat- och analysavsnittet den kronologi som studien haft.



Flödesschemat ovan illustrerar hur detta kapitel är disponerat. Färgskalan ämnar att ge en beskrivning av den abduktiva ansatsen, från en huvudsaklig induktiv ansats till en mer deduktiv. Storleken påvisar vikten av de teoretiska referensramarna i förhållande till empirin i detta kapitel.

5.1 Presentation av intervjupersoner

I kapitel 3 som behandlar metoden som denna studie baseras på beskrivs det hur urvalet för studien ser ut samt hur själva intervjuerna som genomförts är strukturerade. Nedan kommer urvalet av intervjupersoner att redogöras för samt hur intervjuerna påverkade det fortsatta urvalet och den inriktning inhämtning av empirin fick. Presentationen ämnar därför att bidra till motiveringen av studiens urval samt ge läsaren en överblick av intervjupersonerna inför analysen.

- Alltså jag försöker ju mest minimera mina förluster och kanske gå lite plus när jag jagar eller ägnar mig åt gruvdrift, finns ju dom som kör lite mer intensivt och tävlar." Eson" är en sån, han är ju med och tävlar i toppskitet i de flesta tävlingar och tror att han spenderar lite mer på Entropia [Universe] än vad jag gör. - Rocky

- Om man ser Entropia [Universe] som ett spel ... funkar ju [jakt, gruvdrift, tillverkning osv.] nästan likadant och verkar bygga på samma mekanik bara lite andra objekt - Rocky

- Finns ju också dom som inte spelar alls utan mest står och snackar eller köper och säljer grejer ... och nybörjarna - Rocky

Den inledande intervjun utifrån det kontaktnät som författaren har, skedde med "Rocky" och den bidrog med en beskrivning av hen som en medelspelare vars primära intresse i Entropia Universe är spelaspekten i den virtuella världen. Genom citaten ovan identifierades totalt fyra kategorier av deltagare i Entropia Universe samt med ett namn för att utforska en av dessa kategorier. Identifierade av kategorier och användandet av intervjupersonen är det som utgör kvoturvalet samt snöbollsurvalet i denna studie medan valet av "Rocky" som intervjuperson kännetecknas som ett bekvämlighetsurval. En redogörelse av kategorierna återfinns efter genomgången av intervjupersonernas presentation.

- Jag satsar på detta för att vinna grejer, inte så bra för plånboken men vill man vara i toppen så kan man inte spela snålt, då blir man en medelmåtta - Eson

- För mig finns det tre nivåer av spelare, nybörjare, medelspelare och eliten. Det gäller oavsett vad man gör [jagar, gruvsdrift eller tillverkning] - Eson

- Ja och dom som inte spelar, som bara snackar och är återförsäljare finns ju också... Threep[wood] är en sådan som gör sånt hela dagarna - Eson

Efterföljande intervju genomfördes i enlighet med identifieringen av en deltagare i Entropia Universe med smeknamnet "Eson". Intervjun förstärkte bilden av de tidigare kategorierna samt placeringen av "Rocky" som medelnivå i förhållande till "Eson" som är på elitnivå och gav ytterligare ett exempel på en intervjuperson att intervjua.

- För mig är det roligast att prata med folk och samtidigt försöka tjäna lite pengar som jag kan lägga på min karaktär - Threepwood

- Finns ju nybörjare...medelspelare... eliten men jag är inget av dom egentligen. - Threepwood

Den sista intervjun, baserad på uppgifterna "Eson" gav, blev därför med "Threepwood" vars huvudsakliga intresse i den virtuella världen inte är spelaspekterna utan sociala aspekter. Intervjuerna tillsammans belyser därför hur Entropia Universe huvudsakligen innefattar spelorienterade sysselsättningar men utöver detta finns också de som valt att ägna sig åt de sociala aspekterna. Detta förstärker därför motivationen av avgränsningen mot Entropia Universe då såväl sociala samt spelaspekter finns representerade.

Motiveringen till avslutandet av intervjuer som återfinns i kapitel 3 grundas i den mättnad av kategorier som uppstod under intervjuprocessen. De fyra identifierade kategorierna, varav en exkluderades, ledde till att studien betraktar deltagarna i universumet som är av relevans för studien utifrån tre huvudsakliga kategorier, i) Medelspelare ii) Elitspelare iii) Socialt och/eller handelsorienterade spelare. Genom att ha en intervjuperson i varje kategori och där alla är eniga om dessa huvudkategorier anser författaren av denna artikel att det inte var relevant att utvidga kategorierna. Mängden intervjupersoner i varje kategori motiveras i sin tur av hur pass uttömmande intervjuerna blev samt ytterligare potentiella uppslag på intervjupersoner. Då adekvat djup uppnåddes enligt författaren av denna studie för att kunna utföra en analys blev resultatet att fler intervjuer inte behövde genomföras. Fler uppslag på potentiella personer att intervjua identifierades inte heller vilket befäster slutpunkten för intervjuprocessen. Det bör dock poängteras att dessa kategorier inte är statistiska utan baserade på intervjupersonernas uppfattning kring sin egen roll samt hur de uppfattar andra deltagare, alltså är kategorierna inte direkt bundna till några direkta aktiviteter.

Den exkluderade kategorin som identifierades under intervjuerna är nybörjarkategorin, alltså helt nya deltagare i universumet. Nybörjarkategorin präglas av okunskap kring den virtuella världen och det är därmed svårt att extrahera någon djupare förståelse från denna kategori av spelare i förhållande till studiens syfte. En liknelse kan göras vid en studie med målet att utforska t.ex. kunders uppfattning av en livsmedelsbutik där det ter sig irrelevant att utfråga potentiella nya kunder som precis klivit in genom dörren för att få en rättvis bild av vad livsmedelsbutiken innefattar.

Vidare identifierades det att en viktig aspekt i den virtuella närvaron för alla tre respondenter är att berika sin kunskap och delta i diskussioner. Framförallt spenderar alla respondenterna tid på det officiella forumet "Planet calypso forum" (PCF) där varje intervjuperson hade sina huvudsakliga

intresseområden. Forumets roll kommer utvecklas senare i detta kapitel. För att se en kort sammanfattning av intervjupersonerna, se bilaga 3.

5.2 Att förstå det virtuella

I studiens syfte ingår begreppet virtuell, det är därför av vikt att förstå vad den virtuella kontexten innebär samt dess natur för att vidare kunna applicera teoretiska modeller i syfte att behandla marknadsfenomenet. Detta avsnitt kommer därför behandla relationen mellan de resultat som framkommit av studien samt de teoretiska ramverk som finns för att beskriva virtuella världar.

