

Factors that influence the participation in online games: an empirical research

Dimitrios A. Chatzoudes

Democritus University of Thrace
Faculty of Engineering
Department of Production and Management Engineering
dchatzoudes@yahoo.gr

Konstantinos N. Avlonitis

Technological Educational Institute (TEI) of Kavala
School of Business and Economics
Department of Business Administration
cnsclon@yahoo.gr

Lazaros I. Sarigiannidis

Democritus University of Thrace
Faculty of Engineering
Department of Production and Management Engineering
lsarigia@pme.duth.gr

Dimitrios I. Maditinos

Technological Educational Institute (TEI) of Kavala
School of Business and Economics
Department of Business Administration
dmadi@teikav.edu.gr

Abstract

Online games represent a newly created segment of the entertainment market with significant prospects for future development. In general, the distinctive recreational nature of online games offers value to their users and stimulates their participation. Nevertheless, most previous studies have only focused on utilitarian motives that influence the usage of existing entertainment technologies, thus relatively neglecting all affective or experiential motives. In order to fill the gap in the literature, the present study suggests five experiential motives (enjoyment, concentration, escape, epistemic curiosity, social affiliation) that influence the participation in online games. Moreover, locus of control, a concept that refers to the extent to which individuals believe that they can control events in their life, is used as a moderating variable in the relationship between the five experiential motives and online game participation. The perspective of the research, as identified by the consumer behaviour literature is the experiential perspective. The proposed conceptual framework of the study was tested with the used of a newly developed structured questionnaire in a sample of 200 online gamers. The statistical analysis proved that the relationship between the experiential motives and the engagement in online gaming is stronger for persons with an external locus of control.

Keywords: Online games, Affective motives, Experiential motives, Locus of control, Empirical research

JEL Classification: M31, L82, L83, L86

Παράγοντες που επηρεάζουν την συμμετοχή σε διαδικτυακά παιχνίδια: μια εμπειρική έρευνα

Δημήτριος Α. Χατζούδης

Δημοκρίτειο Πανεπιστήμιο Θράκης
Πολυτεχνική Σχολή
Τμήμα Μηχανικών Παραγωγής και Διοίκησης
dchatzoudes@yahoo.gr

Κωνσταντίνος Ν. Αυλωνίτης

ΤΕΙ Καβάλας
Σχολή Διοίκησης και Οικονομίας
Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων
cnsclon@yahoo.gr

Λάζαρος Ι. Σαρηγιαννίδης

Δημοκρίτειο Πανεπιστήμιο Θράκης
Πολυτεχνική Σχολή
Τμήμα Μηχανικών Παραγωγής και Διοίκησης
lsarigia@pme.duth.gr

Δημήτριος Ι. Μαδυτινός

ΤΕΙ Καβάλας
Σχολή Διοίκησης και Οικονομίας
Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων
dmadi@teikav.edu.gr

Περίληψη

Τα διαδικτυακά παιχνίδια αντιπροσωπεύουν ένα νεοσύστατο τμήμα της αγοράς διασκέδασης με αρκετές προοπτικές οικονομικής ανάπτυξης. Ο έντονος ψυχαγωγικός χαρακτήρας των διαδικτυακών παιχνιδιών προσφέρει αξία στους χρήστες τους και οδηγεί στην αύξηση της συμμετοχής τους. Παρόλα αυτά, οι περισσότερες έρευνες που έχουν πραγματοποιηθεί στο παρελθόν έχουν μονάχα επικεντρωθεί στα ωφελιμιστικά κίνητρα (utilitarian motives) που επηρεάζουν την ενασχόληση με οποιοδήποτε τεχνολογικό μέσο. Ως εκ τούτου, τα συγκινησιακά ή εμπειρικά κίνητρα (affective ή experiential motives) που σχετίζονται με τις τεχνολογίες διασκέδασης είναι σχετικά παραμελημένα. Προκειμένου να καλυφθεί το συγκεκριμένο βιβλιογραφικό κενό, η παρούσα μελέτη προτείνει πέντε εμπειρικά κίνητρα που επηρεάζουν την πρόθεση για συμμετοχή σε διαδικτυακά παιχνίδια. Επιπλέον, το σημείο ή κέντρο ελέγχου (locus of control), χρησιμοποιείται ως διαμεσολαβητικός ερευνητικός παράγοντας στην σχέση ανάμεσα στα εμπειρικά κίνητρα και την συμμετοχή σε διαδικτυακά παιχνίδια. Η ερευνητική προσέγγιση που ακολουθείται, έτσι όπως προσδιορίζεται από το ερευνητικό πεδίο της συμπεριφοράς του καταναλωτή είναι αυτή της εμπειρίας (experiential perspective). Το προτεινόμενο εννοιολογικό πλαίσιο που αναπτύχθηκε ελέγχθηκε με την χρήση ενός δομημένου ερωτηματολογίου σε ένα δείγμα διακοσίων (200) παικτών διαδικτυακών παιχνιδιών. Η στατιστική ανάλυση απέδειξε ότι η σχέση ανάμεσα στα διάφορα εμπειρικά κίνητρα και την συμμετοχή σε διαδικτυακά παιχνίδια είναι ισχυρότερη για τα άτομα με εξωτερικό απ' ότι για τα άτομα με εσωτερικό σημείο ελέγχου.

Λέξεις κλειδιά: Διαδικτυακά παιχνίδια, Συγκινησιακά κίνητρα, Εμπειρικά κίνητρα, Σημείο ή κέντρο ελέγχου, Εμπειρική έρευνα

Τυποποίηση JEL: M31, L82, L83, L86

1. Εισαγωγή

Τα διαδικτυακά παιχνίδια αντιπροσωπεύουν ένα νεοσύστατο τμήμα της αγοράς διασκέδασης και ψυχαγωγίας με σημαντικές δυνατότητες ανάπτυξης. Το 2005, στην Αμερική, τα έσοδα από τα διαδικτυακά παιχνίδια ήταν 3,5 δις δολάρια και υπολογίζεται ότι θα φτάσουν τα 13 δις δολάρια μέχρι το 2011 (DFC Intelligence, 2006). Μόνο στη Νότια Κορέα, τα διαδικτυακά παιχνίδια έγιναν αιτία πωλήσεων ύψους 1,9 δις δολαρίων το 2006, ενώ η κορεάτικη αγορά αναπτύχθηκε με ποσοστό 20% κατά το 2007 (KGDPPI, 2007). Παρόλη τη φανερή ανάπτυξη της παγκόσμιας αγοράς διαδικτυακών παιχνιδιών, η έρευνα για την επίδραση τους στην ανθρώπινη συμπεριφορά είναι ακόμα και σήμερα περιορισμένη.

Τα βασιζόμενα στο διαδίκτυο παιχνίδια χρησιμοποιούν έναν ιστοχώρο ως μέσο διεπαφής και «παίζονται» από πολλαπλούς υπολογιστές (χρήστες). Μεταξύ αυτών των παιχνιδιών είναι και τα MMORPG's (massively multiplayer online role-playing games / παιχνίδια ρόλων με πολλαπλούς χρήστες) που είναι τα πλέον σύγχρονα και δημοφιλή (Griffiths et al., 2004). Τα παιχνίδια αυτά επιτρέπουν στους χρήστες να δημιουργήσουν ένα εικονικό χαρακτήρα του εαυτού τους (avatar), για να αλληλεπιδρούν όχι μόνο με τον κόσμο μέσα στο παιχνίδι, αλλά και με άλλους εικονικούς παίκτες (avatars) (Kolbert, 2001). Οι χρήστες έχουν τη δυνατότητα να δημιουργήσουν και να υιοθετήσουν μια σειρά από ταυτότητες, συμπεριλαμβανομένου της επιλογής του χρήστη για το φύλο, τη φυλή, το επάγγελμα και τη θρησκεία του εικονικού χαρακτήρα (deity alignment). Οι παίκτες μπορούν είτε να παίξουν σαν μέρος μιας ομάδας είτε μόνοι τους (Koo et al. 2007, Καραπιπέρης et al. 2008).

Τα παραπάνω χαρακτηριστικά των διαδικτυακών παιχνιδιών είναι εκείνα που προσφέρουν αξία στους χρήστες τους και τους οδηγούν στην αύξηση της συμμετοχής τους (Koo et al. 2007). Ως εκ τούτου, η ενίσχυση των χαρακτηριστικών αυτών πρέπει να αποτελεί βασικό στοιχείο των στρατηγικών προσέλκυσης νέων και διατήρησης των υπάρχοντων διαδικτυακών παικτών. Παρόλα αυτά, οι περισσότερες έρευνες που έχουν πραγματοποιηθεί στο παρελθόν έχουν εστιάσει την προσοχή τους μονάχα στην ωφελιμιστική διάσταση της τεχνολογίας και όχι στην διάσταση της χρήσης της για διασκέδαση και ψυχαγωγία (Hsu και Lu, 2004).

