

Kan videospil og loot-boxes lede til afhængighed?

En undersøgelse om motivation og adfærd af børn og unge Fortnite spillere

3. Semester Basisprojekt 3 2019



Forfattere: Kaiyin Yang (66514) & Martin Smed Christensen (57305)

Gruppe Nr: V1924809817

Vejleder: Troels Sune Mønsted

Antal Tegn: 89888

Antal Normalsider: 44

Hus: 4.2

Dato: 17/12/2019

Abstract/Resumé

This paper investigates the motivation and behavior of children and young teens when playing video-games and buying loot-boxes and then compares it to current literature on gambling motivation and behavior. It does this by conducting an observational study and interview of a young child and his friends, and by interviewing the child's parents. The breath of this investigation is limited, and such its results should be taken not as the final answer to the investigation. Instead it should be taken as adding volume to the discussion of whether video-games and loot-boxes motivation and behavior is comparable to the motivation and behavior of gamblers, and if it could cause addiction. But the project concludes that there is evidence of a weak addiction in the studied child, and that other children could be experiencing a similar, or even worse experience. As such, we suggest that parents are knowledgeable about the actions of their children when concerning video games and loot-boxes or other microtransactions.

Indledning og Problemfelt	5
Problemformulering	6
Motivation	7
Semesterbinding	8
STS - Subjektivitet, Teknologi og Samfund	8
TSA - Teknologiske Systemer og Artefakter	8
Teori	8
Spildesign og Loot-boxes	8
Loot-boxes mekanismer	9
Overwatch	9
Hearthstone	10
Psychology of addiction	11
Afhængighed	11
Når en vane bliver til afhængighed	11
Adfærdsdesign	12
Gør adfærden attraktiv og nem	12
Core Loops	13
Metagame	13
Feedback og belønning	13
Dannelse af børn og unges identitet	13
Motivation og Gambling	14
Afhængighed og Gambling	16
Metode	19
Fænomenologi	20
Dataindsamling	20
Struktur af interview	23
Forskningsspørgsmål	24

Feltarbejde	25
Fremgangsmåde	25
Analysemetode	27
Empiriske resultater	29
Socialization	29
Communion	29
Competition	30
Ostentation	30
Mood Modification	31
Monetary	32
Diskussion	32
Motivation	32
Socialization	32
Amusement	33
Excitement	34
Avoidance	34
Monetary	35
Opsummering	36
Metodekritik	37
Konklusion	39
Litteraturliste	40
Bilag	43

Indledning og Problemfelt

I Danmark bliver gambling reguleret og lovgivningen blev bl.a. indført for at moderere forbruget af spil om penge. Dette er også med for at beskytte unge eller andre udsatte personer fra at blive udnyttet eller udvikle afhængighed. (Retsinformation 2019). Dette kan være fordi, at gambling kan have negative konsekvenser, som fx at tabe store pengemængder og skabe afhængighed. Udover disse, er der tegn på, at der med problem gambling kommer andre negative psykologiske problemer, der inkluderer angst, skyldfølelse, depression og selvmordsforsøg (Griffiths, Kuss, Pontes & Billieux 2016; S. 12).

Spilindustrien er yngre end andre underholdningsindustrier, som film- og musikindustrien, men er i dag større end de to tilsammen, og tjente i 2018 afrundet 135 milliarder amerikanske dollars (Batchelor 2018). I trin med at spilindustriens indtægter er steget, er loot-boxes blevet brugt i stigende grad, og står, sammen med andre former for mikrotransaktioner, for en stor del af spilindustriens indkomst (Wright 2017). Loot-boxes er en del af noget, der hedder mikrotransaktioner, der giver spillerne en chance for at få tilfældige digitale genstande i videospil. Mikrotransaktioner er genstande, som spilleren kan købe med rigtige penge i spillene. Disse kan både være kosmetiske genstande eller genstande der giver konkurrencedygtige fordele i spillene, hvilket kan variere fra spil til spil. Et eksempel på denne udvikling er Electronics Arts indkomst fra Fifa Ultimate. Fifa Ultimate er en online del i Fifa, hvor spillere skal købe loot-boxes, for at finde bedre udgaver af fodboldspillere, som kan tilføjes til deres hold. Indkomsten fra Fifa Ultimate udgjorde 16% af deres totale indkomst i 2016 og er steget til 28% i 2019 (Bailey 2019).