- Jag lägger mycket av min fritid på Entropia [Universe] och även en hel del pengar, lite beroende på hur det ser ut med lön osv. i det verkliga livet - Eson

- Skulle inte säga att det är någon större skillnad mellan den jag är i Entropia [Universe] och den jag är i verkliga livet, jag har ju vänner som jag hittat här och umgås med i verkligheten och vice versa - Threepwood

- Klart att det finns någon slags skillnad, svårt att sätta fingret på vad, kanske har något med att man måste ha någon typ av dator för att vara med eller att i Entropia [Universe] har du liksom inte livsnödvändiga behov utan du gör saker för att det är kul. Samtidigt är det ju mycket som är samma och det flyter ju ihop, i verkligheten pratar jag om Entropia [Universe] och i Entropia [Universe] pratar jag om grejer som händer i verkligheten t.ex. - Rocky

Citaten ovan avslöjar att det inte är självklart hur en distinktion ska dras mellan det som utgör det virtuella samt det som är verkligt. Det som framgår tydligt är dock att det som Castronova (2002) beskriver som den magiska cirkeln inte är en adekvat beskrivning, då magisk cirkel som något separerat från verkligheten inte stämmer överens med intervjupersonernas uppfattning av den virtuella verkligheten. Den virtuella närvaron i likhet med det som Lehdonvirta (2010) beskriver som invändningen mot en skarp gränsdragning, är dynamisk och innefattar ett utbyte mellan det som sker i virtuella världar och den verkliga världen. Intervjun med "Rocky" bekräftar dock delar av den definition av virtuella världar som Boellstorff (2012) presenterar, det finns en digital aspekt inbäddat i förståelsen av vad som utgör en virtuell värld. Det faktum att alla intervjupersonerna är i formen av digitala karaktärer som interagerar med författaren av studie i en artificiell värld med en känsla av rum förstärker de kännetecknen av en virtuell värld som Boellstorff (2012) beskriver.

- Mindark är ju dom som bestämmer vad som ska finnas, så är det men oavsett vad de introducerar för objekt eller mål i spelet är det ju upp till oss [deltagare i den virtuella världen] att köpa/använda dom. Finns flera tillfällen ... [när] Mindark har släppt saker som ingen ville ha men sen kom någon på något smart sätt att använda dom på och plötsligt ville alla ha dom. - Eson

- Det är verkligen inte så att nylanserade grejer är det som folk vill ha, det som är värt mest är ju dom gamla sakerna - Rocky

För att förstå de egenskaper som den virtuella ekonomin besitter presenterar Castronova (2002) några huvudsakligen säregenskaper med den virtuella ekonomin i jämförelse med en verklig ekonomi. Den första, och den enda som intervjuerna berörde var uppfattningen kring utvecklaren av den virtuella världens roll. Castronova (2002) menar att utvecklaren besitter förmågan att direkt påverka prissättningen på föremål i den virtuella världen. De ovan presenterade citaten av "Eson"

samt "Rocky" pekar dock på att användare i den virtuella världen har ett stort inflytande på hur ekonomin formas, att spelutvecklaren inte ensam kan styra marknaden utan i bästa fall sker detta i symbios med användarna.

Det går även i likhet med det Lehdonvirta (2010) menar angående risken med dikotomin mellan virtuellt och verkligt, att ifrågasätta huruvida Castronovas (2002) uppdelning är relevant. Som visat av intervju materialet i detta avsnitt ter sig den virtuella världen dynamisk med ett flytande förhållande mellan verklighet och virtuellt. Castronovas (2002) modell ter sig därför aningen statisk och en beskrivning av marknaden kommer därför behöva en annan modell än den nationalekonomiskt inspirerad modellen

I processen att förstå den virtuella aspekten identifierades som tidigare nämnt att deltagarna har ett inflytande på hur de virtuella föremålen värderas och accepteras. Denna studie bytte därför delvis inriktning för att fokusera på vidare på deltagarna i universumets roll istället och därmed inte inkludera utvecklarens roll. En inkluderingen av utvecklarens roll skulle innebära en hel del speltekniska aspekter och därmed flytta fokuset från den virtuella världen och in på utvecklarnas kontor.

5.3 En varierad aktivitet

Under intervjun ställdes en mängd frågor med syfte att bidra till förklaringar av hur intervju personernas aktiviteter hänger samman med marknaden. En initial genomgång samt tolkning presenteras nedan.

- Som du vet jagar jag ju mest, inte alltid på samma sätt utan det beror lite på situationen och vad jag är sugen på - Eson

- [när] jag pratar med folk är det ju av olika anledningar, ska jag köpa eller sälja något så pratar vi ju om det eller när jag bara pratar med mina vänner kan det vara lite hur som helst. - Threepwood

Frågorna angående de aktiviteter som intervju personerna engagerar sig åt visade att en huvudsyssla, som t.ex. att "Eson" primärt sysslar med jakt, innebär inte en kontinuerlig upprepning av samma process. Varje aktivitet, även de mer sociala innefattar variationer vilket citatet av "Threepwood" ovan belyser. I enlighet med tidigare identifikation av den virtuella världen som flytande eller dynamisk blir det därför allt mer relevant att den teoretiska kopplingen ger utrymme för variationer. Att vara jägare eller återförsäljare är därför inte ett statiskt begrepp utan ett samlingsbegrepp för variationer inom ett område. För att vidare utforska detta och utreda kopplingen mellan deltagarna i en virtuell värld samt deras aktiviteter bör därför den teori som används ta hänsyn till stora variationer under ett tak.

Den teoretiska referensramen som uppfyller de tidigare nämnda kriterierna är praktikteori och i huvudsak konsumentpraktik. Praktikteori tillåter variationer att existera då denna teoretiska modell utgår från varje enskilt utförande av en aktivitet enligt Warde (2005), där variationerna inom bland annat jakt kan samlas i ett ramverk av förståelse utan att förlora dynamiken. Konsument praktikteori utvecklas närmare i nästa avsnitt.

5.4 Konsument praktikteori i en virtuell värld

Följande stycke ämnar att beskriva kopplingen mellan de resultat som presenteras samt den konsument praktikteoretiska modellen. Studien antar en mer deduktiv förhållning till empirin för att samla de identifierade teman som kan knytas an till den praktikteoretiska modellen.

- Ska jag gå ut och jaga måste jag först bestämma vad jag vill gör, ha kul och hoppas på tur eller att försöka bli bättre och vara effektiv, sen bestämma vad jag ska använda för utrustning och köpa det som är nödvändigt - Rocky

Citatet ovan avslöjar att en aktivitet som t.ex. jakt utgörs av flera viktiga ställningstaganden samt utförande av lämpliga åtgärder för att uppnå resultatet av dessa beslut. Utifrån den konsument praktikmodell som Hartmann (2016) argumenterar, går det att dela upp citatet av Rocky i tre delar som tillsammans utgör en specifik jaktpraktik. Objekten i detta fall utgörs av den utrustning som krävs för att kunna ägna sig åt jakten. Utförandet innefattar själva jagandet men också de förberedande samt avslutande aktioner så som att inhandla utrustning och transporter. Meningen innebär det syfte som jakten har, att ha kul eller att förbättra effektiviteten. Dessa tre delar påverkar i sin tur varandra. Genom att bestämma syftet visar exempelvis "Rocky" i citatet ovan hur utrustningen som väljs påverkas men även själva utförandet blir också påverkat både direkt av slopade effektivitetskrav, men också indirekt genom att utrustningen påverkar de förberedelser som krävs.

