Ανάλυση του επιχειρηματικού μοντέλου «Τα παιχνίδια ως υπηρεσία» (GaaS) υπό το πρίσμα της συμπεριφορικής οικονομίας

Προαπαιτούμενα βήματα/ γνώσεις μαθητών	Τίποτα συγκεκριμένο
Μαθησιακοί στόχοι	Να μάθουν οι μαθητές για τις γνωστικές προκαταλήψεις και πώς ορισμένοι σχεδιασμοί παιχνιδιών μπορούν να τις εκμεταλλευτούν.
Μαθήματα	Αγγλικά ως ξένη γλώσσα, Οικονομικά, Κοινωνικές Επιστήμες, Εκπαίδευση στα ΜΜΕ
Προτεινόμενες ηλικίες	Όλες
Υλικά	Βιντεοπροβολέας
Διάρκεια παιδαγωγικής ακολουθίας	60 λεπτά
Ατομική ή ομαδική δραστηριότητα	Ομαδική δραστηριότητα
Δεξιότητες που θα αναπτυχθούν (με την επίτευξη των μαθησιακών στόχων)	Κριτική σκέψη, Ψηφιακός γραμματισμός
Συμβουλές για μικρότερη διάρκεια της ακολουθίας	Για να συντομεύσετε αυτή την ακολουθία, μπορείτε να απλοποιήσετε τα βήματα ανάλυσης του

Με συγχρηματοδότηση από το πρόγραμμα «Erasmus+» της Ευρωπαϊκής Ένωσης

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής στην παραγωγή της παρούσας έκδοσης δεν συνιστά αποδοχή του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρίζει αποκλειστικά τις απόψεις των συντακτών, και η Επιτροπή δεν μπορεί να αναλάβει την ευθύνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτήν.
Κωδικός έργου: 2020-1-FR01-KA201-080669

	σχήματος. Αντί να βάζετε τους μαθητές να τα αναλύσουν, κάντε το μόνοι σας ή εκθέστε απευθείας το αποτέλεσμα και στη συνέχεια εξηγήστε πώς αποδείχθηκε.
Συμβουλές για να γίνει η ακολουθία πιο προσβάσιμη ή/και συμπεριληπτική	Τα βίντεο που χρησιμοποιούνται σε αυτή την ακολουθία είναι στα αγγλικά με υπότιτλους. Μπορείτε επίσης να χρησιμοποιήσετε τους αυτόματα μεταφρασμένους υπότιτλους για πρόσθετες γλώσσες. Για να κάνετε αυτή την ακολουθία όσο το δυνατόν πιο συμπεριλιπτική, θα μπορούσατε να εξηγήσετε τα βίντεο στους μαθητές και τις μαθητριές σας κατά την προβολή τους στην τάξη ή να μοιραστείτε το σενάριο των βίντεο μαζί τους εκ των προτέρων.

Βήμα προς βήμα: πώς να εφαρμόσετε την παιδαγωγική ακολουθία

Σε αυτήν την παιδαγωγική ακολουθία, θα συγκρίνουμε 2 δημοφιλή παιχνίδια από άποψη κέρδους και παικτών. Για να κατανοήσουμε τις συγκριτικές διαφορές τους, θα αναλύσουμε τον σχεδιασμό και τις στρατηγικές των αγορών εντός παιχνιδιού. Θα δούμε πώς εκμεταλλεύονται τις γνωστικές προκαταλήψεις που είναι γνωστές στον τομέα των Συμπεριφορικών Οικονομικών.

Με συγχρηματοδότηση από το πρόγραμμα «Erasmus+» της Ευρωπαϊκής Ένωσης

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής στην παραγωγή της παρούσας έκδοσης δεν συνιστά αποδοχή του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρίζει αποκλειστικά τις απόψεις των συντακτών, και η Επιτροπή δεν μπορεί να αναλάβει την ευθύνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτήν.
Κωδικός έργου: 2020-1-FR01-KA201-080669

- **Βήμα 1 - Μιλώντας για τις αγορές εντός των παιχνιδιών (15 λεπτά)**

Ρωτήστε τους μαθητές σας αν γνωρίζουν τα παιχνίδια Fortnite και Player Unknown's Battleground (PUBG).