Σκοπός της παρούσας μελέτης είναι η δημιουργία ενός εννοιολογικού πλαισίου (conceptual framework) που θα αντιμετωπίζει σφαιρικά το ζήτημα, ενσωματώνοντας διάφορους παράγοντες που προβλέπουν την συμμετοχή σε διαδικτυακά παιχνίδια και δεν έχουν εκτενώς διερευνηθεί από την υπάρχουσα βιβλιογραφία. Πιο συγκεκριμένα, η παρούσα μελέτη θα διερευνήσει (α) τη σχέση ανάμεσα σε πέντε συγκινησιακά ή εμπειρικά κίνητρα (affective ή experiential motives) και την συμμετοχή σε διαδικτυακά παιχνίδια και (β) το διαμεσολαβητικό ρόλο του σημείου ελέγχου των χρηστών (locus of control) στην σχέση ανάμεσα στα εμπειρικά κίνητρα και την συμμετοχή.

Στην επόμενη ενότητα θα πραγματοποιηθεί μια αναλυτική ανασκόπηση της βιβλιογραφίας, ενώ θα ακολουθήσει η περιγραφή του εννοιολογικού πλαισίου της παρούσας έρευνας. Εν συνεχεία, θα περιγραφεί η ερευνητική μεθοδολογία που χρησιμοποιήθηκε προκειμένου να εκπληρωθούν οι ερευνητικοί σκοποί και στόχοι. Αμέσως μετά θα ακολουθήσει η παρουσίαση των αποτελεσμάτων της έρευνας και, εν συνεχεία, θα καταγραφούν τα κυριότερα συμπεράσματα της. Τέλος, θα παρουσιαστούν ορισμένες σημαντικές διοικητικές επιπτώσεις στην λειτουργία των επιχειρήσεων.

2. Βιβλιογραφική ανασκόπηση

2.1. Η κατανάλωση ως εμπειρία

Το επιστημονικό πεδίο της συμπεριφοράς του καταναλωτή (consumer behaviour) καλύπτει όλες τις σχετικές με την αγορά ενός προϊόντος δραστηριότητες, τις σκέψεις και τις επιδράσεις που συμβαίνουν πριν, κατά τη διάρκεια, και μετά την αγορά του προϊόντος (Σιώμκος, 2002). Επιπλέον, η έρευνα της συμπεριφοράς του καταναλωτή οργανώνεται σύμφωνα με τρεις ερευνητικές προσεγγίσεις, οι οποίες λειτουργούν ως οδηγοί για τον εντοπισμό των παραγόντων που επηρεάζουν την καταναλωτική συμπεριφορά (Mowen 1988, Σιώμκος 2002): (α) προσέγγιση της λήψης αποφάσεων, (β) προσέγγιση της εμπειρίας, (γ) προσέγγιση της συμπεριφορικής επίδρασης. Η παρούσα μελέτη εντάσσεται στην δεύτερη ερευνητική προσέγγιση, αυτή της εμπειρίας.

Σύμφωνα με τον van Raaij (1993), στην σημερινή κοινωνία του μεταμοντερνισμού δίνεται ιδιαίτερη έμφαση στη σημασία των συμβόλων, στην υποκειμενική εμπειρία και στην αντίληψη ότι κάθε άνθρωπος διαμορφώνει τις έννοιες γύρω του, τόσο με βάση τις κοινές όσο και τις μοναδικές γι' αυτόν εμπειρίες. Έτσι, ο κόσμος στον οποίο ζει ο σημερινός καταναλωτής αποτελείται από ένα μείγμα εικόνων, ενώ η κατανάλωση θεωρείται ότι προσφέρει ένα σύνολο διαφορετικών εμπειριών (Σιώμκος, 2004). Σύμφωνα με τον Σιώμκο (2004), ο σύγχρονος καταναλωτής επιθυμεί την απόκτηση νέων εμπειριών και συγκινήσεων που του προσφέρουν καινοτόμα προϊόντα.

Ο Csikszentmihalyi (1997) ανέπτυξε μια τυπολογία για την κατανόηση των διαφορετικών τύπων των ανθρώπινων εμπειριών, η οποία βρίσκει ιδιαίτερη εφαρμογή στην κατανόηση των καταναλωτικών εμπειριών. Ακρογωνιαίο λίθο της θεωρίας αποτελεί η παραδοχή ότι μια καλή ζωή χαρακτηρίζεται από την απόλυτη απορρόφηση του ατόμου από τη δραστηριότητά του, η οποία βιώνεται ως αυτοσκοπός. Η ικανοποίηση του ατόμου δεν προέρχεται από το αποτέλεσμα της προσπάθειάς του αλλά από τη δραστηριότητά του αυτή καθαυτή. Η συγκεκριμένη θεώρηση (flow experience) σχετίζεται σε μεγάλο βαθμό με τα διαδικτυακά παιχνίδια, τα οποία αποτελούν μια δραστηριότητα που απασχολεί το άτομο σε μεγάλο βαθμό και ένταση.

2.2. Το σημείο ή κέντρου ελέγχου (locus of control)

Σημαντικό παράμετρο στην παρούσα έρευνα αποτελεί το σημείο ή κέντρου ελέγχου (locus of control). Η έννοια αυτή αναπτύχθηκε και διατυπώθηκε για πρώτη φορά από τον Rotter (1966) αναφέρεται στην πεποίθηση που έχει ένα άτομο για την ικανότητά του να επιφέρει αλλαγή σε πράγματα ή καταστάσεις που συμβαίνουν στην ζωή του. Στην περίπτωση που κάποιος πιστεύει ότι όλα αυτά είναι αποτέλεσμα δικής του συμπεριφοράς ή προσπάθειας θεωρείται ότι έχει εσωτερικό σημείο ελέγχου, ενώ αν πιστεύει ότι αυτά είναι αποτέλεσμα της τύχης ή της μοίρας ή κάποιων άλλων ισχυρών ή απρόβλεπτων παραγόντων τότε θεωρείται ότι έχει εξωτερικό σημείο ελέγχου. Ωστόσο, θα πρέπει να διευκρινιστεί ότι το σημείο ελέγχου έχει να κάνει με την πεποίθηση που έχει το άτομο για τη δυνατότητά του να δράσει και όχι με το τι πραγματικά μπορεί να κάνει ή να επιτύχει (Μαλανδράκης και Παπαδέλη, 2006).

2.3. Προηγούμενες έρευνες για τα διαδικτυακά παιχνίδια

Προηγούμενες μελέτες που αφορούσαν στα διαδικτυακά παιχνίδια εστίαζαν περισσότερο σε διάφορα αρνητικά χαρακτηριστικά τους, όπως είναι ο εθισμός και η αυξημένη επιθετικότητα των χρηστών (Chou και Ting 2003,

Wan και Chiou 2006a, Wan και Chiou 2006b). Ο εθισμός στα διαδικτυακά παιχνίδια συνοδεύεται, συνήθως, με ακραίες συμπεριφορές, συναισθήματα ευφορίας, συμπτώματα στέρησης, υποτροπής, επαναφοράς και σύγκρουσης. Οι παίκτες που παίζουν περισσότερο από 41 ώρες την εβδομάδα, θεωρούνται εθισμένοι, μιας και η πολύωρη διαδικτυακή ενασχόληση είναι ιδιαίτερα πιθανό να έχει αρνητική επίδραση πάνω σε πτυχές της ζωής και της προσωπικότητάς τους (Griffiths et al. 2004, Wan και Chiou 2006b). Παρόλα αυτά, οι Chak και Leung (2004), διαπίστωσαν ότι μόνο το 14,7% των χρηστών μπορούν να θεωρηθούν ως εξαρτημένοι.

Οι έρευνες που εξετάζουν τα κίνητρα συμμετοχής σε διαδικτυακά παιχνίδια μπορούν να ταξινομηθούν σε τρεις ευρείες κατηγορίες, ανάλογα με το πεδίο το οποίο καλύπτουν: (1) χαρακτηριστικά γνωρίσματα του εικονικού περιβάλλοντος, (2) ψυχολογία των παικτών, (3) γνωστικοί (cognitive) και αντιληπτοί (perceptual) παράγοντες που επηρεάζουν την στάση και την συμπεριφορά των παικτών.

Η πρώτη κατηγορία εστιάζει σε χαρακτηριστικά γνωρίσματα όπως (Choi και Kim 2004, Griffiths et al. 2004): (α) η έλξη του εικονικού προσώπου (avatar) που αντιπροσωπεύει το χρήστη, (β) η ύπαρξη αληθοφανούς περιβάλλοντος και τεχνικών πλοήγησης που μοιάζουν με τις πραγματικές, (γ) η κοινωνική συνάθροιση και η ικανοποίηση από τη βία, (δ) οι προσωπικές και κοινωνικές αλληλεπιδράσεις, (ε) η ευκολία στο χειρισμό, η ανατροφοδότηση, η ακρίβεια των πληροφοριών, ο ρεαλισμός του σχεδιασμού και η συμμετοχή σε μια εικονική κοινωνία.