- När jag agerar som återförsäljare drivs jag ju av ett vinstsyfte, pengar som kan gå till att köpa något snyggt till min karaktär... Kläderna är i och för sig inte bara snygga utan folk respekterar en mer om de ser att man lagt tid och pengar på det. - Threepwood

- För att sälja något får jag ju stå och göra reklam ett tag, eller kontakta folk som jag tror vill ha det jag säljer - Threepwood

Återigen går det att applicera Hartmanns (2016) modell, om än på mer sociala och handelsorienterade aktiviteter i den virtuella världen. Objekten utgörs i detta fall av virtuella föremål som "Threepwood" vill köpa eller sälja. Utförandet innebär de steg som krävs för att få något köpt eller sålt, t.ex. att göra reklam. Meningen utgörs primärt av ett vinstintresse och sekundärt av att växa sitt sociala kapital. Då modellen kan appliceras på så väl de spelorienterade aktiviteterna samt de socialt eller handelsorienterade aktiviteterna förstärker detta relevansen av modellen i att förstå deltagarnas aktioner.

- Ska jag t.ex. ut och testa min tur i gruvdrift måste jag nästan alltid köpa lite nya grejer av andra spelare då dessa "lyckoamuletter" har en begränsad livslängd och går sönder vid användning - Eson

Hittills har dock inte marknadens relation till aktiviteterna diskuterats vilket är nödvändigt för att studie ska uppnå sitt syfte. Enligt Warde (2005) finns det nästan alltid ett moment av konsumtion i varje praktik vilket citatet av "Eson" också porträtterar. Genom att konsumera "lyckoamuletter" i det som kan beskrivas som en lyckojagande gruvdriftspraktik bekräftar inte "Eson" enbart Wardes (2005) teori utan introducerar även hur marknadsinteraktion finns inbäddat i olika praktiker.

- För att vara återförsäljare gäller det att förstå vad saker är värda och varför, har man inte båda så finns det risk att man hamnar i en dålig situation...Jag använder ju bl.a. auktionshuset för att köpa och sälja grejer men det beror lite på vad det handlar om [för föremål] - Threepwood

"Threepwood" har ett naturligt inbäddat förhållande till marknader i sina aktiviteter som återförsäljare. I "Threepwoods" utförande av återförsäljarpraktiken är dock inte konsumtionsmomentet lika självklart som i fallet med "Eson". Det går att påstå att alla deltagare i viss mån alltid konsumerar när de träder in i den virtuella världen genom att de nyttjar den värld som Mindark har skapat. Frågan är dock om detta är ett intressant förhållningssätt till konsumtionsmomentet då det inte egentligen bidrar till någon vidare kunskap av relevans för denna studie. Ett kanske mer intressant förhållningssätt till "Threepwoods" marknadsorienterade praktik är att betrakta konsumtionsmomentet som konsumerandet av andra deltagares uppmärksamhet och utrymme i de offentliga rum som finns i den virtuella världen för att bygga kontakter och göra reklam för sin verksamhet. Alltså behöver inte konsumtionsmomentet vara direkt kopplad till någon form av utbyte på den specifika marknaden men citatet av "Threepwood" belyser ändå hur marknader i den virtuella världen ändå finns närvarande i de flesta praktiker, både i den direkta bemärkelsen som exemplet med "Eson" som engagerar sig i utbyte men också "Threepwoods" nyttjande av marknader som forum och med sin ständiga närvaro.

- Det är ju olika [angående föremåls införskaffande] beroende på vad det är för föremål, vissa grejer är ju lite slit och släng så man lägger inte så stor vikt vid dom... andra saker är ju viktigare och då kan det vara bra att ha...[Threepwood] som hjälper till att hitta dom till ett bra pris - Rocky

Hartmann (2016) använder begreppet "underlättare" för att beskriva just det som citatet ovan porträtterar. I detta fall blir "Threepwood" en underlättare av "Rockys" interaktion på marknaden genom att förenkla processen att införskaffa mer väl valda föremål. Detta bidrar till att förstå komplexiteten i marknadsutövandet eftersom "Rocky" menar att inkluderingen av "Threepwood" som underlättare inte är ett givet steg varje gång han gör ett utbyte på marknader. Det förstärker även konsumentpraktikteori som en lämpligare modell än t.ex. en nationalekonomisk modell där aktörerna är mer statiska än de dynamiska roller som konsumentpraktikteori inkluderar, vilket är enligt det Hartmann (2016) och Warde (2005) menar är styrkan i modellen.

- Ska jag köpa eller sälja något som jag investerat mycket i... [behöver jag] kolla runt för att förstå hur det föremålet är i jämförelse med andra liknande föremål och göra lite undersökningar av vad jag tror det är värt - Eson

- [Jag] brukar använda entropedia och pcf (planet calypso forum) för att först jämföra föremålet och sen kollar jag forumet angående vad folk säljer saken för och om det finns någon tillsalu just nu - Rocky

Relationen mellan marknaden för ett specifikt föremål och intervjupersonerna illustreras i citaten ovan. Dessutom visar citaten också på de plattformar utanför den virtuella världen samt hur dessa anses vara viktiga för utformningen av marknader. För att tolka detta går det att använda nexusen som består av objekt-mening-utförande som Hartmann (2016) presenterat och samla dessa praktiker under vad som kan förklaras som konsument köppraktiker eller konsument försäljningspraktiker. En sådan användning av modellen bidrar till mer förståelse kring de praktiker som skapar marknader. Ett exempel på hur detta skulle kunna appliceras är på citatet av "Eson" i ett köpsammanhang. Objektet skulle i detta fall primärt utgöras av det objekt som "Eson" söker att köpa, utförandet innefattar primärt insamlingen av kunskap kring objektet samt meningen utgörs direkt av en önskan införskaffa något nytt föremål och indirekt att t.ex. utveckla sin karaktär. Exemplifieringen är inte heltäckande utan medvetet enkel i syftet att ge en bild av hur praktikteori kan fokuseras mot

marknadssammanhang. Givetvis kan exemplet med "Eson" ovan vara mer djuplodande och identifiera fler aspekter men då studiens fokus är på marknaderna och inte konsumenten, anses en djupdykning inte relevant.

Användandet av den konsumentpraktiska modellen som baseras på Hartmann (2016) och Warde (2005) i ett marknadssammanhang ger, som presenterat i föregående stycke, viss förståelse för kopplingen mellan användarna i ett virtuellt universum. Även förståelse kring den variation av marknader som finns i den virtuella världen, samt i viss mån utanför den virtuella världen. Det finns dock brister med denna modell. Även om det går att identifiera praktiker som berör marknaden och i likhet med stycket innan går det att skapa modeller för att förstå köp/sälj- aktiviteter, går det att ifrågasätta huruvida detta ger en helhetsbild av en specifik marknad. Är köp/sälj- aktiviteter det som skapar marknaden? Det går att utveckla dessa för större inkludering av aspekter i Hartmanns (2016) modell men det är ändå tveksamt om detta är en tillräckligt innefattande modell för att beskriva marknadsfenomenet. Användandet av modellen ger en grundförståelse som detta avsnitt har visat men nästa avsnitt kommer utveckla denna tankegång och försöka undvika en fragmenterad och partiell förklaringsmodell.