Vores projekt er interesseret i at undersøge, om loot-boxes og deres brug i videospil, deler de samme kvaliteter som gambling. Spørgsmålet, om loot-boxes kan skabe afhængighed, er især samfundsmæssigt relevant idet, at der er mange børn og unge, som spiller videospil. En undersøgelse fandt, at i Amerika opgjorde unge under 18 år, 21% af forbrugere af videospil (Gough 2019). En national undersøgelse af 30137 australske unge mellem 8-17 år, fandt frem til at 34% havde foretaget køb af digitale genstande eller services i videospil i den foregående 12 måneders periode (King & Delfabbro 2018; S. 168). Hvis loot-boxes deler samme kvaliteter som gambling,

kan der sættes spørgsmålstegn ved, om de også burde reguleres sammen med almindelig gambling. Ved udarbejdningen af dette projekt er der en debat kørende om loot-boxes burde klassificeres som gambling. Deres brug er allerede blevet bandlyst i Belgien, hvor loot-boxes helt er fjernet fra landets udgaver af videospil. Ifølge deres lovgivning opfylder loot-boxes kravene for at konstituere som gambling (King & Delfabbro 2018; S. 168), men dette varierer fra land til land. En britisk komité konkluderede at loot-boxes ikke opfyldte de legale kriterier for gambling, men at de alligevel fandt loot-boxes problematiske og foreslog at den britiske lovgivning skulle ændres så de bliver dækket (Clayton 2019).

Problemformulering

Hvad motiverer børn og unge til at spille videospil og købe loot-boxes, hvilken adfærd udviser de når de deltager i denne aktivitet, og hvordan sammenlignes dette med motivationen for gambling og adfærden for problem gambling?

- Hvorfor bliver vaner dannet, og hvordan skabes afhængighed?
- Hvad motiverer gamblers, og hvilken adfærd udviser mennesker med gambling afhængighed?

Vi havde i starten af projektet, fokus på at undersøge om den mekaniske handling, at åbne loot-boxes, kunne være afhængighedsdannende. At åbne en loot-box var dopamin skabende, og at man derfor kunne blive afhængig af at åbne dem, og få det dårligt, hvis man ikke gjorde det. I løbet af vores teorilæsning om feltet, indså vi at det var en utrolig svæver og naiv tilgang til undersøgelsen. Det anerkendte ikke den kontekst, som loot-boxes blev brugt i, og hvorfor en person skulle have lyst til at åbne den til at starte med. Det manglede motivationen. Derfor har vi udvidet projektet til at betragte loot-boxes som enhver anden kosmetisk genstand forretningsmodel, og til at undersøge motivationen bag at spillere går op i, og køber kosmetiske genstande i videospil.

Videnskaben på dette felt er forholdsvis nyt. Derfor er der ikke skabt en standardiseret måde at undersøge feltet på, og debatten kører om, hvorvidt det er noget der burde reguleres. Randau, Nguyen & Mirgolozar foretog i 2018, kvalitative interviews af tolv forbrugere over 18 år, der havde brugt over 1000 SEK på videospil, undersøgte deres motivation for deres forbrug, og fandt en

strækkende lighed mellem loot-boxes og gambling motivation (Randau, Nguyen, Mirgolozar 2018; S. 4). De interviewede forbrugere, der potentielt allerede havde et problem og dette ekskluderer forbrugerne af loot-boxes som helhed. Vores projekt vil gå i lignende rammer, som det tidligere nævnte projekt, men med et andet fokus. Som nævnt blev de danske reguleringer om gambling delvist indført for at beskytte unge mennesker, og i Randau et al. projektet blev denne målgruppe helt ekskluderet. Det er ikke nødvendigvis sandt at, hvis der findes et led mellem loot-boxes, gambling og afhængighed, at dette er et problem for børn og unge. Det kræver adgang til et hævekort eller lignende, for at deltage i forbruget, og derfor kræver det generelt at forældre er involveret. Derfor vil vores projekt fokusere på børn og unge som målgruppe. Projektet undersøger denne målgruppe, ved at foretage et forløb, der involverer deltagende observation og et uformelt samtale-interview af en niårig dreng og hans venner i hans hjem. Tanken er at foreholde undersøgelsen et sted, hvor de unge er på hjemmebane, og vise deres naturlige adfærd i deres naturlige miljø. Vi finder det værdifuldt at observere deres adfærd, i stedet for bare at høre det blive genfortalt. Vi er både interesserede i deres motivation og adfærd vedrørende deres spil forbrug, og de kosmetiske genstande. Loot-boxes er en del af spillet, og at vi går ud fra, at det er for det meste folk, som spiller spillet, der bruger penge på det. Derudover, er loot-boxes, mikrotransaktioner og kosmetiske genstande, som regel forbundet med spillet, og skal derfor ses i denne kontekst. Derfor finder vi det vigtigt at undersøge, hvorfor de spiller til at starte med. Vi starter med at redegøre teori om dannelsen af vaner, afhængighed og unges identitet. Det gøres for at skabe en forståelse for, hvorfor og hvordan vaner og afhængighed skabes, og hvordan unge fremstår som udsatte aktører. Derefter redegør vi for, hvad loot-boxes er, og hvordan de bliver brugt i videospil som Hearthstone og Overwatch. Dette inkluderer teori om adfærdsdesign, som redegør for, hvordan spillenes design kan lede til specifik adfærd for spillerne. Til sidst redegør vi for teori om motivationen af gamblere og adfærden hos problem gamblers. Dette inkluderer ni kriterier opstillet af Den Amerikanske Psykiatriske Association, som bruges til klinisk, at vurdere om en person er afhængig af gambling. Det er på baggrund af denne teori om motivation og adfærd, at vi danner vores analysemetode. Vi stiller vores resultater op imod teorien, for at diskutere om der er en sammenhæng mellem motivationen og adfærden af de unge, der spiller videospil, og på den teoretiske motivation og adfærd for gamblers.