Η δεύτερη κατηγορία επικεντρώνεται στα παρακάτω γνωρίσματα (Shaw και Gant 2002, Chak και Leung 2004, Lo et al. 2005, Williams και Skoric 2005, Murray et al. 2007): (α) δημογραφικά χαρακτηριστικά χρηστών, (β) συνθήκες κοινωνικής ανησυχίας, (γ) επιθετικότητα, (δ) σημείο ελέγχου χρηστών, (ε) μοναχικότητα, (στ) αιδημοσύνη, (ζ) αυτοσεβασμός, (η) εσωστρέφεια και εξωστρέφεια των χρηστών. Η συγκεκριμένη ερευνητική κατεύθυνση υποστηρίζει ερευνητικά ότι άνθρωποι μοναχικοί, με χαμηλή αυτοεκτίμηση, υψηλή αίσθηση αιδημοσύνης, χαμηλό αυτοσεβασμό και ψυχολογικές νευρώσεις τείνουν να εθίζονται περισσότερο στα παιχνίδια μέσω διαδικτύου.

Η τρίτη κατηγορία ασχολείται κυρίως: (α) με εξωγενείς παράγοντες, όπως η αντιλαμβανόμενη χρησιμότητα και η ευκολία χρήσης, (β) με ενδογενείς παράγοντες, όπως η αντιλαμβανόμενη εμπειρία απόλαυσης και η απόλυτη απορρόφηση του ατόμου από τη δραστηριότητά του και (γ) με κοινωνικούς παράγοντες όπως οι κοινωνικοί κανόνες, η μόδα και η αντιλαμβανόμενη συνοχή μιας κοινωνικής ομάδας (Hsu και Lu, 2004, 2007).

Η παρούσα μελέτη αποτελεί συνδυασμό της δεύτερης και της τρίτης κατηγορίας εμπειρικών μελετών, μιας και επιχειρεί να προσδιορίσει τα κίνητρα τα οποία οδηγούν στην συμμετοχή σε διαδικτυακά παιχνίδια και, παράλληλα, να διασαφηνίσει την προσωπικότητα των χρηστών που φαίνεται να έλκονται περισσότερο προς τα παιχνίδια αυτού του είδους.

3. Το εννοιολογικό πλαίσιο της έρευνας

3.1. Εμπειρικά κίνητρα και συμμετοχή σε διαδικτυακά παιχνίδια

Προηγούμενες έρευνες που σχετίζονται με τα διαδικτυακά παιχνίδια έχουν προσδιορίσει διάφορους παράγοντες (κίνητρα) που οδηγούν στην αύξηση της χρήσης τους. Οι Choi και Kim (2004) και Hsu και Lu (2004) υποστηρίζουν ότι η απόλυτη απορρόφηση του ατόμου από το παιχνίδι (flow experience) αποτελεί μοναδικό κίνητρο συμμετοχής και εθισμού σε αυτό.

Οι περισσότερες, όμως, μελέτες που έχουν διαπραγματευτεί το συγκεκριμένο αντικείμενο έχουν καταγράψει περισσότερα από ένα κίνητρα που αυξάνουν την συμμετοχή στα διαδικτυακά παιχνίδια (Chou και Ting 2003, Yee 2006, Wan και Chίου 2006a): απώλεια της αίσθησης του χρόνου, απόλαυση του παιχνιδιού, τηλε-παρουσία, εξερεύνηση του παιχνιδιού, ψυχαγωγία και κάλυψη του ελεύθερου χρόνου, συναισθηματική εμπλοκή με το παιχνίδι, διαφυγή από την πραγματικότητα, κοινωνική ικανοποίηση, αίσθηση του επιτεύγματος, ενθουσιασμός, πρόκληση, ανάγκη για δύναμη, πρόδος στο ίδιο το παιχνίδι, μηχανική του παιχνιδιού, ανταγωνισμός, κοινωνικοποίηση, σχέση μεταξύ των παικτών και ομαδική προσπάθεια, αίσθημα της ανακάλυψης, υπόδηση ενός ρόλου, προσωποποιημένη λογική του παιχνιδιού και διαφυγή από την πραγματικότητα.

Μεταξύ των πολυάριθμων παραγόντων (κινήτρων) που έχουν προταθεί από τις παραπάνω μελέτες, μονάχα πέντε έχουν αποδειχτεί στατιστικά σημαντικοί. Η ερευνητική διχογνωμία σχετικά με τους παράγοντες αυτούς καθιστά ιδιαίτερη ενδιαφέρουσα την συνολική διερεύνηση τους από την παρούσα μελέτη. Οι πέντε παράγοντες οι οποίοι θα εξεταστούν είναι η αντιλαμβανόμενη απόλαυση (enjoyment), η απώλεια της αίσθησης του χρόνου (concentration), η απόδραση από την ρουτίνα (escape), η επιστημική περιέργεια (epistemic curiosity) και η ενσωμάτωση σε μια κοινωνική ομάδα (social affiliation) (Koo et al., 2007).

Οι πέντε αυτοί παράγοντες εδράζουν την ύπαρξη τους στο επιστημονικό πεδίο της συμπεριφοράς του καταναλωτή, και πιο συγκεκριμένα εντάσσονται στην ερευνητική προσέγγιση της εμπειρίας (βλέπε και παράγραφο 2.1). Ως εκ τούτου μπορούν να προσδιοριστούν εννοιολογικά και ως συγκινησιακά ή εμπειρικά κίνητρα (affective / experiential motives). Περαιτέρω, αξίζει να σημειωθεί ότι η αντιλαμβανόμενη απόλαυση, η απώλεια της αίσθησης του χρόνου και η απόδραση από την ρουτίνα προέρχονται από την τυπολογία των ανθρώπινων εμπειριών του Csikszentmihalyi (1997), ενώ η επιστημική περιέργεια και η ενσωμάτωση σε μια κοινωνική ομάδα προέρχονται από το πεδίο της έρευνας που σχετίζεται με τις καταναλωτικές εμπειρίες (Griffiths et al., 2004).

Η αντιλαμβανόμενη απόλαυση ορίζεται ως ο βαθμός κατά τον οποίο η συμμετοχή σε ένα διαδικτυακό παιχνίδι γίνεται αντιληπτή ως μια ευχάριστη, συναρπαστική, διασκεδαστική και χαρούμενη εμπειρία (Ghani και Deshpande 1994, Moon και Kim 2001). Ο δεύτερος εμπειρικός παράγοντας (απώλεια αίσθησης του χρόνου) ορίζεται ως ο βαθμός κατά τον οποίο η συμμετοχή σε ένα διαδικτυακό παιχνίδι αντιμετωπίζεται ως μια κατάσταση που οδηγεί σε απώλεια της συνείδησης του χρόνου και σε απομόνωση από τα υπόλοιπα εξωτερικά ερεθίσματα (Moon και Kim 2001, Koufaris 2002). Η απόδραση από την ρουτίνα ορίζεται, αυτονόητα, ως ο βαθμός κατά τον οποίο το διαδικτυακό παιχνίδι γίνεται αντιληπτό ως ανακούφιση από την οκνηρία και διαφυγή από την καθημερινότητα (Bloch et al., 1994).

Ως επιστημική περιέργεια ορίζεται ο βαθμός κατά τον οποίο η συμμετοχή σε ένα διαδικτυακό παιχνίδι γίνεται αντιληπτή ως εφελκυστικό για την απόκτηση νέων εμπειριών, στρατηγικών και τάσεων που σχετίζονται με το ίδιο το διαδικτυακό παιχνίδι (Bloch et al., 1994). Ο πέμπτος εμπειρικός παράγοντας (ενσωμάτωση σε μια κοινωνική ομάδα), ορίζεται ως ο βαθμός κατά τον οποίο η συμμετοχή σε ένα διαδικτυακό παιχνίδι προσδίδει απόλαυση από την συνδιαλλαγή και την κοινωνικοποίηση με άλλους διαδικτυακούς παίκτες (Hsu και Lu, 2007).

Οι πέντε παραπάνω παράγοντες αποτελούν τους ανεξάρτητους παράγοντες της παρούσας έρευνας. Ο εξαρτημένος παράγοντας είναι αυτός της συμμετοχής στα διαδικτυακά παιχνίδια. Οι πέντε ερευνητικές υποθέσεις που προέρχονται από την σύνδεση των έξι, συνολικά, παραγόντων, είναι οι εξής (Hsu and Lu 2004, Κοο 2007):

Υπόθεση 1: Η αντιλαμβανόμενη απόλαυση σχετίζεται θετικά με την συμμετοχή σε διαδικτυακά παιχνίδια.

Υπόθεση 2: Η απώλεια της αίσθησης του χρόνου σχετίζεται θετικά με την συμμετοχή σε διαδικτυακά παιχνίδια.

Υπόθεση 3: Η απόδραση από την ρουτίνα σχετίζεται θετικά με την συμμετοχή σε διαδικτυακά παιχνίδια.

Υπόθεση 4: Η επιστημική περιέργεια σχετίζεται θετικά με την συμμετοχή σε διαδικτυακά παιχνίδια.

Υπόθεση 5: Η ενσωμάτωση σε μια κοινωνική ομάδα σχετίζεται θετικά με την συμμετοχή σε διαδικτυακά παιχνίδια.