5.5 Virtuella marknadspraktik

I kapitel 5 har praktikteori anammats som ett perspektiv för att tolka empirin. Det praktikteoretiska perspektivet har bidragit med en initial förståelse kring hur deltagarna i Entropia Universe agerar i förhållande till olika marknader. De brister som förra avsnittet påtalade angående risken för en partiell bild av de olika marknaderna ämnar detta stycke att råda bot på. För att utveckla den praktikteoretiska modellen kommer detta avsnitt att presentera resultaten i förhållande till marknadspraktikmodellen, utvecklad av Kjellberg & Helgesson (2007). I samband med detta kommer också de observationer samt historiska datainsamlingen att presenteras. Då detta avsnitt är mer omfattande kommer det att delas in i mindre avsnitt, baserat delvis på den struktur som Kjellberg & Helgessons (2007) artikel följer, för att underlätta läsarens förståelse av kopplingen mellan resultaten och det teoretiska ramverket.

5.5.1 Planet calypso forums roll

Hittills har denna studie diskuterat virtuella världars beskaffenhet, hur det går att tolka aktiviteter i den virtuella världen samt i viss mån hur deltagare i den virtuella världen interagerar med marknaden. I avsnitt 5.4 introducerades också vikten av de plattformar som finns utanför den virtuella världen och huvudsakligen forumet "Planet Calypso Forum" vilket kommer få en viktig roll i efterföljande analys och också bidra med att placera intervjupersonerna i en större kontext, vilket kommer förklaras senare i detta kapitel.

- Behöver man fråga något eller förstå något så är [Planet calypso forum] en guldkälla...[jag] besöker ofta jaktsektionen, den generella diskussionen eller marknadsplatsen för att läsa andras åsikter... ofta får man länkar skicka till sig från forumet [i den virtuella världen] om något man borde läsa... eller så berättar folk för mig om saker de läst - Eson

- Det som är skön [med planet calypso forum] är att alla är samlade på ett ställe och alla diskussioner är där också mer eller mindre - Rocky

Det citaten ovan beskriver är vikten av det officiella forumet för deltagarna i den virtuella världen där deltagarna kan fördjupa sin förståelse av den virtuella världen men det belyser också att forumet är

en aggregering av den diskussion som förs i Entropia Universe. Detta motiverar att inkludera forumet i studien även om det faller utanför själva universumets ramar och inkluderingen är en naturlig del av den netnografiska andan. För den marknadspraktiska modellen är forumet en central del i förståelsen vilket efterföljande avsnitten i detta kapitel kommer belysa.

5.5.2 Utbytespraktik

Kjellberg & Helgessons (2007) beskriver att utbytespraktiker utgör de mest konkreta praktikerna i den modell de presenterar. Följande avsnitt kommer därför visa på de utbytespraktiker som studien identifierat.

Säljare: Startpris 7500 PED "Köp nu"-pris 8500

Köpare: Jag bjuder 7500, men budet gäller bara fram till [två dagar fram i tiden]

Säljare: Noterat, om ingen bjuder över innan dess är den din

Säljare: [efter två dagar] Du vann, den är din. När och var ses vi?

Köpare: Ikväll, skickar ett meddelande när jag är inne.

- Utdrag ur en säljannons på Planet Calypso Forum

Utdraget ovan skildrar flera utbytespraktiker enligt Kjellman & Helgessons (2007) beskrivning. Det är konkreta praktiker som behandlar det konkreta utbytet av varor, i detta fall en försäljning av ett objekt i utbyte mot den virtuella världens valuta. Praktikerna som återfinns i utdraget ovan utgörs bl.a. av den prisdiskussion som förs men också genom att köparen sätter villkor på sitt bud. För att använda Hartmanns (2016) begrepp "underlättare" går det att beskriva själva forumet och marknadsförandet av föremålet som ett verktyg som underlättar detta utbyte genom att koppla ihop köpare och säljare samt en plattform för att komma överrens kring villkoren för utbytet. Det bör dock förtydligas att marknadspraktikerna beskrivna ovan från Entropia Universe inte är universella, det är ett exempel från ett utbyte på en specifik marknad. Det är viktigt att ha i åtanke att Kjellberg & Helgessons (2007) modell inte talar om ett marknadsbegrepp utan marknader skapas och återskapas kontinuerligt med olika praktiker.

5.5.3 Föreställande praktiker

Enligt Kjellberg & Helgesson (2007) är de föreställande praktikerna de av kanske störst vikt för att särskilja denna modell från andra modeller som skildrar marknadsfenomenet. För att illustrera hur dessa praktiker återfinns i relation till Entropia Universe följer ett exempel nedan med tillhörande analys.

Nunoko: Jag tror att alla dessa unika [föremål] kommer bara vara värda några hundra om några år.. [föremål] liknande kommer ju hela tiden, och som dessutom är bättre . Jag tycker det är intressant att folk betalar 30 000 PED för något som kommer vara värt 500 om några år.

StellaBlue: Jag tror att priset folk är villiga att betala alltid är marknadspriset... folk ser att det är en investering.

Wizz: Dom[föremålen] har redan börjat tappa i värde, alla diskussioner om marknaden för dom gör folk rädda.

Messi91: Det är en investering [att köpa föremålen] och dom är värda sitt pris, tro mig jag har en och jag tror inte alls att marknaden kommer krascha för folk kommer alltid vilja ha bra saker.

- Utdrag från en diskussion på Planet calypso forum angående ett nytt föremål i Entropia Universe

Diskussionen kan utifrån perspektivet av föreställande praktiker ses som ett försök att förstå marknaden för ett föremål genom att måla upp en bild av hur marknaden ser ut samt spekulationer angående dess framtid. Det går att tolka "Nunokos" diskussion som delvis ett intresse i att förstå och ett försök att föreställa sig marknaden men också att skydda sig själv från att göra en dålig investering. "Messi91" försöker å andra sidan påverka marknaden i en annan riktning baserat på sina upplevelser och i hans intresse ligger också att försvara marknaden då "Messi91" äger föremålet i fråga. Intressen är en viktig del i det som Kjellberg & Helgesson (2007) menar är viktigt i förståelsen av föreställande praktiker, vilket diskussionen kring denna specifika marknad i viss mån uttrycker, intressena präglar i hög grad föreställandet.

5.5.4 Normaliserande praktiker

Den sista kategorin i Kjellberg & Helgessons (2007) modell är de normaliserande praktiker som i viss mån är det mest abstrakta i förhållande till de deltagarskapade marknader i Entropia Universe som studien baseras på. Eftersom denna studie huvudsakligen fokuserar på den roll som deltagarna har i förhållande till marknader kommer följande stycke att exkludera de normaliserande praktiker som Mindark, utvecklaren av Entropia Universe utför och dess inverkan. Detta enligt tidigare motivering kring relevansen av detta område (se avsnitt 5.1). Eftersom deltagarna i Entropia Universe inte har någon gemensam lagstiftning eller annan direkt bindande regelverk annat än ramarna för Entropia Universe och tillhörande forum kommer följande stycke närmare studera informella och frivilliga normaliserande praktiker på marknaderna.

Zelldot: Alltså priserna har ju sjunkit massor för [detta föremål], alla håller på och tävlar om vem som kan sälja för minst verkar det som. Snart kommer det ju vara värdelöst. Kan inte alla bara komma överrens om ett minimumpris eller försöka spara och inte sälja när priserna är låga? Alla tjänar ju på det i längden...Med nuvarande priser kommer jag ju aldrig kunna sälja.