Motivation

Problemet, om hvorvidt loot-boxes skal ses som gambling, eller om det volder et problem, er relevant for begge projektmedlemmer. Vi er begge involveret i industrien som forbrugere, og med vores uddannelsesspor, kunne vi ende med at arbejde i industrien. Svaret på problemet kan komme til at ændre store dele af industrien og samfundet. Industrien er ny og kan ses som en run-away industri, hvor lovene ikke har fulgt med. Med dette projekt kan vi hjælpe med at belyse et potentielt stort samfundsmæssigt problem, og hjælpe det videnskabelige felt med at forstå problemet, men også være indirekte med til at forme en industri, der er personligt vigtigt.

Semesterbinding

STS - Subjektivitet, Teknologi og Samfund

Vores projekt er forankret i STS. Projektet redegør problemet, hvordan det er samfundsrelevant og hvordan den nuværende debat kan lede til store forandringer inden for spilindustrien. Vi undersøger et subjektivt fænomen i vores feltarbejde, hvor vi prøver at observere motivationen og adfærden af unge mennesker der tager del i loot-box systemet. Derefter sætter vi vores teori op imod allerede eksisterende teori om gambling motivation og afhængighed, for netop at komme frem til om vi kunne finde beviser på at det er et samfundsproblem.

TSA - Teknologiske Systemer og Artefakter

I relation til TSA vil vores projekt tackle loot-boxes, som var det som enhver teknologi. Derfor ønsker vi at kigge på loot-boxes indre mekanismer. Derudover redegør vi for det teknologiske system der indeholder loot-boxes, forklarer hvad det er, hvordan det bliver brugt og hvorfor det er bygget op således. Som enhver anden teknologi så ønsker vi at undersøge loot-boxes utilsigtede effekter.

Teori

Spildesign og Loot-boxes

Der er sket en udvikling i spilindustrien, hvor der sættes fokus på videospil som en 'live service'. Det betyder at spillet udgives, men fortsætter med at få support i form af opdateringer og indhold. Det varierer fra spil til spil, men det kan inkludere nye baner til bilspil, nye våben til skydespil, nye missioner til RPG spil og alle former for kosmetiske genstande. For at kunne understøtte denne fortsættende udvikling kræver spillene en kontinuerlig indkomst. Traditionelt har spil den største indkomst ved udgivelsen, når folk køber spillene. Men dette ville selvfølgelig ikke virke særlig godt i et 'live service' spil, der kan fortsætte med at blive opdateret i mange år. Derfor har mange spil i dag en forretningsmodel, som kan tjene spilfirmaerne penge i løbet af spillets levetid. Loot-boxes er et af disse forretningsystemer. Det er et system hvor brugerne kan bruge penge på at få en tilfældigt genstand.

Loot-boxes mekanismer

Dette afsnit afklarer helt konkret hvad loot-boxes i nutidens videospil er, hvordan de fungerer, og hvad deres egentlige formål er. loot-boxes kan ses, som kinder æggene i nutidens videospil, da de er små pakker, som enten kan købes med rigtige penge eller med optjente point i spillet, som spillerne kan åbne for at modtage en eller flere tilfældige genstande. De genstande, som spillerne modtager fra loot-boxes, vil være ud fra en pulje, hvor visse ting er bedre end andre ting (som fx skins, som er et kostume, der ændrer udséendet af ens karakter i spillet), hvilket er baseret på deres sjældenhed. Vi redegør for brugen af kosmetiske loot-boxes i spillet Overwatch, og brugen af Pay-to-win loot-boxes i spillet Hearthstone (Tomsguide 2019).

Overwatch

Overwatch, som er udgivet og ejet af Activision Blizzard, har delt genstandene fra loot-boxes op i fire forskellige kategorier baseret på genstandenes sjældenhed: common (den grå som har den største chance), rare (den lyseblå som har ikke lige så store chance), epic (den lilla som har mindre chance) og legendary (den orange som har mindst chance), hvilket kan ses i bilag 6.