- Ρωτήστε τους αν παίζουν ένα από αυτά τα παιχνίδια και γιατί τους αρέσουν.
- Είναι αυτά τα παιχνίδια δωρεάν; (Το Fortnite είναι, το PUBG δεν είναι εκτός από την εφαρμογή για κινητά)
- Τι πιστεύουν για το σύστημα αγορών αυτών των παιχνιδιών;

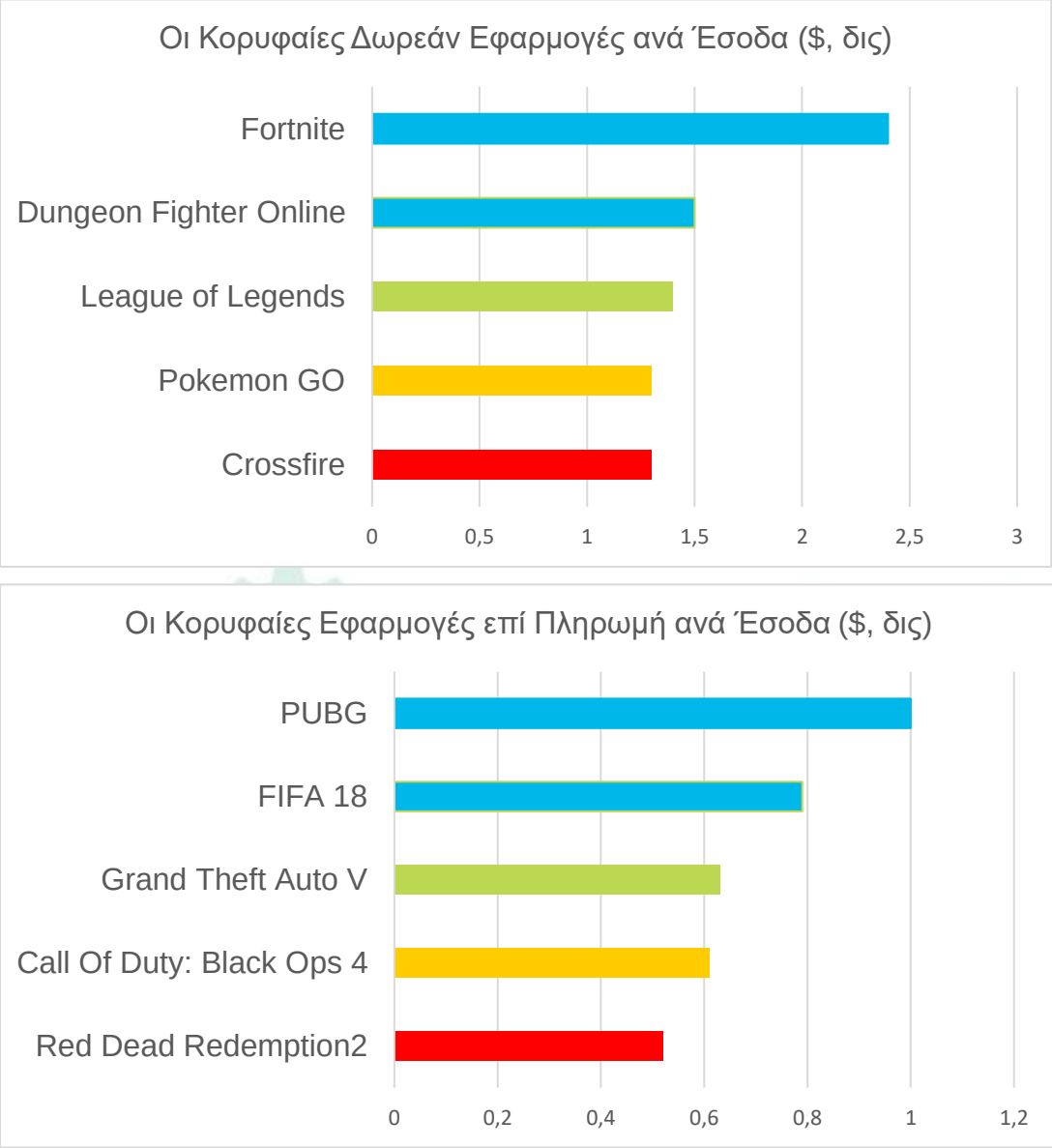
Τόσο το Fortnite όσο και το PUBG χρησιμοποιούν νομίσματα των παιχνιδιών που μπορούν να τα αγοράσουν οι παίκτες με πραγματικά χρήματα ή να τα κερδίσουν παίζοντας το παιχνίδι. Με αυτά τα νομίσματα μπορούν να αγοράσουν διάφορα αισθητικά στοιχεία (cosmetic items). Η κύρια διαφορά μεταξύ τους είναι μεταξύ Battle Pass (μτφ. «Πάσο Μάχης») του Fortnite και των κιβωτίων του PUBG. Είναι ένα είδος «loot box» (μτφ. «κουτί με λάφυρα»): μπορεί να αγοραστεί χρησιμοποιώντας το νόμισμα του παιχνιδιού ή σε μια διαδικτυακή αγορά για να αποκτήσετε τυχαία αντικείμενα.