Rocket: Finns ju folk som betalar mer då och då [än marknadspriset]

Svarog: Visst finns det folk som betalar mer men denna marknad kan ju inte baseras på välgörenhet. Det kommer aldrig gå att hålla uppe det priset och folk som inte har koll kommer ju bli lurade att tro att [föremålet] är värt mer.

Threepwood: Tyvärr men detta är en riktigt dålig idé, det kommer aldrig funka för mig när jag köper eller säljer [på denna marknad] för jag har ingen lust att betala mer än nödvändigt... också hur ska du hålla kolla så att detta efterlevs på marknaden?

- Utdrag från Planet calypso forum angående en diskussion om en gemensam insats för att bygga upp en struktur för att skydda mot prisfall

Utdraget ovan illustrerar det som Kjellberg & Helgesson (2007) beskriver som ett försök att påverka normerna som styr en specifik marknad. "Zelldot" verkar utifrån sina intressen och försöker etablera en norm för prissättning och konkurrens på marknaden, vilket tydligt går att koppla ihop med tanken

kring egenintresse som en drivkraft bakom normaliserande praktiker som Helgesson & Kjellberg (2007) menar finns. Detta innebär inte nödvändigtvis att försöken är framgångsrika. I utdraget ovan framgår det att det initiala förslaget om försök till förändring av normerna inte mottogs med öppna armar utan exempelvis "Svarog" påstår att denna förändring av normer är en omöjlighet och en dålig idé. En annan aspekt som framkommer är att denna normaliserande praktik är att kopplingen till de två andra kategorierna av praktiker i Kjellberg & Helgessons (2007) modell börjar kunna urskiljas, bl.a. genom att "Zelldot" målar upp en bild av marknaden vilket kännetecknar en föreställande praktik. Det är därför relevant att vidare utforska kopplingen mellan de olika praktikområdena i Kjellberg & Helgessons (2007) modell.

5.5.5 Översättningar mellan de tre praktikområdena

I föregående avsnitt identifierades det som Kjellberg & Helgesson (2007) beskriver som översättningar mellan de tre praktikkategorierna. Följande avsnitt ämnar att utveckla förståelsen av översättningar i förhållande till den empiri och de marknadspraktiska modeller som redan presenterats i studien.

Me Really Never: Hur ser marknaden ut för detta[virtuellt föremål] idag?

Bogdanc: Den kostar 2240 PED att tillverka

Sub-Zero: Jag värderar den under 150 långsiktigt på grund utav alternativen

John Weaver: Jag sålde en liknande för 3050 PED för en vecka sedan

BinfordW: Enligt auktionshistoriken ligger den på mellan 2000-3000 PED

- Utdrag från Planet Calypso Forum angående marknaden för ett specifikt föremål

Översättningarna mellan de olika praktikområdena är enligt Kjellberg & Helgesson (2007) av olika natur, översättningen från utbytespraktiker till föreställande praktiker är av mätningar eller studier och detta framgår av utdraget ovan. För att "Me Really Never" ska få en bild av marknaden för ett specifikt föremål, alltså en föreställande praktik, bidrar övriga medlemmar med statistisk från genomförda utbyten. Detta illustrerar den inverkan som utbytespraktiker har på föreställande praktiker. För att förstå den inverkan som utbytespraktiker har på normaliserande praktiker går det att återanvända utdraget från avsnitt 5.5.4 angående ett exemplet av en normaliserande praktik. Enligt Kjellberg & Helgesson (2007) präglas översättningen från utbytespraktiker till normaliserande praktiker av intressen vilket framgår i avsnitt 5.5.4. I det utdraget görs ett försök till en normförändring för utbytespraktiker, vilket detta avsnitt behandlar senare men det sker också en reaktion mot den utförda normaliserande praktiken. "Svarog" och "Threepwood" representerar i detta fall utbytespraktiken och motsätter sig den förslagna normförändringen och i synnerhet "Threepwood" påpekar sitt eget intresse som motståndare mot förändringar i utbytespraktiken på denna marknad.

Me Really Never: Köpes: [specifikt virtuellt föremål] Efter mitt inlägg om [specifikt virtuellt föremål] kom jag fram till att det är rimligt att betala mellan 2000-3000 PED beroende på skick, hör av dig om du är intresserad

Utdraget angående marknaden för det specifika föremålet som inleder avsnitt 5.5.5 ligger sedan till grund för den bild som målas upp av marknaden i utdraget ovan, det Kjellberg & Helgesson (2007) beskriver som en översättning från föreställande praktiker till utbytespraktiker i form av resultat. I utdraget ovan använder alltså "Me Really Never" den samling av utbytespraktiker hen har identifierat för att skapa en marknadsporträttering och i sin tur påverkar detta prissättningen vilket är en del av utbytespraktiken. Det är alltså delvis ett skapande av marknad men också en reproduktion av tidigare marknad för detta föremål.

Översättningen från föreställande praktiker till normaliserande praktiker benämner Kjellberg & Helgesson (2007) som förklarande. Avsnitt 5.5.4 avslutades med identifierandet av en översättning från ett praktikområde till ett annat och genom förståelsen kring den "förklarande översättningen" går det att tolka utdraget i avsnitt 5.5.4 som en översättning mellan föreställande praktiker samt normaliserande praktiker. I "Zelldoths" inlägg inleder hen med en porträttering av den berörda marknaden för att bekräfta relevansen med målsättningen att påverka den rådande normen vilket är ett tydligt exempel på en förklarande översättning.

Det sista området är översättningarna från normaliserande praktiker till de två andra praktikområdena. Översättningarna från normaliserande praktiker till utbytespraktiker har avsnitt 5.5.4 delvis behandlat men för att utveckla detta och förstå det utifrån Kjellberg & Helgessons (2007) modell börjar detta stycke med att förstå den översättning som benämns som "regler och verktyg" (Kjellberg & Helgesson, 2007). Utdraget i avsnitt 5.5.4 visar på hur de normaliserande praktikerna översätts som "regler och verktyg" till utbytespraktiker. "Zelldoth" försök till en normförändring, enligt hen själv och som framgår i utdraget är att normerna ska direkt påverka utbytespraktikerna på den marknad som diskuteras genom införandet av frivilliga regler. Det utgör ett tydligt försök att upprätta regler för utbytespraktiken. Här blir det alltså en växelverkan mellan intressen utifrån det som presenterades tidigare i avsnitt 5.5.5, en översättning från utbytespraktiker till normaliserande praktiker samt en översättning mellan normaliserande praktiker till utbytespraktiker. Detta illustrerar det som Kjellberg & Helgesson (2007) menar angående att de marknadspraktiska områdena inte är exkluderade från varandra utan det är en processen av översättningar som pågår i olika riktningar hela tiden samt att dessa översättningar påverkar varandra.

Översättningen från normaliserande praktiker till föreställande praktiker präglas enligt Kjellberg & Helgesson (2007) av strukturer för att göra korrekta porträtteringar av marknaden. Denna fråga lyfter "Threepwood" i utdraget som finns i avsnitt 5.5.4 där hen ifrågasätter hur den förslagna normförändringen egentligen ska kunna mätas vilket påtalar en brist i "Zelldoths" försök att förändra normen på denna marknad. Detta då det inte framgår hur normen ska påverka porträtterandet av marknaden i fråga. Utdraget belyser också vikten av översättningar för att lyckas förändra normen, det går att spekulera i att avfärdandet av "Zelldoths" förslagna normförändring delvis misslyckas då det inte framgår hur den ska översättas och påverka föreställningspraktiken.