I Overwatch er spillerne garanteret fire genstande per loot-box de åbner, som kan ses i bilag 3. Men som der kan ses i bilag 7, så består puljen af gevinster af genstande, der er unikke til specifikke karakterer (skins, victory poses, emotes, voice lines og highlight intros, sprays), og nogle generelle genstande som bare kan bruges (sprays) (bilag 7 og 9). Dette betyder at sandsynligheden for, at en spiller får en specifikt genstand, som de ønsker, er lav. Oftest har spillerne muligheden for spille sig frem til, eller optjene nok point til at skaffe loot-boxes, hvis de ikke ønsker at købe dem med rigtige penge. Eksempelvis i Overwatch, som set i bilag 4, optjener spillerne *experience points*, hver gang de færdiggør en kamp, hvor at mængden af uddelegeret experience points er bestemt ud fra kampens resultat (Overwatch Fandom 2019). En spillers Overwatch konto stiger ét level hver gang de har optjent nok experience points, og hver gang de stiger et level får de uddelegeret en enkelt loot-box. Ydermere kræves der flere experience points jo højere level spillernes konto er (op til level 22 hvor det kræves 20000 experience points fremover).

Nogle videospil, som Overwatch, giver spillerne mulighed for optjene point eller spille dem frem til specifikke ting i spillet. Som der ses i bilag 3, bilag 6 og bilag 10, kan spillerne modtage *credits*, som er en anden form for point i Overwatch, som spillerne kan opsamle til at købe de ting, de ønsker. Dog bør det noteres, at mængden af credits spillerne får fra Overwatch loot-boxes er i moderate mængder. Ydermere er forskellige mængder kategoriseret i de forskellige sjældenhed, som der blev nævnt tidligere. (Overwatch Fandom 2019).

Hearthstone

Hearthstone er et digitalt kortspil, der også er udgivet og ejet af Activision Blizzard. Hver spillere har et deck på tredive kort, som de kan kaste magi og påkalde monstre fra. Målet går ud på at reducere modstanderens livspoint til nul. Bedre kort betyder større fordele, hvilket betyder øget sandsynlighed for at vinde. Svarende til Overwatch har Hearthstone opdelt kortene i forskellige kategorier af sjældenhed: common (hvid som har største chance), rare (blå som har ikke så store chance), epic (lilla som har mindre chance) og legendary (orange som har mindst chance). I Hearthstone er kortene opdelt i forskellige udvidelsessæt. Som regel når der tilføjes nye kort i spillet, kommer de som en del af et nyt udvidelsessæt (Hearthstone Wiki 2019). I modsætning til Overwatch, hvor loot-box puljen er en samling af alle opnåelige genstande, så har hvert Hearthstone kort udvidelsessæt deres egen loot-box pulje, hvilket betyder at spillerne kun får kort fra det

udvidelsessæt, som de vælger at åbne loot-boxes fra. En anden væsentlig ting er, at i Hearthstone, er det muligt at modtage samme kort fra loot-boxes, som spillerne i forvejen har flere kopier af. Har spillerne for mange af et kort, eller et kort som de ikke ønsker at have længere, har de muligheden for at *disenchant* kortet. Når et kort bliver disenchantet, bliver kortet fjernet fra deres *collection* (spillernes samling), og giver dem en bestemt mængde *Dust* i stedet, hvilket kan ses i bilag 14, bilag 15 og bilag 16. Dust er en form for point, som spillerne kan spare op, til at købe specifikke kort som de ønsker. Mængden af Dust er bestemt ud fra kortets sjældenhed (Hearthstone Wiki 2019)

Psychology of addiction

Afhængighed

Af tider hører man folk tale om, at de er “afhængigt” af chokolade, og det, som folk formentlig mener, når de siger dette, er, at de har en ukontrollerbart trang til chokolade hele tiden, selvom de formentlig er klar over, at de ikke har så godt af det (Svanberg. 2018. S. 9). Her kan det ses at sådan noget som chokolade, i sig selv ikke er et afhængighedsdannende stof, men alligevel er der noget, der forårsager den tidligere nævnte adfærd. Sådan noget som stoffer og alkohol har selvfølgelig stor indflydelse på afhængigheds fænomenet, men det er oftest ikke disse ting alene, der gør folk afhængige. Dette skal forstås sådan, at en person ikke med det samme bliver afhængig første gang de imødekommer stoffet, eksempelvis folk der får medicinsk morfin, når de bliver opereret. Kort sagt “*It’s also important to clarify that drug use is not the same as drug addiction*” (Svanberg. 2018. S. 10). Afhængigheden starter ofte først, når en person danner en vane rundt om disse ting, hvor at der formentlig kan være flere ting, der kan forårsage denne vanedannelse (Svanberg. 2018. S. 22-23).