3.2. Ο διαμεσολαβητικός ρόλος του σημείου ελέγχου

Όπως αναφέρθηκε και στην παράγραφο 2.2, το σημείο (ή κέντρο) ελέγχου είναι μια ψυχολογική μεταβλητή που αναφέρεται στην πεποίθηση που έχουν τα άτομα για το βαθμό που οι ίδιοι είναι σε θέση να επηρεάσουν τη ζωή τους. Με βάση την μεταβλητή αυτή, τα άτομα χωρίζονται σε δυο διακριτές μεταξύ τους κατηγορίες (Μαλανδράκης και Παπαδέλη, 2006): (α) Άτομα με εσωτερικό σημείο ελέγχου: τα άτομα αυτά θεωρούν ότι με τις αποφάσεις και τις πράξεις τους έχουν ισχυρό έλεγχο στη διαμόρφωση της ζωής τους, (β) Άτομα με εξωτερικό σημείο ελέγχου: τα άτομα αυτά θεωρούν ότι τα γεγονότα στη ζωή τους καθορίζονται σε μεγάλο βαθμό από παράγοντες έξω από τον έλεγχό τους (γονείς, πολιτικοί, τύχη, συγκυρίες κτλ).

Πλήθος ερευνών που έχουν πραγματοποιηθεί σε διάφορα ερευνητικά πεδία έχουν εξετάσει την διαμεσολαβητική ή μη επίδραση του σημείου ελέγχου. Σε ερευνητικά πεδία που σχετίζονται με τεχνολογίες αιχμής, οι Kolb και Aiello (1996) εξέτασαν την επίδραση του σημείου ελέγχου στο πεδίο της ηλεκτρονικής παρακολούθησης της απόδοσης, ο Lee-Kelly (2006) στην ομαδική εργασία σε ψηφιακές ομάδες και οι Murray *et al.* (2007) στα συστήματα ψηφιακής πραγματικότητας. Σύμφωνα με την καλύτερη πληροφόρηση της ερευνητικής ομάδας, καμία έρευνα δεν έχει διερευνήσει την διαμεσολαβητική επίδραση του σημείου ελέγχου στη σχέση ανάμεσα στα εμπειρικά κίνητρα και την πρόθεση συμμετοχής σε διαδικτυακά παιχνίδια.

Μια από τις σχετικές έρευνες που έχουν πραγματοποιηθεί σε συγγενές ερευνητικό πεδίο είναι και αυτή των Chak και Leung (2004), η οποία διερευνήσε την επίδραση του σημείου ελέγχου στον εθισμό που προέρχεται από την χρήση του διαδικτύου. Στην συγκεκριμένη έρευνα οι Chak και Leung (2004) υποστηρίζουν, σε θεωρητικό επίπεδο, ότι οι χρήστες του διαδικτύου απολαμβάνουν τα διαδικτυακά παιχνίδια λόγω της ικανοποίησης που λαμβάνουν από το αίσθημα ελέγχου του προσομοιωμένου κόσμου που βρίσκεται στο εσωτερικό του υπολογιστή.

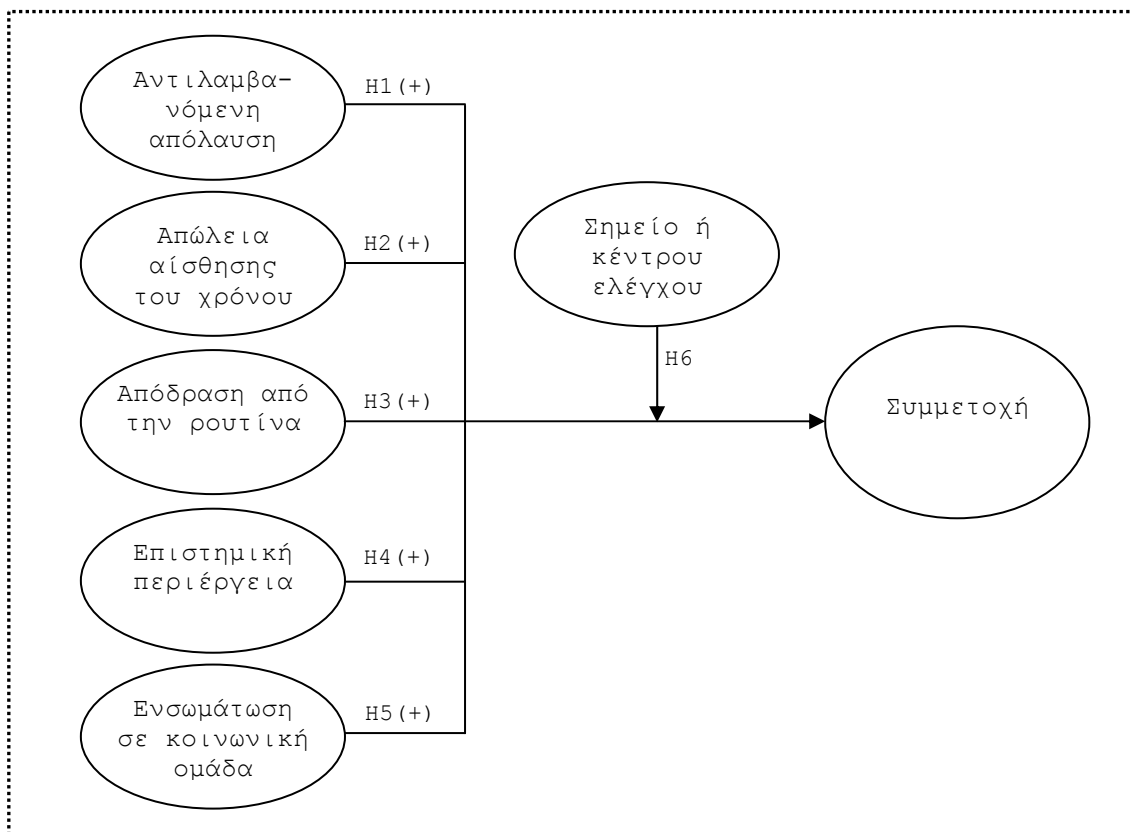
Οι χρήστες, όμως, με εσωτερικό σημείο ελέγχου, επειδή πιστεύουν στην ικανότητα τους να επηρεάσουν τον κόσμο και έχουν αυτονομία στις συμπεριφορές τους, είναι περισσότερο ικανοί να αντισταθούν στην ικανοποίηση που προέρχεται από το αίσθημα ελέγχου του διαδικτυακού παιχνιδιού και, ως εκ τούτου, μπορούν να ελέγξουν, να ελαττώσουν, ή να

σταματήσουν το διαδικτυακό παιχνίδι ανάλογα με την θέληση τους. Από την άλλη, οι χρήστες με εξωτερικό σημείο ελέγχου, ικανοποιούνται σε υπέρμετρο βαθμό από το αίσθημα του ελέγχου του ψηφιακού κόσμου του διαδικτυακού παιχνιδιού και είναι, επομένως, πιο δύσκολο να σταματήσουν την χρήση του (Leung, 2003). Επομένως, υποθέτουμε:

Υπόθεση 6: Η ένταση της σχέσης ανάμεσα στους πέντε ερευνητικούς παράγοντες (συγκινησιακά ή εμπειρικά κίνητρα) και τη συμμετοχή σε διαδικτυακά παιχνίδια θα είναι εντονότερη για τους χρήστες με εξωτερικό σημείο ελέγχου.

Η σύνθεση των έξι ερευνητικών υποθέσεων οδηγεί στη διαμόρφωση του Ενωσιολογικού Πλαισίου (Διάγραμμα 1) της παρούσας έρευνας, το οποίο επικεντρώνεται στην σχέση μεταξύ των ερευνητικών παραγόντων.

Διάγραμμα 1: Το Ενωσιολογικό Πλαίσιο της έρευνας



4. Ερευνητική μεθοδολογία

4.1. Πληθυσμός και δείγμα της έρευνας

Στα πλαίσια της παρούσας μελέτης πραγματοποιήθηκε μια εμπειρική έρευνα με τη χρήση δομημένου ερωτηματολογίου σε χρήστες διαδικτυακών παιχνιδιών. Ως εκ τούτου, πληθυσμός της έρευνας μπορεί να θεωρηθεί το σύνολο των Ελλήνων πολιτών που ασχολούνται με τα διαδικτυακά παιχνίδια. Το δείγμα της έρευνας επιλέχθηκε τυχαία και απαρτίζεται από χρήστες διαδικτυακών παιχνιδιών που κατοικοεδρεύουν στην ευρύτερη περιοχή της Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης. Κριτήριο για την συμμετοχή στην εμπειρική έρευνα αποτελούσε, όπως είναι φυσικό, η σε βάθος χρόνου συμμετοχή και ενασχόληση με τα παιχνίδια μέσω διαδικτύου.

Η επιλογή του δείγματος της έρευνας πραγματοποιήθηκε με κριτήριο την όσο το δυνατόν πληρέστερη αντιπροσώπευση του συνολικού πληθυσμού.