5.5.6 Sammanfattning av den marknadspraktikers relevans

I detta kapitel har studien tillämpat Helgesson & Kjellbergs (2007) modell för att tolka den insamlade empirin. Alla de praktikområden som nämns i den marknadspraktiska modellen har återfunnits i det insamlade materialet och det har också visat hur de olika praktikområdena hänger ihop genom de olika översättningar som finns i modellen.

Tillämpningen av modellen har bidragit med en förståelse av marknader som utgjorda av tillhörande praktiker och i enlighet med det som Mele et al (2015) menar visar den marknadspraktiska modellen hur marknader *blir* istället för att marknader *är* något. Modellen belyser också hur specifika marknader i Entropia Universe har sina egna praktiker, alltså är det inte relevant att prata om *marknaden* utan istället bidrar modellen med *marknader* som ett synsätt.

Det är går också att se hur den marknadspraktiska modellen är en förlängning av det som identifierades i avsnitt 5.4 där en initial förklaring av den deltagarskapade marknadens framväxt. Avsnitt 5.5.5 har dock vidgat den förståelsen från enbart konkreta utbytesorienterade praktiker till de mer abstrakta men viktiga de praktikområdena "normaliserande" samt "föreställande". Genom att addera dessa praktikområden går det därför att tydligare förstå de strukturer som skapar marknader.

6. Slutsats och framtida forskning

Följande kapitel ämnar att knyta ihop studien och samla den kunskap som presenterats i studien. I slutet av kapitlet presenteras också förslag på framtida forskningsuppdrag som framkommit under arbetet med denna studie.

6.1 Slutdiskussion

Syftet med denna studie var att förstå hur deltagare i virtuella världar skapar marknader med hjälp av de tre forskningsfrågor som finns i kapitel 1.

Litteraturgenomgången visade att det saknas forskning kring hur deltagare i virtuella världar skapar marknader vilket motiverade denna studie. För att utforska detta område krävdes en induktiv ansats då en sedan innan given teoretisk referensram saknades. Genom valet av kvalitativa intervjuer för att nå djup i förståelse ämnar denna studie att successivt förstå kopplingen mellan intervjupersoner, plattformen och marknaden. Intervjuerna kompletterades med observationer och datainhämtning för att bidra med kontext.

Under studiens gång blev det relevant att förstå vad virtuella miljöer är samt hur de uppfattades av deltagarna för att kunna applicera en teoretisk referensram. Studien fann att det finns vissa tekniska aspekter som i viss mån kännetecknar en virtuell värld men att gränsdragningen är flexibel och till den virtuella världen finns det plattformar. I detta fall Planet Calypso Forum som är en del av uppfattningen av den virtuella världen Entropia Universe trots att det är en annan plattform. Vidare identifierades också att det finns variationer inom de aktiviteter som utförs vilket kräver en dynamisk förklaringsmodell. För att tillgodose kravet på variationer och flexibilitet användes praktik teori som en modell utifrån utförande där variationerna kunde tolkas utifrån specifika aktiviteter vilket bidrog till förståelse kring relationen mellan objekten, utförande och mening i den virtuella världen. Den praktikteoretiska modellen gav också en koppling till konsumtion och marknaden där utbyten på en viss marknad ofta ingick i varje praktik. Bilden av marknader var dock otillräcklig i viss mån vilket framgick när studien lyfte perspektivet något och introducerade den marknadspraktiska modellen som en förlängning av praktikteori. Den marknadspraktiska modellen bidrog, i relation till den empiri som hämtats från Planet Calypso Forum med en mer omfattande förklaring av hur marknader skapas utifrån de tre kategorier som modellen bygger på och i samband med de översättningar som görs mellan dessa praktikområden. I relation till den marknadspraktiska modellen framgår det att plattformen Planet Calypso Forum som en viktig samlingspunkt för de praktikområden som utgör modellen, där översättningarna mellan områdena var tydliga att se. I viss mån illustrerade även diskussionerna på Planet Calypso Forum svårigheterna att som deltagare skapa eller förändra normer vilket kan vara intressant att studera vidare. Det som studien också försökt illustrera är hur de vardagliga praktikerna inom olika sysselsättningar, t.ex. jakt eller gruvdrift, har marknadsinteraktion inbäddat och på så vis överlappar med den marknadspraktiska modellen.

Det huvudsakliga bidraget med denna studie är just modeller för hur de deltagarskapade marknaderna kan förstås. Eftersom marknader skapas och återskapas kontinuerligt är det inte relevant att försöka lista avgörande faktorer och generalisera dessa till ett marknadsbegrepp utan på grund utav variationerna bör förståelsen vara kontextuell. Alltså marknader *är* inte utan de *blir* och detta kan innehålla i princip en oändlig mängd variationer, modellen bidrar inte med en specifik förklaring av ett marknadsbegrepp utan ett perspektiv på hur de skapas genom interaktion eller som Kjellberg & Helgesson benämner det: översättningar. Översättningar är den process där

praktikområdena formar de strukturer som rör en viss marknad och utgör därmed en viktig del i förståelsen kring utformningen av marknaden.

Vad ligger då den praktiska nyttan i sådan förståelse? För utvecklare av virtuella världar kan t.ex. förståelsen av marknadens skapande utifrån det marknadspraktiska perspektivet bidra med hur plattformar ska designas för främja marknadens skapande. Utvecklarens deltagande i de olika praktikområdena kommer påverka översättningarna och i sin tur hur marknaden utformas. Insikten av att Planet Calypso Forum är viktigt för översättningsprocessen i marknadsskapande kan motivera ett större inkluderande eller nyttjande av den plattformen i förhållande till den virtuella världen.

Slutligen är det också av relevans att även om denna studie utgår ifrån en första generations virtuell värld, är det virtuella fortfarande högaktuellt i samhället som stort men också inom marknadsföring. Det denna studie har visat är att genom den interaktion som sker, uppstår konsumtion och till följd av det också marknader. Framtiden kommer sannolikt att präglas av det virtuella och genom denna förståelse av marknadsfenomen kan framtida virtuella världar byggas på plattformar där en förståelse av variationer och olika aktiviteter bidrar till mer relevanta upplevelser för deltagarna.

6.2 Framtida forskning

Då fältet kring marknadens skapande i virtuella världar är tämligen outforskat finns det många potentiella uppslag till framtida forskning. Under studiens gång har författaren upptäckt flera intressanta sidospår som inte anses vara relevanta för denna studie men som utgör spännande uppslag, nedan kommer några av dessa att presenteras.

Ett uppslag är att vidare utforska utvecklarens roll i skapandet av marknader i virtuella världar. Genom att kombinera spelutvecklingsteori samt den marknadspraktiska modellen skulle det gå att se t.ex. genomslaget av de normativa aktioner som utvecklaren försöker driva igenom samt att utforska varför dessa normativa processer är framgångsrika eller misslyckas. Detta skulle fördjupa den marknadspraktiska modellen i förhållande till virtuella världar samtidigt som det kan hjälpa utvecklare att skapa mer relevanta åtgärder i den virtuella världen.