Når en vane bliver til afhængighed

Allerede fra fødslen har menneskets hjerne dannet et netværk til at opsamle informationer og tolke dens omgivelser. Vores hjerne ændrer sig gennem vores liv, modelleret efter vores erfaringer og ud fra disse ændringer i nerveceller, oplever vi verdenen anderledes. (Svanberg. 2018. S. 27). Når vi oplever nye ting, vil neuronerne i vores hjerne danne nye mønstre; der skabes nye forbindelser

mellem neuronerne. Disse nye mønstre er nærmest måden, som de nye oplevelser bliver optaget (recorded) på. Derefter bliver forbindelsen mellem neuronerne stærkere, hver gang vi gentager en bestemt handling (Svanberg. 2018. S. 28). Derudover er hjernens forandringer, som er relateret til læring, stærkere, når de er drevet af stærke følelser (Svanberg. 2018. S. 28). En vane kan beskrives ved:

“vane, ureflekteret gentagelse af adfærd, automatisk reaktion. Vanen er grundlæggende for al kompleks indlæring. I dagligsproget skelnes oftest mellem gode og dårlige vaner.”(La Cour 2009).

Eksempelvis hvis en person bliver fuld hver weekend, fordi de måske føler dem social ængstelige uden alkohol, selvom de godt ved, at det ikke er godt for dem, men de aner ikke hvordan de skal komme ud af rutinen (Svanberg. 2018. s. 22-23).

Adfærd er dannet ud fra et samspil af straf og belønning, fx hvis man lige har lært at cykle, vil belønningen, som er opnåelsen af evnen til at cykle, motivere én til at cykle mere, og vil formentlig også øge ens selvtillid til at lære (Svanberg. 2018. S. 29). Adfærd har stor betydning for os mennesker, fordi jo flere gange vi gentager en given adfærd, jo mere naturligt forekommer den for os (Svanberg. 2018. s. 28). En vigtig del af hjernens forstærkningsproces er udløsningen af dopamin, som er et neurotransmitter (signalstof). Før i tiden troede forskere, at der kun blev udløst dopamin, når en person oplevede en følelse af belønning, men det viser sig nu, at dopamin bliver udløst ved både straf og belønning. Dopamin kan blive udløst, når der forventes en belønning eller når belønningen kommer i uregelmæssige intervaller (Svanberg. 2018. S. 31). En tidligere klient af Jenny Svanberg, forfatteren af *The Psychology of Addiction*, havde fortalt hvordan de ville træde ud i blæsende snevejre med heroin-abstinenssmerter for at finde deres heroin dealer. Klientens abstinenser forsvandt ikke i det øjeblik heroin kom i deres blod, men det øjeblik de modtog posen med stoffet. Det er her at dopamin kommer ind i billedet, da det er det stof som driver klienten til at jage efter heroin (Svanberg. 2018. S. 31).

Adfærdsdesign

Adfærdsdesign fokuserer på at forklare, hvad der sker når mennesker går fra at udføre en opførelse til at danne sig en vane eller gøre ting automatisk. Vaner er det næste led i menneskers opførelse vi er interesserede i, da det relaterer til brugeres brug af loot-boxes.

Gør adfærden attraktiv og nem

Mange af vores handlinger er drevet ud fra vores motivation, evne eller anledning. Står glas-papcontaineren fx mere end 100 meter væk, er der stor sandsynlighed for ens glas- eller papaffald bare smides sammen med det andet affald. Altså vil det sige at menneskets dovenskab kan udnyttes (Lieberoth, et al. 2017. s. 37).

Core Loops

Et af de væsentlige elementer i designprocessen af et videospil er Core Loops, som er små opgaver, som spilleren skal udføre. Ved at udføre disse opgaver, bliver spilleren trænet til at udføre disse opgaver hurtigere og bedre, ydermere forbereder det også spilleren til sværere niveauer senere i spillet, hvilket oftest også kræves at blive låst op gennem disse små opgaver.

Metagame

Metagame er det som binder Core Loops'ene sammen. Formålet ved Core Loops'ene er, at spilleren bliver ved, med at løse små opgaver, fordi de har et vis mål i spillet eksempelvis et nyt niveau, noget udstyr der giver spillerens karakter i spillet en større fordel eller kosmetiske genstande. Dette er for at motivere spilleren til spille spillet over en længere periode (Lieberoth, et al. 2017. s. 202-204).