Παρουσιάστε στους μαθητές τα παρακάτω διαγράμματα και ζητήστε τους να τα σχολιάσουν. Ρωτήστε τους ποιο παιχνίδι είναι πιο κερδοφόρο καθώς και ποιο παιχνίδι προσελκύει και διατηρεί περισσότερους παίκτες.
(Οι μετρήσεις που χρησιμοποιήθηκαν είναι από τα έτη 2018-2019 καθώς η πανδημία του COVID-19 τις έχει τροποποιήσει σε τεράστιο βαθμό. Το 2020, το Fortnite και το PUBG είχαν παρόμοιο αρθμό εσόδων (περίπου 5 δισεκατομμύρια δολάρια). Ωστόσο, η κινεζική αγορά αντιπροσωπεύει το 30 έως 50% των εσόδων του PUBG, ενώ το Fortnite δεν βγάζει σχεδόν καθόλου χρήματα από την Κίνα (λόγω κυβερνητικών περιορισμών). Έτσι, αν σκεφτεί κανείς την αγορά εκτός της Ασίας, το Fortnite κερδίζει πολύ περισσότερα χρήματα από το PUBG ενώ είναι ένα δωρεάν παιχνίδι. Επιπλέον,

Με συγχρηματοδότηση από το πρόγραμμα «Erasmus+» της Ευρωπαϊκής Ένωσης

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής στην παραγωγή της παρούσας έκδοσης δεν συνιστά αποδοχή του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρίζει αποκλειστικά τις απόψεις των συντακτών, και η Επιτροπή δεν μπορεί να αναλάβει την ευθύνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτήν.
Κωδικός έργου: 2020-1-FR01-KA201-080669

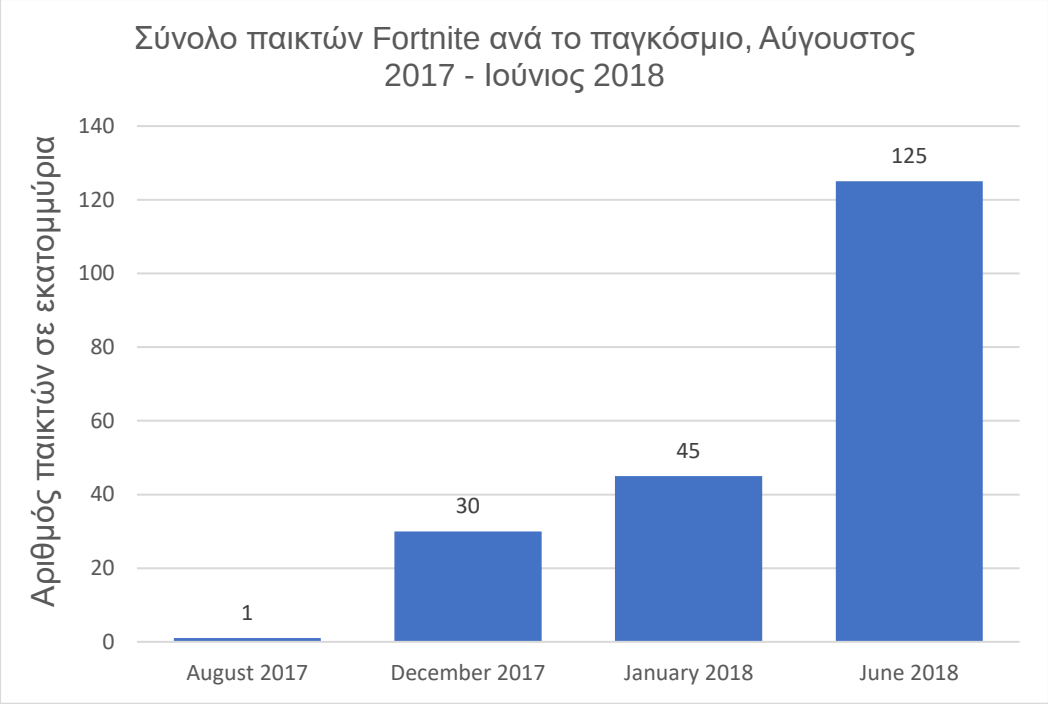
το PUBG για κινητά αντιπροσωπεύει το μεγαλύτερο μέρος των εσόδων του PUBG και για το επιχειρηματικό του μοντέλο έχουν αντιγράψει το Battle Pass του Fortnite).