Ytterligare studier skulle också kunna fokusera på skillnader mellan marknadspraktik i verkligheten samt i det virtuella. Detta skulle sannolikt ge ytterligare förståelse kring viktiga aspekter i respektive praktikområde och bidra med förståelse av den virtuella naturen alternativt att utveckla en specialanpassad marknadspraktisk modell för virtuella världar.

Uppslagen är som sagt många och utöver de ovan nämnda finns det en stor kunskapslucka med många intressanta uppslag och som kan kombinera kunskap från en rad olika teoretiska fält.

7. Bilagor

7.1 Bilaga 1

Författare	Verk	Beskrivning	Typ av värld
Castronova	On Virtual Economies	Diskurs angående virtuella världars värde som ett eget fenomen med slutsatsen att dessa världar har unika egenskaper	GVV/SVV
Castronova, Knowles, Ross	Policy questions raised by virtual economies	Gränsdragningsdiskussion mellan virtuellt och reellt samt spelutvecklarnas roll i den ekonomiska modellen	GVV/SVV
Castronova, Falk	Virtual Worlds: Petri Dishes, Rat Mazes, and Supercolliders	Att makro-nivå experiment kan utföras med hjälp av virtuella världar - distinktion mellan andra former av experiment är ej relevant	GVV/SVV
Huffaker, Simmons, Bakshy, Adamic	Seller activity in a virtual marketplace	Förklaring av säljares aktivitet på marknader i virtuella världar - listar faktorer som påverkar	SVV
Ross	Playing the market and sharing the loot: consumption limits in a virtual world	Hur kulturen för acceptabelt beteende på marknaden i FF IX skapas och reproduceras	GVV
Huang	An Examination of the Business Strategies in the Second Life Virtual Market	Utvärdering av ekonomisk aktivitet utifrån företagsekonomiska modeller	SVV

Mäntymäki, Salo	Teenagers in social virtual worlds: Continuous use and purchasing behavior in Habbo Hotel	Studie av motivation och konsumtionsbeteende i virtuella världar	SVV
Nhu	Consumer Tribes in Virtual Worlds: Case Audition Online Game	Förklaring av motivation för att köpa virtuella varor	GVV
Jung, Pawlowski	Understanding consumption in social virtual world: A sensemaking perspective on the consumption of virtual goods	Hur uppfattar användarna i en virtuell värld konsumtion av virtuella varor	SVV
Verhagen, Feldberg, van Den Hooff, Meents, Merikivi	Understanding users' motivations to engage in virtual worlds: A multipurpose model and empirical testing	Studie av motivation till att delta i virtuella världar	SVV
Jung, Pawlowski	Virtual goods, real goals: Exploring means-end goal structures of consumers in social virtual worlds	Konsumtionsmålsättningar i virtuella världar	SVV
Halvorson	Virtual worlds: marketing implications and applications	Vikten av virtuella världar som plattform för marknadsföring	SVV
Zackariasson, Wåhlin, Wilson	Virtual Identities and Market Segmentation in Marketing in and Through Massively Multiplayer Online Games (MMOGs)	Virtuella identiteter samt dess marknadsföringsimplikationer	GVV
Castronova, Williams, Shen, Ratan, Xiong, Huang, Keegan	As real as real? Macroeconomic behavior in a large-scale virtual world	Studie av makroekonomiska beteendemodeller kan appliceras på virtuella världar	GVV
Heeks	Understanding "Gold Farming" and Real-Money Trading as the Intersection of Real and Virtual Economies	Nationalekonomiska idéer applicerade på virtuella världar samt effekterna av "guldfarmande" och distinktionen mellan verklig/virtuell	GVV
Safferling, Lowen	Economics in the Kingdom of Loathing: Analysis of Virtual Market Data	Huruvida det är möjligt att studera nationalekonomiska fenomen i virtuella världar	GVV
Lehdonvirta	Virtual Worlds Don't Exist: Questioning the Dichotomous Approach in MMO Studies	Diskussion kring den felaktiga dikotomin mellan virtuell och verklig	GVV/SVV

Lehdonvirta	Real-Money Trade of Virtual Assets: New Strategies for Virtual World Operators	Strategidiskussion angående handeln med virtuella varor för verkliga pengar	GVV/SVV
Lehdonvirta, Wilska, Johnson	Virtual Consumerism: Case Habbo Hotel	Virtuell konsumtionskultur	SVV
Lehdonvirta	Real-Money Trade of Virtual Assets: Ten Different User Perceptions	Studie av inställning hos konsumenter för handel med virtuella varor med verkliga valutor	GVV/SVV

7.2 Bilaga 2

Intervjuguide

• *Det virtuella*

- Hur uppfattar du det virtuella?
- Vart tycker du gränsen går mellan virtuellt och verkligt - samt varför?
- Hur ser du på dig själv i den virtuella världen jämfört med den verkliga världen? Finns det likheter eller skillnader?
- Hur ser du på att Entropia Universe innefattar riktiga pengar?

• *Aktiviteter*

- Vad gör du i Entropia Universe?
- Hur vet du vad du ska göra?
- Vad behöver du för att göra det du gör?
- Hur skaffar du det du behöver?
- Vad är det som driver dig till att göra olika saker i Entropia Universe?
- Gör du alltid saker på samma sätt?
- Hur ser du på dina aktiviteter? Finns det någon ram för att förstå det?
- Hur ser du på andras aktiviteter i förhållande till dina?
- Hur uppfattar du marknaden i Entropia Universe?
- Har du någon interaktion med marknaden i Entropia Universe, i så fall hur ?
- Interagerar du med andra, i så fall hur?
- Kan man se på objekt olika i Entropia Universe, hur?
- Hur vet man vad något är värt?
- Hur tar man reda på att något är bra?
- Tror du andra har liknande förhållande till objekt som du?
- Tror du andra har liknande förhållande till marknaden som du har?

• *Utöver den virtuella världen*

- Använder du något som handlar om Entropia Universe men som är utanför själva världen?
- Hur använder dessa plattformar?
- Vad är det du tittar på / letar efter?
- Varför använder du dessa plattformar?
- Hur ser du på ditt användande i förhållande till andra deltagares användande?
- Vad spelar dessa plattformar för roll i den virtuella världen?

• *Övriga frågor*

- Hur mycket tid spenderar du i den virtuella världen ?
- Hur mycket tid spenderar du på plattformar ?(om du spenderar tid där alls)
- Hur mycket pengar spenderar du i den virtuella världen?

Dessa frågor utgör ramverket för intervjun, detta innebär varken att det följde denna kronologi eller att alla frågor ställdes eller ställdes utifrån denna formulering. Intervjuguiden bör ses som just en guide och inte som en strikt återgivning av de faktiska intervjuerna. Eftersom intervjuerna var ett samtal där intervjupersonerna redan hade en koppling till intervjuaren var tonen vänskaplig och tillåtande.