4.2. Μέτρηση ερευνητικών παραγόντων

Το ερωτηματολόγιο που δημιουργήθηκε βασίστηκε αποκλειστικά σε ερωτήσεις (προσδιοριστικές μεταβλητές) που έχουν χρησιμοποιηθεί σε προηγούμενες έρευνες. Οι ερωτήσεις που υιοθετήθηκαν από ξενόγλωσσες έρευνες προσαρμόστηκαν πλήρως στα ελληνικά δεδομένα, ενώ η καταλληλότητα και η σωστή κατανόηση τους (λόγω πιθανών προβλημάτων στη μεταφορά των όρων κατά τη διάρκεια της μετάφρασης) ελέγχθηκαν ποικιλοτρόπως.

Συνολικά, το ερωτηματολόγιο αποτελείται από σαράντα δυο (42) ερωτήσεις. Οι τριάντα τέσσερις (34) από αυτές χρησιμοποιούνται για την μέτρηση των παραγόντων της έρευνας, ενώ οχτώ (8) ερωτήσεις αντλούν πληροφορίες για το άτομο που συμπληρώνει το ερωτηματολόγιο. Η μέτρηση όλων των ερωτήσεων που αφορούν στους ανεξάρτητους ερευνητικούς παράγοντες έγινε με την χρήση εννοιολογικής (υποκειμενικής) κλίμακας. Πιο συγκεκριμένα, χρησιμοποιήθηκε η κλίμακα Likert 5 σημείων (από 1 = διαφωνώ απόλυτα έως 5 = συμφωνώ απόλυτα). Η μέτρηση του σημείου ελέγχου πραγματοποιήθηκε με την χρήση δέκα (10) διχοτομικών ερωτήσεων, των οποίων η συνολική βαθμολογία καθορίζει και τον χαρακτηρισμό του κάθε ατόμου. Ο Πίνακας 1 παρουσιάζει αναλυτικά τους ερευνητικούς παράγοντες, τις πηγές άντλησης τους, καθώς και το πλήθος των προσδιοριστικών μεταβλητών (ερωτήσεων) που χρησιμοποιήθηκαν.

Πίνακας 1: Μέτρηση ερευνητικών παραγόντων

Παράγοντες	Πηγές άντλησης	Αριθμός ερωτήσεων
Αντιλαμβανόμενη απόλαυση	Moon και Kim (2001), Ghani και Deshpande (1994)	2
Απώλεια της αίσθησης του χρόνου	Moon και Kim (2001), Koufaris (2002), Griffiths et al. (2004)	5
Απόδραση από την ρουτίνα	Bloch et al., (1994)	6
Επιστημική περιέργεια	Moon και Kim (2001), Griffiths et al. (2004), Bloch et al. (1994),	4
Ενσωμάτωση σε μια κοινωνική ομάδα	Bloch et al. (1994), Griffiths et al. (2004)	5
Συμμετοχή σε διαδικτυακά παιχνίδια	Macintosh και Lockshin (1997)	2
Σημείο Ελέγχου	Boone et al. (1996)	10

4.3. Συλλογή δεδομένων

Για τη συμπλήρωση του ερωτηματολογίου πραγματοποιήθηκαν προσωπικές επαφές με τα άτομα που αποτελούν το δείγμα της έρευνας. Προκειμένου να διασφαλιστεί η αξιοπιστία των αποτελεσμάτων της έρευνας, απαντήσεις από άτομα με μικρή συμμετοχή και εμπειρία σε διαδικτυακά παιχνίδια δεν χρησιμοποιήθηκαν στην στατιστική ανάλυση. Η έρευνα πραγματοποιήθηκε από τις αρχές του Ιανουαρίου του 2010 έως και το τέλος του Μαρτίου του ίδιου έτους. Συνολικά συγκεντρώθηκαν 210 ερωτηματολόγια, ενώ 10 από αυτά κρίθηκαν ακατάλληλα για ανάλυση λόγω των ακραίων τιμών τους. Τα 200 κατάλληλα για ανάλυση ερωτηματολόγια καταχωρήθηκαν στο στατιστικό πρόγραμμα S.P.S.S 15.0 προκειμένου να αναλυθούν και να εξαχθούν τα απαραίτητα στατιστικά στοιχεία.

4.4. Έλεγχος της εγκυρότητας του ερωτηματολογίου

Πριν από την έναρξη διεξαγωγής της έρευνας, πραγματοποιήθηκε έλεγχος της εγκυρότητας του περιεχομένου του ερωτηματολογίου (content validity). Ο έλεγχος αυτός συμπεριέλαβε συζητήσεις με ακαδημαϊκούς που ασχολούνται με τεχνολογίες πληροφορικής και με άτομα τριτοβάθμιας, τουλάχιστον, εκπαίδευσης που έχουν εμπειρία από συμμετοχή σε διαδικτυακά παιχνίδια. Επιπλέον, πραγματοποιήθηκε και πιλοτική συμπλήρωση του ερωτηματολογίου από τα παραπάνω άτομα. Η διαδικασία αυτή επέτρεψε να διατυπωθούν οι ερωτήσεις με τρόπο που να γίνεται κατανοητός και έτσι να αποφευχθούν ακατάλληλες διατυπώσεις που οδηγούν σε ασάφεια και γενικότερη σύγχυση του ατόμου που συμπληρώνει το ερωτηματολόγιο.

Προκειμένου να διαπιστωθεί η εγκυρότητα της δομής (construct validity) των ερευνητικών παραγόντων πραγματοποιήθηκε έλεγχος της μονοδιάστατης δομής των στοιχείων που αποτελούν τον κάθε ερευνητικό παράγοντα, καθώς και έλεγχος της αξιοπιστίας του κάθε παράγοντα ξεχωριστά. Για την πραγματοποίηση του συγκεκριμένου ελέγχου εφαρμόστηκε Διερευνητική Παραγοντική Ανάλυση με τη μέθοδο της Ανάλυσης των Βασικών Συνιστωσών. Επιπλέον, για την εκτίμηση της αξιοπιστίας των ερευνητικών παραγόντων χρησιμοποιήθηκε το στατιστικό μέτρο Cronbach Alpha.

Πίνακας 2: Έλεγχος της μονοδιάστατης φύσης και της αξιοπιστίας

Παράγοντες / Μέτρα	Kaiser-Mayer-Olkin	Bartlett's Test of Sphericity	Eigen value	Variance	Cronbach Alpha
Αντιλαμβανόμενη απόλαυση (2 ερωτήσεις)	0,500	124,7 p<0,01	2,543	84,32%	0,821
Απώλεια της αίσθησης του χρόνου (4 ερωτήσεις)	0,698	101,5 p<0,01	2,654	69,54%	0,732
Απόδραση από την ρουτίνα (4 ερωτήσεις)	0,688	88,9 p<0,01	2,123	62,56%	0,702
Επιστημική περιέργεια (4 ερωτήσεις)	0,651	65,3 p<0,01	2,786	58,15%	0,772
Ενσωμάτωση σε μια κοινωνική ομάδα (4 ερωτήσεις)	0,647	143,2 p<0,01	2,765	73,54%	0,806
Συμμετοχή σε διαδικτυακά παιχνίδια (2 ερωτήσεις)	0,500	78,6 p<0,01	3,009	83,02%	0,799

Τα αποτελέσματα τα οποία προέκυψαν από τους ελέγχους που πραγματοποιήθηκαν (οι βασικότεροι από τους ελέγχους παρουσιάζονται στον Πίνακα 2), μας επιτρέπουν να ισχυριστούμε ότι οι προσδιοριστικές μεταβλητές (ερωτήσεις) που δημιουργήθηκαν αποτελούν συμπαγείς και αξιόπιστες δομές, ικανές να συνεισφέρουν στη μέτρηση του παράγοντα στον οποίο ανήκουν.

Από τις τριάντα τέσσερις (34), συνολικά, προσδιοριστικές μεταβλητές (ερωτήσεις) που χρησιμοποιήθηκαν για να μετρήσουν τους έξι παραπάνω ερευνητικούς παράγοντες, τέσσερις (4) αφαιρέθηκαν από την συνέχεια της στατιστικής ανάλυσης, μιας και δεν εκπλήρωσαν τον ερευνητικό τους σκοπό. Ο τελικός αριθμός των ερωτήσεων που χρησιμοποιήθηκε, ανά παράγοντα, στη συνέχεια της ερευνητικής διαδικασίας παρουσιάζεται σε παρένθεση στην πρώτη στήλη του Πίνακα 2.

5. Αποτελέσματα

5.1. Στοιχεία περιγραφικής στατιστικής

Από τα 200 ερωτηματολόγια που συμπεριλήφθηκαν στην στατιστική ανάλυση, τα 117 είναι συμπληρωμένα από άντρες (58,5%) και τα 83 από γυναίκες (41,5%). Το 32,0% του δείγματος έχει εκπαίδευση λυκείου, το 55,5% έχει εκπαίδευση ΑΕΙ/ΤΕΙ και το 12,5% έχει μεταπτυχιακό τίτλο. Ωστόσο, πρέπει να τονισθεί πως ένα μέρος των ερωτηθέντων που δήλωσαν ότι έχουν ολοκληρώσει τη δευτεροβάθμια εκπαίδευση, τη δεδομένη στιγμή συνεχίζουν τις σπουδές τους στη τριτοβάθμια εκπαίδευση. Οι ηλικίες των χρηστών κυμαίνονται από δεκατεσσάρων (14) έως πενήντα ενός (51) ετών, με μέση ηλικία τα εικοσιτέσσερα (24) χρόνια και τυπική απόκλιση πέντε χρόνια. Η πλειονότητα των χρηστών είναι άγαμοι με ποσοστό 80,5% (161 άτομα), πράγμα λογικό λόγω της μικρής ηλικίας τους, και μόλις 28 άτομα με ποσοστό 14,0% είναι έγγαμοι. Οι ώρες που αναλώνουν οι χρήστες σε διαδικτυακά παιχνίδια είναι από μία (1) ώρα έως ενενήντα ώρες (90) εβδομαδιαίως, με μέση χρήση του διαδικτύου τις δεκαοκτώ (18) ώρες και τυπική απόκλιση δεκαεννέα ώρες.