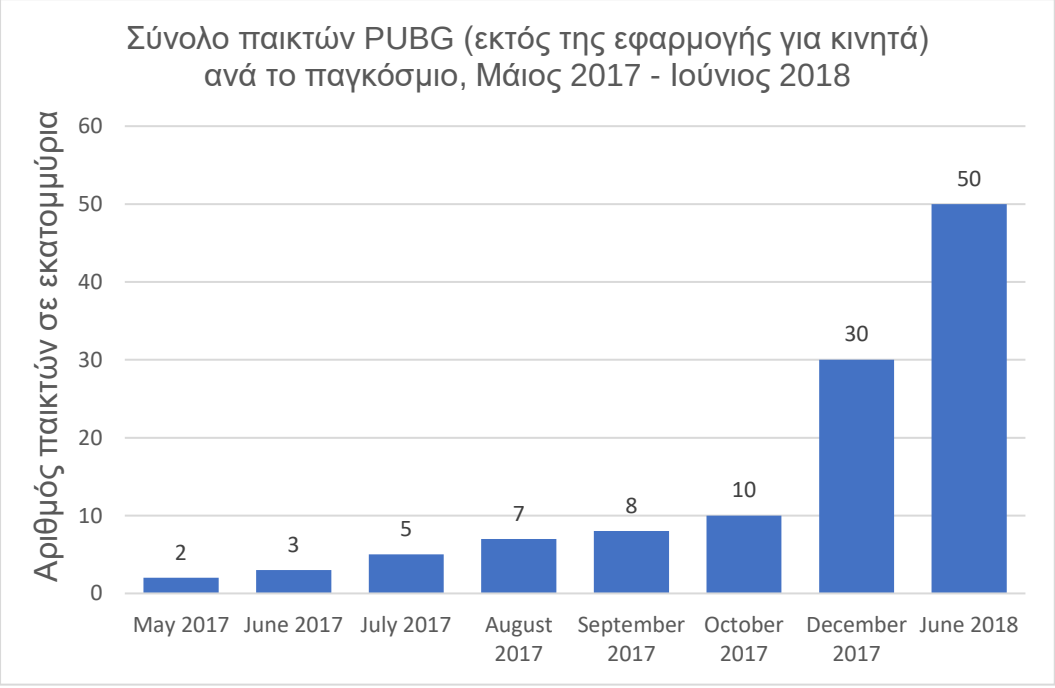


Διάγραμμα 1. Pagdiwala. (2019).

Με συγχρηματοδότηση από το πρόγραμμα «Erasmus+» της Ευρωπαϊκής Ένωσης

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής στην παραγωγή της παρούσας έκδοσης δεν συνιστά αποδοχή του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρίζει αποκλειστικά τις απόψεις των συντακτών, και η Επιτροπή δεν μπορεί να αναλάβει την ευθύνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτήν.
Κωδικός έργου: 2020-1-FR01-KA201-080669





Διάγραμμα 2. Pagdiwala. (2019).