Feedback og belønning

Feedback i denne sammenhæng er spillets reaktion til spillerens handlinger. Dette kan lede til straf eller belønninger afhængigt af hvor godt spilleren har klaret sig i spillet. Straf og belønninger skal gives i kontrolleret mængder. Dette er i relation til spillerens motivation; fordi belønnes spilleren

for meget vil spilleren begynde finde spillet let, og formentlig miste motivationen for at spille videre. Dette princip kan også gælde ved, jagten af kosmetiske genstande. Er det for let at skaffe kosmetiske genstande, vil spillerne hurtigt få udført deres kollektion, hvilket kan reducere motivationen for at spille videre. Sagt med andre ord kan belønning både virke positivt og negativt. En kontrolleret mængde af belønning vil motivere spilleren til at spille videre, hvoraf alt for mange belønninger vil demotivere spilleren til at spille videre. Samme princip gælder også for straf.

Dannelse af børn og unges identitet

Børn og unge i dag, specielt i teenage alderen, er meget opsat af at få dannet deres identitet, dvs. hvad der kendetegner dem, og mange af dem er i tvivl om deres identitet. I følge et papir udgivet af Aspiro Adventure, *IDENTITY DEVELOPMENT*, er der fem hyppigt forekommende tegn, der viser at de unge har identitetsproblemer (Aspiro. TEEN IDENTITY DEVELOPMENT):

- 1) Statussymboler: tøj og ejendele for at skabe stærke tilknytninger.
- 2) Forbudte adfærd: de unge tror på, at de vil blive lettere accepteret, hvis de fremstiller dem selv som mere moden. På grund af dette, begynder de ofte at ryge, drikke, tage stoffer eller foretage seksuelle aktiviteter.
- 3) Gør oprør: Mange unge gør oprør for at vise, at de er forskellige fra deres forældre for at blive accepteret af deres flok.
- 4) Idoler: Nogle unge spejler dem selv hos kendisser og forsøger at blive ligesom personen de spejler dem hos.
- 5) Klikker: Unge mennesker, der er i færd med danne deres identitet, danner ofte klikker af den grund, at de ikke ønsker at associere sig med andre, der har uønsket karakteristikkere..

Når de unge er i færd med at danne deres identiteter, der lærer de, hvad der gør dem unikke, men på samme tid lærer de også, hvad der gør, at de vil passe ind sammen med de andre. Ifølge Aspiro er der andre faktorer, der kan forhindre dannelsen af et sikkert og positivt selvidentitet (*self identity*) (Aspiro. TEEN IDENTITY DEVELOPMENT):

- 1) Mangel på forældre tilknytning
- 2) Lavt selvværd
- 3) Mangel på voksent indflydelse

4) Mangel på accept fra positive jævnaldrende grupper

Mange af de unges handlinger og beslutninger er præget af de udefrakommende sociale forventninger. De unge skal ofte tilpasse dem de forskellige normer og roller fra de forskellige kliker, for at kunne tilpasse dem i de sociale grupper.

Motivation og Gambling

Det kommende afsnit vil redegøre for menneskers motivation bag deltagelsen af gambling, som opstillet af Lee et al. (Lee et al. 2007). Dette inkluderer *Socialization*, *Amusement*, *Excitement*, *Avoidance* og *Monetary*. Dette gøres for at kunne opstille et fagligt framework for forståelsen af gambling motivation, der gør det muligt for os at sammenligne med motivation bag brugen af loot-boxes.

Motivation kan defineres som den interne eller eksterne kræft, der udløser, leder, forstærker og fører til vedvarende adfærd (Lee et al. 2007; S. 21). Motivationsmodeller er opstillet for at give svar på, hvorfor mennesker deltager i gambling (Binde 2013; S. 82).

Socialisation relaterer til sociale begivenheder, interaktioner og nydelsen af disse gennem deltagelsen af gambling (Lee 2007). Social gambling kan inddeles i tre udgaver, som alle kan være motiverende: *Communion*, *Competition* og *Ostentation* (Binde 2013; S. 85). *Communion* omhandler det direkte sociale, at have en god tid med andre mennesker. Selvom gambling kan være en aktivitet man gør alene, er der mange der nyder det sociale, og det kan lede til at folk gambler mere. *Competition* omhandler at konkurrere med andre mennesker. Det inkluderer både spil om penge som fx poker, der kan spilles professionelt og i turneringer, men kan også inkludere mennesker der prøver at vinde imod blackjack-dealeren. *Ostentation* omhandler at udvise en forståelse og mestring af systemet, hvor gambling bliver foretaget, hvilket kan lede til social status (Binde 2013; S. 85).

Amusement relaterer til motivationen, der skabes når mennesker, der deltager i gambling begivenheder, har det sjovt eller er underholdt. At vinde kan producere en stærk glæde hos mennesker (Binde 2013; S. 83).

Excitement relaterer til en følelse af spænding og begejstring. Hvor tanken om at kunne vinde kunne producere glæde, vil selve tanken om at være tæt på at vinde skabe spænding.