Το ποσοστό των ατόμων που ασχολούνται με κάποιο παιχνίδι ρόλων με πολλαπλούς χρήστες (MMORPG) είναι 57,5% (115 άτομα), ενώ το υπόλοιπο 42,5% (85 άτομα) ασχολείται με άλλα παιχνίδια στο διαδίκτυο (browser games). Από τα άτομα που ασχολούνται με τα MMORPG's η πλειονότητα παίζει το «World of Warcraft» με ποσοστό 24,0% (48 άτομα), δεύτερο έρχεται το «Lineage» με ποσοστό 15% (30 άτομα), τρίτο έρχεται το «Aion» με ποσοστό 5,0% και μόλις 10 άτομα. Τις δύο τελευταίες θέσεις κατέχουν το παιχνίδι «Guild Wars» και «Warhammer» με ποσοστά 3,0% (6 άτομα) και 0,5% (1 άτομο) αντίστοιχα. Επιπλέον, ένα 10,0% (20 άτομα) δήλωσε ότι παίζει κάποιο άλλο παιχνίδι πέρα αυτών των πέντε. Τέλος, όσον αφορά στον τόπο διεξαγωγής του παιχνιδιού, 132 άτομα (66,0%) δήλωσαν ότι παίζουν στο σπίτι τους, ενώ το υπόλοιπο 34,0% των χρηστών (68 άτομα) δήλωσε ότι παίζει σε κάποιο internet café.

5.2. Έλεγχος υποθέσεων

Για την αξιολόγηση του εννοιολογικού πλαισίου της παρούσας έρευνας (έλεγχος ερευνητικών υποθέσεων) χρησιμοποιήθηκε η ανάλυση συσχέτισης (correlation analysis). Αρχικά, πραγματοποιήθηκε έλεγχος των υποθέσεων 1 έως 5. Οι συσχετίσεις μεταξύ των πέντε ανεξάρτητων και του ενός εξαρτημένου ερευνητικού παράγοντα παρουσιάζονται στον παρακάτω Πίνακα.

Πίνακας 3: Έλεγχος υποθέσεων 1 έως 5 (ανάλυση συσχέτισης)

Ανεξάρτητοι παράγοντες / Εξαρτημένος παράγοντας	Συμμετοχή σε διαδικτυακά παιχνίδια	p τιμή ελέγχου
Αντιλαμβανόμενη απόλαυση	0,456	0,000
Απώλεια της αίσθησης του χρόνου	0,463	0,000
Απόδραση από την ρουτίνα	0,501	0,000
Επιστημική περιέργεια	0,422	0,000
Ενσωμάτωση σε μια κοινωνική ομάδα	0,348	0,000

Όπως φαίνεται και στον Πίνακα 3, υπάρχει μια στατιστικά σημαντική σχέση ανάμεσα στους ανεξάρτητους και τον εξαρτημένο ερευνητικό παράγοντα (συμμετοχή σε διαδικτυακά παιχνίδια). Επομένως, οι Υποθέσεις 1 έως 5 επιβεβαιώνονται από τα εμπειρικά δεδομένα.

Όσον αφορά στην ιεράρχηση των επιδράσεων ανάμεσα στα εμπειρικά κίνητρα και την συμμετοχή στα διαδικτυακά παιχνίδια, η στατιστική ανάλυση φανέρωσε ότι το πλέον ισχυρό κίνητρο για να παίξει κάποιος ένα παιχνίδι μέσω του διαδικτύου είναι η απόδραση από την ρουτίνα ($r= 0,501$), ενώ ακολουθεί η απώλεια της αίσθησης του χρόνου ($r= 0,463$) και η αντιλαμβανόμενη απόλαυση ($r= 0,456$). Ιεραρχικά, τα δυο ασθενέστερα κίνητρα είναι η επιστημική περιέργεια ($r= 0,422$) και η ενσωμάτωση σε μια κοινωνική ομάδα ($r= 0,348$).

Προκειμένου να διερευνηθεί ο διαμεσολαβητικός ρόλος του σημείου ελέγχου των χρηστών στην σχέση ανάμεσα στα πέντε εμπειρικά κίνητρα και την συμμετοχή στα διαδικτυακά παιχνίδια (υπόθεση 6) πραγματοποιήθηκε χωρισμός του δείγματος με βάση την βαθμολόγηση στην διχοτομική κλίμακα μέτρησης (άτομα με εσωτερικό και άτομα με εξωτερικό σημείο ελέγχου), εκτελέστηκε ανάλυση συσχέτισης για κάθε μια από τις δυο κατηγορίες χρηστών διαδικτυακών παιχνιδιών και έγινε σύγκριση των συντελεστών συσχέτισης που εξήχθησαν και στις δυο περιπτώσεις.

Πίνακας 4: Έλεγχος υπόθεσης 6 (ανάλυση συσχέτισης)

Ανεξάρτητοι παράγοντες / Εξαρτημένος παράγοντας	Συμμετοχή	p τιμή	Συμμετοχή	p τιμή
	Χρήστες με εσωτερικό σημείο ελέγχου		Χρήστες με εξωτερικό σημείο ελέγχου	
Αντιλαμβανόμενη απόλαυση	0,441	0,000	0,465	0,000
Απώλεια της αίσθησης του χρόνου	0,407	0,000	0,496	0,000
Απόδραση από την ρουτίνα	0,363	0,000	0,518	0,000
Επιστημική περιέργεια	0,348	0,000	0,519	0,000
Ενσωμάτωση σε μια κοινωνική ομάδα	0,405	0,000	0,264	0,000

Όπως φαίνεται και στον παραπάνω Πίνακα, οι συντελεστές συσχέτισης των τεσσάρων πρώτων παραγόντων για τα άτομα με εξωτερικό σημείο ελέγχου είναι μεγαλύτεροι από τους αντίστοιχους συντελεστές για τα άτομα με εσωτερικό σημείο ελέγχου. Για τους παράγοντες «αντιλαμβανόμενη απόλαυση» και «απώλεια της αίσθησης του χρόνου» η διαφορά των συντελεστών συσχέτισης είναι μικρή (0,024 και 0,089 αντίστοιχα), ενώ για τους παράγοντες «απόδραση από την ρουτίνα» και «επιστημική περιέργεια» η διαφορά είναι αισθητά μεγαλύτερη (0,155 και 0,171 αντίστοιχα).

Εξαίρεση αποτελεί ο πέμπτος παράγοντας (ενσωμάτωση σε μια κοινωνική ομάδα), ο οποίος φαίνεται ότι κινητοποιεί περισσότερο τα άτομα με εσωτερικό σημείο ελέγχου να συμμετάσχουν σε διαδικτυακά παιχνίδια (διαφορά συντελεστή συσχέτισης = $0,405 - 0,264 = 0,141$). Κάτι τέτοιο, φαντάζει άλλωστε λογικό, μιας και έχει αποδειχτεί από πλήθος προηγούμενων ερευνών ότι τα άτομα με εσωτερικό σημείο ελέγχου παρουσιάζουν μεγαλύτερους δείκτες κοινωνικότητας από τα άτομα με εξωτερικό σημείο ελέγχου. Από τα παραπάνω προκύπτει ότι η Υπόθεση 6 υποστηρίζεται μερικώς από τα εμπειρικά δεδομένα.

5.3. Ανάλυση παλινδρόμησης

Πραγματοποιήθηκε ανάλυση γραμμικής πολλαπλής παλινδρόμησης προκειμένου να υπάρξει μια περαιτέρω εμβάθυνση στην σχέση ανάμεσα στους παράγοντες που περιλαμβάνει το εννοιολογικό πλαίσιο της παρούσας έρευνας. Ως ανεξάρτητοι παράγοντες τέθηκαν η αντιλαμβανόμενη απόλαυση, η απώλεια της αίσθησης του χρόνου, η απόδραση από την ρουτίνα, η επιστημική

περιέργεια και η ενσωμάτωση σε μια κοινωνική ομάδα, ενώ ως εξαρτημένος παράγοντας η συμμετοχή σε διαδικτυακά παιχνίδια.