Με συγχρηματοδότηση από το πρόγραμμα «Erasmus+» της Ευρωπαϊκής Ένωσης

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής στην παραγωγή της παρούσας έκδοσης δεν συνιστά αποδοχή του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρίζει αποκλειστικά τις απόψεις των συντακτών, και η Επιτροπή δεν μπορεί να αναλάβει την ευθύνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτήν.
Κωδικός έργου: 2020-1-FR01-KA201-080669

Βήμα 2 - Ανάλυση της διεπαφής χρήστη του Battle Pass (10 λεπτά)

Δείξτε στους μαθητές σας τη διεπαφή του Battle Pass στο Fortnite:

Εικόνα 1: Στιγμιότυπο του Fortnite's BattlePass (Doc Geraud, 2018)

Πώς μπορούμε να περιγράψουμε αυτή τη διεπαφή;

Οι βασικές έννοιες προς ανάλυση:

- Το Battle Pass μοιάζει με μια γραμμή προόδου που πηγαίνει από αριστερά προς τα δεξιά με διαχωρισμό μεταξύ των δωρεάν στοιχείων (μπλε) και αυτών που μπορούν να αγοραστούν (χρυσό).
- Όταν πληρώνετε για το Battle Pass, λαμβάνετε ανταμοιβές σε κάθε επίπεδο σε αντίθεση με τη δωρεάν έκδοση όπου λαμβάνετε ανταμοιβές μια στο τόσο)

Με συγχρηματοδότηση από το πρόγραμμα «Erasmus+» της Ευρωπαϊκής Ένωσης

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής στην παραγωγή της παρούσας έκδοσης δεν συνιστά αποδοχή του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρίζει αποκλειστικά τις απόψεις των συντακτών, και η Επιτροπή δεν μπορεί να αναλάβει την ευθύνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτήν.
Κωδικός έργου: 2020-1-FR01-KA201-080669

Εάν έχετε μαθητές που παίζουν το παιχνίδι, ρωτήστε τους:

- Μπορείτε να δείτε το Battle Pass ακόμα κι αν δεν το πληρώσετε; Ναι
- Πώς προχωράμε επίπεδα; Πρέπει να αποκτήσετε εμπειρία παίζοντας για να ανεβείτε επίπεδο και κάθε επίπεδο σας δίνει αστέρια μάχης. Στη συνέχεια, ξεκλειδώνετε τα επίπεδα Battle Pass όταν λαμβάνετε ένα συγκεκριμένο αριθμό αστεριών.
- Τι γίνεται με τα αντικείμενα του προηγούμενου επιπέδου όταν αγοράζετε το Battle Pass; Τα παίρνετε όλα αναδρομικά

Πώς πιστεύετε ότι επηρεάζει τον παίκτη αυτή η διεπαφή; Ο παίκτης αναγκάζεται να βλέπει όλα όσα χάνει επειδή δεν πληρώνει.

Προβάλετέ τους αυτό το βίντεο για την Αποστροφή Απώλειας (Loss Aversion):
💡 'Loss aversion | Ethics defined' από το McCombs School of business και κάντε τους ξανά την προηγούμενη ερώτηση.

Ρωτήστε τους μαθητές σας πώς πιστεύουν ότι η Αποστροφή Απώλειας μπορεί να είναι πιο έντονη με το Battle Pass παρά με τυχαία loot boxes. Σε ένα loot box, η ανταμοιβή είναι τυχαία, επομένως δεν γνωρίζετε την αξία του μέχρι να το ανοίξετε. Στο Battle Pass, ξέρετε ακριβώς τι χάνετε.

- **Βήμα 3 - Ανάλυση της οργάνωσης των σεζόν του παιχνιδιού (10 λεπτά)**

Ρωτήστε τους μαθητές σας πώς λειτουργούν οι σεζόν στο παιχνίδι Fortnite.
Το παιχνίδι οργανώνεται σε σεζόν (όπως στις τηλεοπτικές σειρές) των 90 ημερών. Κάθε σεζόν έχει νέα ποικιλία με την εφαρμογή νέων στοιχείων: κανόνες παιχνιδιού, τροποποιήσεις χάρτη καθώς και αντικείμενα με δυνατότητα ξεκλειδώματος. Αυτά τα