7.3 Bilaga 3

Smeknamn:	Rocky	Eson	Threepwood
Huvudsaklig aktivitet i den virtuella världen	Jakt med sporadiska inslag av gruvsdrift	Tävlingsinriktad jakt med sporadiska inslag av gruvsdrift samt tillverkning	Återförsäljning, socialt umgänge samt kosmetiska varor
Uppskattad tid i den virtuella världen per vecka	30h	25-30h	35h
Uppskattad tid spenderat på tillhörande Uppskattad mängd verkliga pengar spenderat per månad	1000-2000 SEK	8000 SEK	0-500 SEK
Kategori av spelare	Medelspelare	Elitnivå	Social / Handel
Kategorier på forumet som besöks	Generell diskussion, Jaktsektionen, marknadsplatsen, ekonomisektionen	Jaktsektionen, Föremålssektionen, Marknadsplatsen	Generell diskussion, Ekonomisektionen, Marknadsplatsen, Föremålssektionen, Övriga sociala sektioner

8. Källförteckning

- Boellstorff, T. (2012). *Ethnography and virtual worlds : A handbook of method*. Princeton, N.J. ; Woodstock: Princeton University Press.
- Bryman, A., & Bell, E. (2011). *Business research methods (3.rd ed.)*. Oxford: Oxford University Press.
- Castronova, E. (2001). *Virtual Worlds: A First-Hand Account of Market and Society on the Cyberian Frontier*, CESifo Working Paper, No. 618
- Castronova, E. (2002). *On Virtual Economies*. CESifo Working Paper Series No. 752.
- Castronova, Knowles, & Ross. (2015). Policy questions raised by virtual economies. *Telecommunications Policy*, 39(9), 787-795.
- Castronova, Williams, Cuihua Shen, Ratan, Li Xiong, Yun Huang, & Keegan. (2009). As real as real? Macroeconomic behavior in a large-scale virtual world. *New Media & Society*, 11(5), 685-707.
- Chiang, O. (2010). Meet The Man Who Just Made A Half Million From The Sale Of Virtual Property. *Forbes*. Web. 22 May 2017.
- Entropedia. (2017). About. Entropedia.info/about. Web. 22 May 2017.
- Entropia Life. (2017). What is Entropia Life. entropialife.com/about/WhatIsEntropiaLife.aspx. Web. 22 May 2017.
- Francesca, G. & Wilton, D. (2013). Jon Rafman's Second Life Art. *Dazed* . Web. 22 May 2017.
- Halvorson, W. (2010). *Virtual worlds : Marketing implications and applications (Doctoral thesis / Luleå University of Technology)*. Luleå: Department of Business Administration and Social Sciences, Division of Industrial Marketing, Luleå University of Technology.
- Hartmann, B.J. (2016), "Peeking behind the mask of the prosumer: Theorizing the organization of consumptive and productive practice moments," *Marketing Theory*, March (16), 3-20.
- Heeks, R. (2010). Understanding "Gold Farming" and Real-Money Trading as the Intersection of Real and Virtual Economies. *Journal For Virtual Worlds Research*, 2(4).
doi:<https://doi.org/10.4101/jvwr.v2i4.868>
- Huffaker, D., Simmons, M., Bakshy, E., & Adamic, L. (2010). Seller activity in a virtual marketplace. *First Monday*, 15(7), NP.
- Hultén, P., Hultman, J., & Eriksson, L. (2007). *Kritiskt tänkande (1. uppl.. ed.)*. Malmö: Liber.
- Jeppsson , P. (2006). Ernst Billgren gör virtuell konst till låtsasvärlden Entropia. *PCförAlla*. Web. 22 May 2017.
- Kjellberg, H., & Helgesson, C. (2007). On the nature of markets and their practices. *Marketing Theory*, 7(2), 137-162.
- Kozinets, R. (2015). *Netnography : Redefined (2nd ed.)*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

- Lehdonvirta, V. (2005). Real-Money Trade of Virtual Assets: Ten Different User Perceptions. Proceedings of Digital Arts and Culture (DAC 2005), IT University of Copenhagen, Denmark, pp. 52-58.
- Lehdonvirta, V. (2008). Real-Money Trade of Virtual Assets: New Strategies for Virtual World Operators. VIRTUAL WORLDS, Ipe, Mary, ed., pp. 113-137, Icfai University Press, Hyderabad, India.
- Lehdonvirta, V. (2010) Virtual Worlds Don't Exist: Questioning the Dichotomous Approach in MMO Studies. Game Studies, Vol. 10, No. 1.
- Mäntymäki, & Salo. (2011). Teenagers in social virtual worlds: Continuous use and purchasing behavior in Habbo Hotel. Computers in Human Behavior, 27(6), 2088-2097.
- Mele, C., Pels, J., & Storbacka, K. (2015). A holistic market conceptualization. Journal of the Academy of Marketing Science, 43(1), 100-114.
- Mindark. (2017). Accomplishments . Mindark.com. Web. 22 May 2017.
- Mindark. (2017). History . Mindark.com. Web. 22 May 2017.
- Mindark. (2017). Mindark PE AB . Mindark.com. Web. 22 May 2017.
- Mindark. (2017). MindArk PE AB Group. Mindark.com. Web. 22 May 2017.
- MMORPG.com. (2017). MMORPG Games - All MMO Games. MMORPG.com. Web. 22 May 2017.
- Orland, K. (2010). Mourning the decline of 3D virtual worlds. AOL News. Web. 22 May 2017.
- Parkin, S. (2016). After The Success Of Pokémon Go!, What Is The Future For Augmented Reality?. The Guardian. N.p. Web. 22 May 2017.
- PEAuction. (2017). PEauction. PEauction.com. Web. 22 May 2017.
- Planet Calypso Forum (2017). Thoughts on Reselling/Trading. Planetcalypsoforum.com. Web. 22 May 2017.
- Roby, H. (2014). A Supplementary Dictionary of Transport Studies (1st ed.). Oxford University Press.
- Ross, S. (2012). Playing the market and sharing the loot: consumption limits in a virtual world. Kapitel i boken: Digital Virtual Consumption. Routledge. 146-161
- Seto, Theodore P. (2009). When is a game only a game? The taxation of virtual worlds. University of Cincinnati Law Review, 77(3), 1027-1052.
- Smolak, H. (2015). Inspirera till att digitalisera – Att erhålla ett digitalt mindset i en analog organisation. LUP - Lund student papers.
- Superdata. (2012). Worldwide virtual goods market reaches \$15 billion. Monetization still a four letter word. Superdata.com. Web. 22 May 2017.
- Svensk dagligvaruhandel. (2017). Åldersgräns vid köp av energidrycker. Svenskdagligvaruhandel.se. Web. 22 May 2017.

TT. (2016). Vr-glasögon är årets julklapp. Dagens nyheter: ekonomi. Web. 22 May 2017.

Velázquez-Quesada, Soler-Toscano, & Nepomuceno-Fernández. (2013). An epistemic and dynamic approach to abductive reasoning: Abductive problem and abductive solution. *Journal of Applied Logic*, 11(4), 505-522.

Venkatesh, A., & Peñaloza, L. (2006). From marketing to markets: a call for paradigm shift. In J. N. Sheth & R. S. Sisodia (Eds.), *Does marketing need reform?*

Warde, A. (2005). Consumption and Theories of Practice. *Journal of Consumer Culture*, July (5), 131-153.

Weinberger, M. (2015). This company was 13 years early to virtual reality — and it's getting ready to try again. *Business Insider*. Web. 22 May 2017.

Whynot, T,A. (2011). *Success Through Collaboration: What the Players of World of Warcraft Can Teach Us About Knowledge Production and Sharing in Virtual Communities*. Halifax, N.C. ; Dalhousie university press