Από τα αποτελέσματα της γραμμικής πολλαπλής παλινδρόμησης προκύπτει ότι μοντέλο της παλινδρόμησης είναι στατιστικά σημαντικό ($df=5$, $F=28,690$, $p<0,001$) και μπορεί να εξηγήσει το 52,6% των διακυμάνσεων του παράγοντα «συμμετοχή σε διαδικτυακά παιχνίδια» ($R^2 = 0,526$). Ουσιαστικά, αυτό που συμπεραίνεται είναι ότι οι πέντε ανεξάρτητοι παράγοντες της παρούσας έρευνας μπορούν να ερμηνεύσουν κατά 52,6% την συμμετοχή των χρηστών του διαδικτύου στα διαδικτυακά παιχνίδια. Το υπόλοιπο 47,4% της συμμετοχής ερμηνεύεται από άλλους παράγοντες (τυχαίους ή μη) που δεν περιλαμβάνονται στην παρούσα έρευνα. Όσον αφορά στην ιεράρχηση της ερμηνευτικής ισχύς των πέντε ανεξάρτητων παραγόντων, τα αποτελέσματα συμφωνούν με εκείνα που εξήχθησαν από την ιεράρχηση που προέκυψε διαμέσου της ανάλυσης συσχέτισης.

6. Συμπεράσματα

Στην παρούσα μελέτη πραγματοποιείται μια προσπάθεια διερεύνησης των κινήτρων που επηρεάζουν την συμμετοχή στα διαδικτυακά παιχνίδια. Η προσέγγιση που ακολουθείται προχωράει ένα βήμα παραπάνω την έρευνα στον συγκεκριμένο κλάδο, μιας και βασίζεται στην θεωρία της εμπειρίας και προτείνει ένα σύνολο παραγόντων μετρήσιμων με την χρήση πολλαπλών προσδιοριστικών μεταβλητών, που δεν έχει χρησιμοποιηθεί από την υπάρχουσα βιβλιογραφία. Επιπλέον, πρωτοτυπία της παρούσας μελέτης αποτελεί η χρήση του σημείου ελέγχου στην διερεύνηση της σχέσης ανάμεσα στα εμπειρικά κίνητρα και την συμμετοχή στα διαδικτυακά παιχνίδια.

Αρχικά, η ανάλυση των δημογραφικών χαρακτηριστικών του δείγματος, φανερώνει ότι η πλειονότητα των χρηστών που ασχολούνται με τα διαδικτυακά παιχνίδια είναι άνδρες, ενώ εντύπωση κάνει το αισθητά αυξημένο ποσοστό των γυναικών, πράγμα λογικό, μιας και σήμερα έχουν αναπτυχθεί εφαρμογές παιχνιδιών ευρείας αποδοχής όπως παιχνίδια στρατηγικής, καρτών, ακόμα και επιτραπέζια διαδικτυακά παιχνίδια. Επίσης, ενδιαφέρον εύρημα αποτελεί η νεαρή ηλικία των περισσότερων χρηστών των διαδικτυακών παιχνιδιών. Το γεγονός αυτό είναι λογικό, μιας και στις συγκεκριμένες ηλικίες είναι ευκολότερη η κατανόηση και η αποδοχή μιας διαδικτυακής τεχνολογίας.

Ενδιαφέρον, επιπλέον, παρουσιάζει η σύγκλιση των ποσοστών των καταναλωτών που παίζουν παιχνίδια με πολλαπλούς χρήστες και εκείνων που επιλέγουν τα πιο απλά διαδικτυακά παιχνίδια. Το συγκεκριμένο εύρημα οδηγεί στην διαπίστωση της ύπαρξης δυο διακριτών τμημάτων καταναλωτών: (α) καταναλωτές που τους αρέσουν τα παιχνίδια ρόλων με καλά δομημένη πλοκή, και (β) καταναλωτές που επιλέγουν απλά παιχνίδια με σκοπό να περάσουν ευχάριστα την ώρα τους και οι οποίοι δεν επιδιώκουν την μεγαλύτερη εμπλοκή τους με αυτά. Τέλος, ο χαμηλός μέσος όρος ωρών διαδικτυακού παιχνιδιού ανά εβδομάδα, φανερώνει ότι οι περισσότεροι Έλληνες χρήστες δεν θεωρούνται, σύμφωνα με τα όρια των Griffiths *et al.* (2003), ως εθισμένοι.

Ο έλεγχος του εννοιολογικού πλαισίου που αναπτύχθηκε στην παρούσα έρευνα προσέφερε στήριξη στο σύνολο των ερευνητικών υποθέσεων. Έτσι, αποδείχθηκε ότι τα κίνητρα που ιεραρχικά επηρεάζουν την συμμετοχή στα διαδικτυακά παιχνίδια είναι: (α) η απόδραση από την ρουτίνα, (β) η απώλεια της αίσθησης του χρόνου, (γ) η αντιλαμβανόμενη απόλαυση, (δ) η επιστημική περιέργεια και (ε) η ενσωμάτωση σε μια κοινωνική ομάδα.

Τα συγκεκριμένα εμπειρικά κίνητρα έχουν διερευνηθεί και βρεθεί σημαντικά και σε προηγούμενες εμπειρικές μελέτες (Yee 2006, Wan και Chiu 2006a, Koo et al. 2007). Η ιεραρχική τους, όμως, ταξινόμηση παρουσιάζεται διαφορετική από έρευνα σε έρευνα. Οι Koo et al. (2007), για παράδειγμα, διαπίστωσαν ότι η ενσωμάτωση σε μια κοινωνική ομάδα είναι ο πλέον σημαντικός παράγοντας που οδηγεί στη συμμετοχή σε διαδικτυακά παιχνίδια, ενώ η απόδραση από την ρουτίνα βρίσκεται ιεραρχικά στην τελευταία θέση (αποτελέσματα τελείως διαφορετικά από αυτά της παρούσας έρευνας). Μια πιθανή εξήγηση των συγκεκριμένων διαφοροποιήσεων αφορά στο διαφορετικό πλαίσιο πραγματοποίησης της κάθε ερευνητικής προσπάθειας (Ελλάδα και Νότιος Κορέα).

Τέλος, η εξέταση του διαμεσολαβητικού ρόλου του σημείου ελέγχου στην σχέση ανάμεσα στα εμπειρικά κίνητρα και την συμμετοχή στα διαδικτυακά παιχνίδια οδήγησε στο συμπέρασμα ότι τα άτομα με εξωτερικό σημείο ελέγχου επηρεάζονται πιο έντονα από τα εμπειρικά κίνητρα από ότι επηρεάζονται τα άτομα με εσωτερικό σημείο ελέγχου. Εξαίρεση αποτελεί το κίνητρο της ενσωμάτωσης σε μια κοινωνική ομάδα, γεγονός που οφείλεται στα χαμηλά, εν γένει, ποσοστά κοινωνικοποίησης που επιδεικνύουν τα άτομα με εξωτερικό σημείο ελέγχου.

Συμπερασματικά, διαπιστώνεται ότι τα άτομα με εξωτερικό σημείο ελέγχου απορροφούνται περισσότερο από τα διαδικτυακά παιχνίδια, μιας και τα εμπειρικά χαρακτηριστικά των παιχνιδιών ασκούν σημαντική επίδραση πάνω τους, καθιστώντας τους αφοσιωμένους παίκτες. Από την άλλη, τα άτομα με εσωτερικό σημείο ελέγχου έχουν μια περισσότερο περιστασιακή σχέση με τα διαδικτυακά παιχνίδια (δεν προσκολλώνται σε αυτά), ενώ είναι σε θέση να σταματήσουν ευκολότερα την συγκεκριμένη ενασχόληση τους αν θεωρήσουν ότι αντιβαίνει τις λοιπές κοινωνικές τους δραστηριότητες.

7. Διοικητικές επιπτώσεις

Σκοπός κάθε ερευνητικής προσπάθειας που διεξάγεται στα πλαίσια της επιχειρηματικής έρευνας είναι η εξαγωγή συμπερασμάτων που βοηθούν στη διοικητική λειτουργία των επιχειρήσεων. Τα αποτελέσματα της παρούσας εμπειρικής μελέτης προσφέρουν κατευθυντήριες γραμμές (α) στους σχεδιαστές των διαδικτυακών παιχνιδιών και (β) στα στελέχη του τμήματος μάρκετινγκ των εταιριών που εμπορεύονται τα παιχνίδια αυτά.