Με συγχρηματοδότηση από το πρόγραμμα «Erasmus+» της Ευρωπαϊκής Ένωσης

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής στην παραγωγή της παρούσας έκδοσης δεν συνιστά αποδοχή του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρίζει αποκλειστικά τις απόψεις των συντακτών, και η Επιτροπή δεν μπορεί να αναλάβει την ευθύνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτήν.
Κωδικός έργου: 2020-1-FR01-KA201-080669

αντικείμενα είναι αποκλειστικά σε κάθε σεζόν. Μόλις τελειώσει η σεζόν, τα αντικείμενα δεν μπορούν πλέον να αποκτηθούν. Ωστόσο, μπορείτε να μεταφέρετε αντικείμενα που αγοράσατε κατά τη διάρκεια μιας σεζόν στις επόμενες.

Ρωτήστε τους μαθητές σας τι πιστεύουν για αυτήν την οργάνωση σε σεζόν όσον αφορά την Αποστροφή Απώλειας.
 Ενισχύει την Αποστροφή Απώλειας γιατί μετά από όλες τις προσπάθειές σας να προχωρήσετε στα επίπεδα, το μόνο που χρειάζεται είναι να αγοράσετε το Battle Pass για να αποκτήσετε όλα τα αντικείμενα που προτείνονται μέχρι το επίπεδο στο οποίο βρίσκεστε, διαφορετικά απλώς θα βλέπετε όλα όσα θα χάσετε για πάντα. Όσο πιο κοντά πλησιάζει στο τέλος της σεζόν ο παίκτης, τόσο πιο δύσκολο είναι να αντισταθεί στην Αποστροφή Απώλειας.

💡 'What is Effort Justification? [Definition and Example] - Understanding Cognitive Biases' από τους My Cognitive Biases.

Ρωτήστε τους πώς η Δικαίωση της Προσπάθειας (Effort justification) θα μπορούσε να κάνει το Battle Pass πιο ελκυστικό από τα loot boxes. Το Battle Pass δείχνει όλα τα αντικείμενα που θα μπορούσατε να έχετε επειδή δουλέψατε σκληρά για να ανεβείτε επίπεδο. Ενώ τα τυχαία αντικείμενα σε ένα loot box δεν προσφέρουν αυτή την αίσθηση σε τόσο μεγάλο βαθμό.

- **Βήμα 4: Ανάλυση του φαινομένου της επιρροής από τον περίγυρο (peer effect) (15 λεπτά)**

Ρωτήστε τους μαθητές σας τι είναι το λόμπι των παιχνιδιών και τι κάνουν σε αυτό. Είναι μια εικονική αίθουσα αναμονής όπου οι παίκτες μπορούν να κοινωνικοποιούνται και να παρατηρούν ο ένας τον άλλον πριν ξεκινήσει ένας αγώνας.