Spændingsfølelsen stiger fx, når en bingo spiller kun har ét tal tilbage før de vinder, eller når rouletten er tæt på at stoppe (Binde 2013; S. 83).

Avoidance relaterer til forsøget på at undgå negative følelser. Ludomaner deltager i gambling for at undgå negative følelser, kedsomhed eller lavt selvværd (Lee 2007; S. 22 & 26). Folk kan også deltage i gambling for at slappe af, og flygte fra stress og angst (Binde 2013; S. 83).

Monetary relaterer til at vinde penge eller andre ting af værdi. Det behøver ikke at være penge, det er bare det medium, som gambling normalt tager form af. Vundne penge fra et spil har en psykologisk og symbolsk værdi, som går ud over penges indbyggede værdi (Binde 2013; S. 84). På trods af dette, er der mange, der netop gambler for at vinde penge og blive rige (Lee 2007; S. 22).

Afhængighed og Gambling

Dette afsnit vil redegøre for, hvordan gambling afhængighed bliver defineret, og hvordan mennesker bliver kvalificeret, som at være gambling afhængig. Dette gøres for at kunne etablere faglige termer der kan bruges til at forstå afhængighed, så vi bedre kan tematisere vores undersøgelser, om hvorvidt loot-boxes kan sammenlignes med gambling. Derudover vil det blive brugt, til at diskutere om vores undersøgelsesobjekter udviser nogen af denne adfærd, og om de derfor kan klassificeres som afhængige.

Gambling afhængighed er den første afhængighed, der er blevet klassificeret som en officiel adfærd afhængighed af det 'American Psychiatric Association (APA)' i den femte udgave af 'Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders (DSM-V)' (Griffiths, Kuss, Pontes & Billieux 2016; S. 16).

Førhen havde det været et spørgsmål om, hvorvidt adfærdsafhængighed overhovedet kunne klassificeres som afhængighed på lige fod med stofmisbrug. Griffiths beskriver at den eneste måde at bekræfte, at adfærdsafhængighed kan klassificeres som afhængighed, er at sammenligne den med de kliniske kriterier af stofmisbrug og afhængighed (Griffiths 2008; S. 446-447). Griffiths opstiller 6 kriterier, som han argumenter for, skal være til stede, for at der kan snakkes om reel afhængighed (Griffiths 2008; S. 446-447). Udover at der selvfølgelig er forskel på mængden af kriterier, opstiller DSM-V, at man kan være mere eller mindre afhængig. Fx skal en persons opførelse kun opfylde fire

af kriterierne for at kunne kvalificeres som mild eller svagt afhængig. Vi redegør for disse kriterier, diskuterer deres forskelle og forklarer vores egen forståelse og brug af afhængighed i projektet.

De seks kriterier som Griffiths opstiller er ‘Salience, Mood Modification, Tolerance, Withdrawal, Conflict and Relapse’ (Griffiths 2008; S. 446-447).

Hvor Griffiths kriterier er generelle, er DSM-V yderst specifikke, og alle ni kriterier nævner specifikt gambling. Formålet bag kriterierne er også forskellige. Griffiths opstiller kriterierne, for at man kan sige, at en bestemt adfærd har en tilhørende afhængighed, hvorimod DSM-V går ud fra at gambling afhængighed allerede er én ting, og derfor opstiller kriterierne for, om en person kan kvalificeres som gambling afhængig. Derfor skal de selvfølgelig ikke sammenlignes direkte, men det kan være værd at kigge på, om de ni kriterier opfylder de seks overordnede kriterier, som Griffiths mener skal være til stede før man kan snakke om en afhængighed.

Det første punkt er *“Needs to gamble with increasing amounts of money in order to achieve the desired excitement”* og omhandler tolerance. Vores teori redegør for, hvordan afhængighed er et respons til dopamin, der bliver udløst i kroppen, og tolerance beskriver, hvordan en afhængig, kræver kontinuerligt mere ekstrem adfærd, for at kunne udløse nok dopamin til at få sit fix. Dette punkt kan dog ikke direkte sammenlignes med videospil. Mens mængden af penge, der gambles med, kan forøges kontinuert, indtil gambleren ikke har flere tilbage, er det ikke helt så simpelt med loot-boxes og mikrotransaktioner. De digitale genstande, der kan anskaffes har ikke nødvendigvis en indbygget monetary værdi, og det kan være op til forbrugerne selv at realisere genstandens værdi. Dette kan lede til, at det er specifikke genstande spillerne godt kunne tænke dem at anskaffe, og de mere eller mindre er ligeglade med andre genstande. Derfor er der et naturligt slutpunkt i processen; når brugerne får de genstande, de har sat i høj værdi, må vi gå ud fra, at de får en mindre dopamin udløsning, når de deltager i processen. Derudover kan spillerne komme til et punkt, hvor de ejer alle digitale genstande i spillet, og at de slet ikke kan deltage i processen længere. Der er variation mellem spil, og nogle spil bliver udgivet således, at det både er svært at nå at eje alle genstande, og således at der altid er noget værdifuldt at jage efter. Derfor kan der nødvendigvis være brug for at redefinere punktet til vores projekts brug til at undersøge om adfærden der skabes ved brug af loot-boxe, kan ses som eller lede til en form for afhængighed. Alene det at få en sjælden gevinst på trods af dårlige odds, som fx et legendary kort, går vi ud fra kan have en udløsning af