Καταρχήν, τα ευρήματα της παρούσας έρευνας εισηγούνται στους σχεδιαστές των διαδικτυακών παιχνιδιών να επικεντρωθούν, σε πρώτη φάση, στην δημιουργία παιχνιδιών που θα έχουν ως βασικό τους χαρακτηριστικό την απόδραση του χρήστη από την καθημερινότητα του. Παιχνίδια υπόδησης ρόλων ηρωικών και μυθολογικών προσώπων, ιστορίες που διαδραματίζονται στο μέλλον και διάφορα άλλα ευφάνταστα «σενάρια» αποτελούν επιτυχημένα παραδείγματα σχεδιασμού που συντελούν προς αυτή την κατεύθυνση. Δεύτερον, τα διαδικτυακά παιχνίδια που σχεδιάζονται θα πρέπει να απαιτούν απλές δεξιότητες χειρισμού και να μην θεωρούνται πολύπλοκα και απαιτητικά από τους χρήστες τους. Μια τέτοια ενέργεια θα ικανοποιεί τις ανάγκες (κίνητρα) των καταναλωτών για απόλαυση από ένα παιχνίδι και απώλεια της αίσθησης του χρόνου (ο χρόνος πρέπει να κυλάει ομαλά και ευχάριστα, χωρίς το παιχνίδι να απαιτεί εξαιρετικές ικανότητες χειρισμού και «δύσκολης» σκέψης). Έτσι, ένα παιχνίδι θα είναι δυνατόν να προσελκύει αρχάριους παίκτες και να μην κουράζει περισσότερο κάποιο χρήστη μετά από μία δύσκολη ημέρα στη δουλειά, στο σχολείο ή στο πανεπιστήμιο. Τρίτον, οι σχεδιαστές των διαδικτυακών παιχνιδιών θα πρέπει να δημιουργούν παιχνίδια που θα εδράζονται στην λογική της κοινωνικής ολοκλήρωσης των χρηστών. Ως εκ τούτου, θα πρέπει να παρέχουν διάφορους μηχανισμούς και ευκαιρίες κοινωνικοποίησης εντός

του παιχνιδιού, έτσι ώστε οι χρήστες να αισθάνονται ότι παράλληλα με την πρόοδο στο παιχνίδι αποκτούν κοινωνικές σχέσεις και επαφές. Η παρούσα έρευνα προχωράει ένα βήμα πιο πέρα την συγκεκριμένη ανάγκη για κοινωνικοποίηση και προτείνει την έμφαση στην γνωριμία νέων ανθρώπων (ιδίως του αντίθετου φύλλου) μέσω των διαδικτυακών παιχνιδιών. Η δημιουργία υβριδικών παιχνιδιών που θα οδηγούν, παράλληλα με την χαρά του παιχνιδιού και σε πιθανές κοινωνικές γνωριμίες θα έχουν πιθανότητα μεγάλη επιτυχία. Τέλος, δεδομένης της εμπειρικής επιβεβαίωσης της συμμετοχής μεγάλου ποσοστού γυναικών στα διαδικτυακά παιχνίδια, θα ήταν θεμιτό και προσοδοφόρο να δημιουργηθούν παιχνίδια που θα απευθύνονται εν μέρει ή αποκλειστικά στον γυναικείο πληθυσμό.

Όσον αφορά στα στελέχη του τμήματος μάρκετινγκ των εταιριών που εμπορεύονται διαδικτυακά παιχνίδια, η παρούσα έρευνα, αρχικά, προτείνει η διαφήμιση των παιχνιδιών αυτών να δίνει ιδιαίτερη έμφαση στα πέντε εμπειρικά κίνητρα που περιλαμβάνονται στο εννοιολογικό πλαίσιο που αναπτύχθηκε. Επιπλέον, προτείνεται η ιεράρχηση της έμφασης της διαφήμισης εκστρατείας να ακολουθεί τα ευρήματα της έρευνας σχετικά με την ιεράρχηση των πέντε αυτών εμπειρικών κινήτρων: (α) απόδραση από την ρουτίνα, (β) απώλεια της αίσθησης του χρόνου, (γ) αντιλαμβανόμενη απόλαυση, (δ) επιστημική περιέργεια, (ε) ενσωμάτωση σε μια κοινωνική ομάδα.

Αναφορές

- Bloch, P.H., Ridgway, N.M., and Dawson, S.A., 1994, "The shopping mall as consumer habitat", *Journal of Retailing*, 70(1), 23-42.
- Boone, C., De Brabander, B., and van Witteloostuijn, A., 1996, "CEO locus of control and small firm performance: An integrative frame work and empirical test", *Journal of Management Studies*, 33(5), 667-699.
- Chak, K., and Leung, L., 2004, "Shyness and locus of control as predictors of internet addiction and internet use", *Cyber Psychology and Behavior*, 7(5), 559-570.
- Choi, D., and Kim, J., 2004, "Why people continue to play online games: In search of critical design factors to increase customer loyalty to online contents", *Cyber Psychology and Behavior*, 7(1), 11-24.
- Chou, T., and Ting, C., 2003, "The role of flow experience in cyber-game addiction", *Cyber Psychology and Behavior*, 6(6), 663-675.
- Csikszentmihalyi, M., 1997, *Finding Flow: The Psychology of Engagement with Everyday Life*, BasicBooks, New York.
- DFC Intelligence, 2006, Ανακτήθηκε στις 12-10-2009, διαθέσιμο στην σελίδα <http://www.dfcint.com/news/prjune62006.html>.
- Ghani, J.A., and Deshpande, S.P., 1994, "Task characteristics and the experience of optimal flow in human-computer interaction", *Journal of Psychology*, 128(4), 381-391.
- Griffiths, M.D., Davies, N.O., and Chappell, D., 2004, "Online computer gaming: A comparison of adolescent and adult gamers", *Journal of Adolescence*, 27, 87-96.
- Hsu, C., and Lu, H., 2004, "Why do people play on-line games? An extended TAM withsocial influences and flow experience", *Information & Management*, 41, 835-868.
- Hsu, C., and Lu, H., 2007, "Consumer behavior in online game community: Amotivational factor perspective", *Computers in Human Behavior*, 23(3), 1642-1659.
- KGDPI, 2007, *Korea game white book*. Korea Game Development and Promotion Institute.
- Kolb, K.J., and Aiello, J.R., 1996, "The effects of electronic performance monitoring on stress: Locus of control as moderator variable", *Computers in Human Behavior*, 12(3), 407-423.

- Kolbert, E., 2001, "Pimps and Dragons", *The New Yorker*, May 28.
- Koo, D., Lee, S., and Chang, H., 2007, "Experiential motives for playing online games", *Journal of Convergence Information Technology*, 2(2), 38-51.
- Koufaris, M., 2002, "Applying the technology acceptance model and flow theory to online consumer behaviour", *Information Systems Research*, 13(2), 205-223.
- Lee-Kelly, L., 2006, "Locus of control and attitudes to working in virtual teams", *International Journal of Project Management*, 24, 234-243.
- Leung, L., 2003, "Impacts of Net-Generation Attributes, Seductive Properties of the Internet, and Gratifications-Obtained on Internet Use", *Telematics & Informatics*, 20(2), 107-129.
- Lo, S., Wang, C., and Fang, W., 2005, "Physical interpersonal relationships and social anxiety among online game players", *Cyber Psychology and Behavior*, 8(1), 15-20.
- Macintosh, G., and Lockshin, L.S., 1997, "Retail relationships and store loyalty: A multi-level perspective", *International Journal of Research in Marketing*, 14(5), 487-497.
- Moon, J., and Kim, Y., 2001, "Extending the TAM for a world-wide-web context", *Information & Management*, 38(4), 217-230.
- Mowen, J.C., 1988, "Beyond consumer decision making", *The Journal of Consumer Marketing*, 5, 15-25.
- Murray, C., Fox, J., and Pettifer, S., 2007, "Absorption, dissociation, locus of control and presence in virtual reality", *Computers in Human Behavior*, 23(3), 1347-1354.
- Rotter, J., 1966, "Generalized expectancies for internal versus external control of reinforcements", *Psychological Monographs*, 80, Whole No. 609.
- Shaw, L., and Gant, L.M., 2002, "In defense of the internet: The relationship between internet communication and depression, loneliness, self-esteem, and perceived social support", *Cyber Psychology and Behavior*, 5(2), 157-171.
- van Raaij, W.F., 1993, "Postmodern consumption", *Journal of Economic Psychology*, 14, 541-563.
- Wan, C., and Chiou, W., 2006a, "Why are adolescents addicted to online games: An integrative study in Taiwan", *Cyber Psychology and Behavior*, 9(6), 762-766.
- Wan, C., and Chiou, W., 2006b, "Psychological motives and online games addiction: A test of flow theory and humanistic needs theory for taiwanese adolescents", *Cyber Psychology and Behavior*, 9(3), 317-324.
- Williams, D., and Skoric, M., (2005), "Internet Fantasy Violence: A Test of Aggression in an Online Game", *Communication Monographs*, 72(2), 217-233.
- Yee, N., 2006, "Motivations for play in online games", *Cyber Psychology and Behavior*, 9(6), 772-774.
- Καραπιπέρης, Χ., Παπαλουκάς, Σ., και Ξένος, Μ., 2008, *Συμμετοχικά παιχνίδια στο διαδίκτυο, συμβολή στην εκπαίδευση από απόσταση, Πτυχιακή εργασία, Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο, Σχολή Θετικών Επιστημών & Τεχνολογίας, ΠΣ Πληροφορικής.*
- Μαλανδράκης, Γ., και Παπαδέλλη, Α., 2006, "Η χρήση κινηματογραφικών ταινιών ως ερέθισμα για τη διεξαγωγή προγραμμάτων περιβαλλοντικής εκπαίδευσης", *2ο Συνέδριο Σχολικών Προγραμμάτων Περιβαλλοντικής Εκπαίδευσης*, Αθήνα.
- Σιώμος, Γ., 2002, *Συμπεριφορά Καταναλωτή και Στρατηγική Μαρκετινγκ*, Εκδόσεις Αθ. Σταμούλης, Αθήνα.