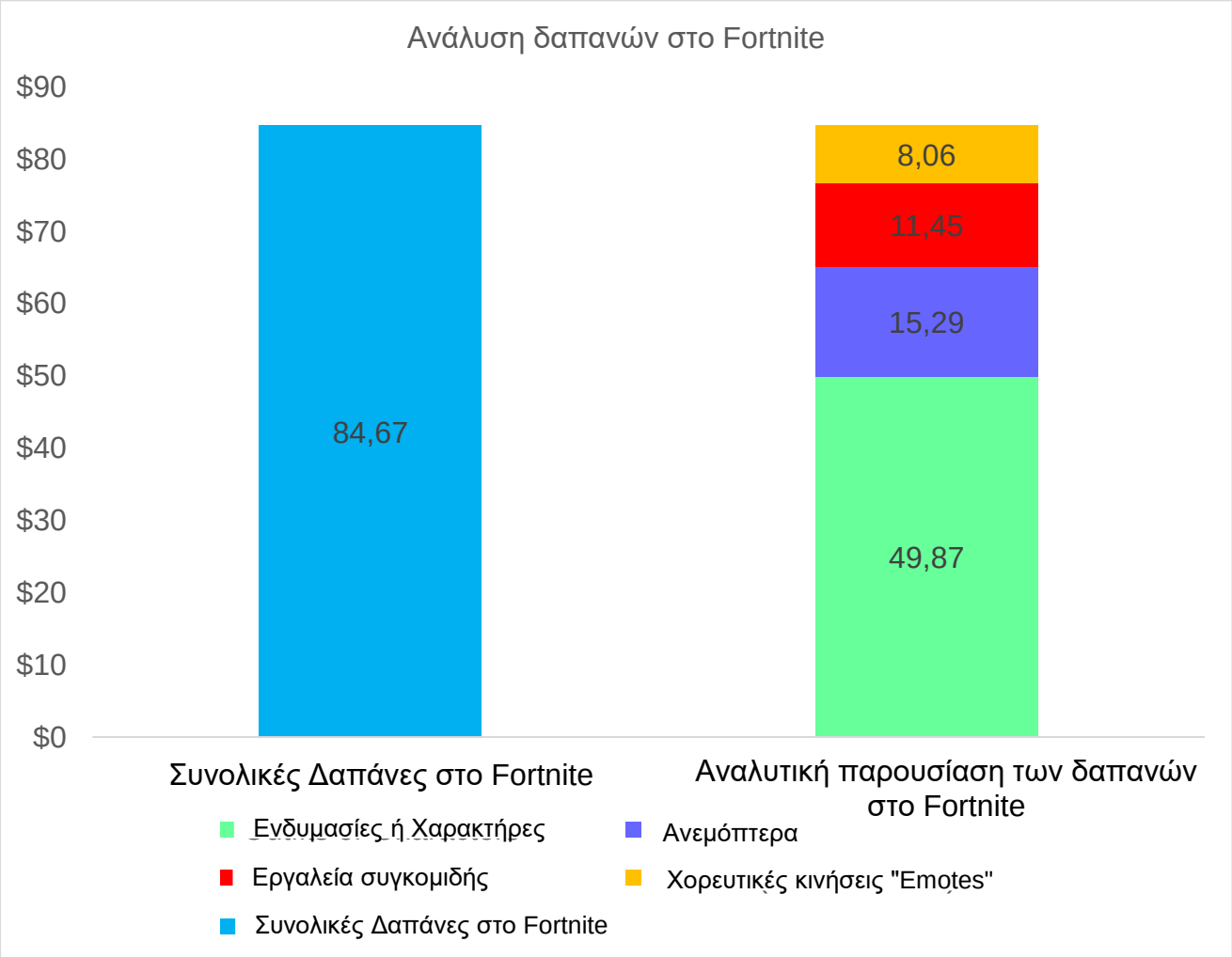
Με συγχρηματοδότηση από το πρόγραμμα «Erasmus+» της Ευρωπαϊκής Ένωσης

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής στην παραγωγή της παρούσας έκδοσης δεν συνιστά αποδοχή του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρίζει αποκλειστικά τις απόψεις των συντακτών, και η Επιτροπή δεν μπορεί να αναλάβει την ευθύνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτήν.
Κωδικός έργου: 2020-1-FR01-KA201-080669

Ρωτήστε τους μαθητές σας εάν πιστεύουν ότι μπορεί να υπάρξει κοινωνική πίεση για την αγορά των αισθητικών στοιχείων.
Προβάλετε το ακόλουθο βίντεο στους μαθητές σας σχετικά με το φαινόμενο της επίδρασης από τον περίγυρο:

💡 'The Asch Experiment' από το HeroicImaginationTV.

Δείξτε το παρακάτω διάγραμμα στους μαθητές σας:



Διάγραμμα 3. Pagdiwala. (2019).

Με συγχρηματοδότηση από το πρόγραμμα «Erasmus+» της Ευρωπαϊκής Ένωσης

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής στην παραγωγή της παρούσας έκδοσης δεν συνιστά αποδοχή του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρίζει αποκλειστικά τις απόψεις των συντακτών, και η Επιτροπή δεν μπορεί να αναλάβει την ευθύνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτήν.
Κωδικός έργου: 2020-1-FR01-KA201-080669

- **Βήμα 5 - Απολογισμός και προειδοποίηση των μαθητών (10 λεπτά)**

Το δωρεάν μοντέλο του παιχνιδιού δεν είναι καθόλου κακό. Η βασική ιδέα του μοντέλου είναι ότι μπορείτε να παίξετε δωρεάν. Τα παιχνίδια τύπου Battle royale μπορεί να είναι διασκεδαστικά και η κοινωνική και ανταγωνιστική φύση τους τα κάνει ενδιαφέροντα από πολλές απόψεις. Ωστόσο, όπως και πολλά άλλα πράγματα, έχουν να κάνουν με την ισορροπία.

Δίνοντας στον παίκτη την επιλογή να ξοδέψει λίγα πραγματικά χρήματα για να μειώσει τις ώρες του επαναλαμβανόμενου παιχνιδιού ίσως να μην είναι κάτι κακό. Γίνεται όμως πρόβλημα όταν το παιχνίδι έχει σχεδιαστεί με σκοπό να αναγκάζει τους παίκτες να αγοράσουν αυτά τα πλεονεκτήματα.

Προσέξτε όμως να μην κατηγορήσετε τους παίκτες επειδή πληρώνουν για να αγοράσουν πράγματα στα παιχνίδια. Αναγνωρίστε ότι τα παιχνίδια έχουν σχεδιαστεί πολύ προσεκτικά για να επηρεάσουν την συμπεριφορά των παικτών. Δεν υπάρχει λόγος να νιώθουν ενοχές, ωστόσο είναι σημαντικό να έχουν επίγνωση των μηχανισμών αυτών. Μπορεί επίσης να σημειωθεί ότι η καθαρή δύναμη της θέλησης μπορεί να βοηθήσει σε ελάχιστο βαθμό και το καλύτερο που έχουν να κάνουν είναι να τροποποιήσουν τις συνήθειές τους έτσι ώστε να αποφύγουν τους πειρασμούς (μειώνοντας τον χρόνο παινχιδιού, έχοντας συστήματα κλειδώματος, διαθέτοντας συγκεκριμένο προϋπολογισμό για το παιχνίδι κλπ.)

Με συγχρηματοδότηση από το πρόγραμμα «Erasmus+» της Ευρωπαϊκής Ένωσης

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής στην παραγωγή της παρούσας έκδοσης δεν συνιστά αποδοχή του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρίζει αποκλειστικά τις απόψεις των συντακτών, και η Επιτροπή δεν μπορεί να αναλάβει την ευθύνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτήν.
Κωδικός έργου: 2020-1-FR01-KA201-080669

Βιβλιογραφικές αναφορές

[Doc Geraud]. (2018, June 18). ‘Game Anatomy - Fortnite manipule votre cerveau ?’ [Video File]. Retrieved from https://www.youtube.com/watch?v=_YnncJ8NTvA

[The Game Theorists]. (2018, November 1). ‘How Fortnite TRICKS Your Brain! | The SCIENCE... of Fortnite Battle Royale’ [Video File]. Retrieved from https://www.youtube.com/watch?v=tqG74aI9t3Q

Madigan, J. (2019, July 6). The Psychology Of Fortnite's Battle Pass. Forbes.com Retrieved from https://www.forbes.com/sites/jamiemadigan/2019/07/06/the-psychology-of-fortnites-battle-pass/?sh=1ed284a115e6.

[My Cognitive Biases]. (2020, October 31). ‘What is Effort Justification? [Definition and Example] - Understanding Cognitive Biases’ [Video File]. Retrieved from https://www.youtube.com/watch?v=EQRH3hDwGUE

[HeroicImaginationTV]. (2011, June 8). ‘The Asch Experiment’ [Video File]. Retrieved from https://www.youtube.com/watch?v=MqIdm2gssBo

Pagdiwala, D, (2019). An Analysis of the Business Structures and Performance of Traditional vs. "Freemium" Applications. Honors Scholar Theses. 687

[McCombs School of Business]. (2018, December 18). ‘Loss Aversion | Ethics Defined’ [Video File]. Retrieved from https://www.youtube.com/watch?v=ib9xyJrnv1I

Με συγχρηματοδότηση από το πρόγραμμα «Erasmus+» της Ευρωπαϊκής Ένωσης

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής στην παραγωγή της παρούσας έκδοσης δεν συνιστά αποδοχή του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρίζει αποκλειστικά τις απόψεις των συντακτών, και η Επιτροπή δεν μπορεί να αναλάβει την ευθύνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτήν.
Κωδικός έργου: 2020-1-FR01-KA201-080669