dopamin. Derfor kan vi måske definere dette punkt således: *“Er villig til at bruge større og større mængder af penge på, at få det eller de genstande de er interesserede i”* eller *“Har brug for at opleve gode odds oftere eller i større grad for at opnå deres fix”*.

Det andet punkt er *“Is restless or irritable when attempting to cut down or stop gambling”* og omhandler Withdrawal. Vi har allerede redegjort for nogle forskelle mellem gambling og loot-boxes og uden at gentage os, kan dette punkt måske defineres således: *“Oplever ubehag eller rastløshed, når de prøver at formindske eller helt at stoppe med at købe loot-boxes, især når der er en genstand de er interesseret i”*. Hvis oplevelsen af at åbne en pakke med gode odds er kernepunktet for afhængigheden, kan Withdrawal også opleves, hvis en afhængig bruger har modtaget alle digitale genstande, og derfor ikke kan få sit fix ved at åbne pakker med sjældent indhold. Så kunne det defineres således: *“Oplever ubehag og rastløshed, når de ikke har fået åbnet pakker med sjældent indhold i en længere periode”*. Perioden ville så variere ud fra hvor afhængig en person er.

Det tredje punkt er *“Has made repeated unsuccessful efforts to control, cut back, or stop gambling”* og omhandler Relapse. Det kunne måske defineres således: *“Har gentagne gange prøvet, at begrænse mængden af penge de bruger på loot-boxes eller helt at stoppe uden held”*.

Det fjerde punkt er *“Is often preoccupied with gambling (e.g., having persistent thoughts of reliving past gambling experiences, handicapping or planning the next venture, thinking of ways to get money with which to gamble)”* og omhandler Salience. Det kunne måske defineres således: *“Ofte optaget af tanker relateret til loot-boxes, såsom tanker om forrige gode og dårlige pakker, om sjældne genstande de har anskaffet, sjældne genstande de endnu ikke har anskaffet, planer om at købe flere loot-boxes eller tanker om at anskaffe sig penge til at købe loot-boxes på”*. Når det kommer til digitale genstande i videospil, er der nok en chance for, at brugerne bruger mere tid, til at tænke over de genstande de enten ikke har skaffet endnu, eller dem de allerede ejer. Det er fordi i sammenligningen med gambling, er de digitale genstande lig med penge. At få en sjælden genstand er ligesom at vinde en større mængde penge (Binde 2013; S. 84).

Det femte punkt er *“Often gambles when feeling distressed (e.g., helpless, guilty, anxious, depressed)”* og omhandler Mood Modification. Det kan måske defineres således: *“Køber ofte loot-boxes, når de har negative følelser, som fx følelser af stress, skyldfølelse, hjælpeløshed eller depression”*.

Det sjette punkt er *“After losing money gambling, often returns another day to get even (“chasing” one’s losses)”* og omhandler Mood Modification og Relapse. Når man har haft et dårligt forløb, dvs. ikke fået de genstande man har lyst til at få, eller ved at man ikke har fået nogle sjældne kort, kan det potentielt lede til negative følelser, som brugeren prøver at forbedre ved at jage lykken igen. I forhold til at miste værdi og prøve at komme ud ovenpå, er det lidt forskelligt med loot-boxes, idet at man altid får en genstand og altid mister sine penge. Derfor kan brugen aldrig komme ud ovenpå, i den forstand at du har tjent dine penge tilbage eller tjent flere penge end du har brugt. På den måde handler det mere om, at brugerne kan få en følelse af, at de allerede har brugt en vis mængde penge på at anskaffe sig nogle genstande, og de penge er spildte, hvis man ikke fortsætter. Dette kaldet for ‘Sunk Cost’, og er et etableret psykologisk fænomen (Lemon 2002; S. 46). Punktet kan måske defineres således: *“Oplever en trang til at investere flere penge, efter ikke at have fået opnået den eftertragtede resultat (for ikke at have spildt den initiale investering)”*.

Det syvende punkt er *“Lies to conceal the extent of involvement with gambling”* og omhandler conflict. Det kan måske defineres således: *“Lyver om hvor meget man er involveret i gambling”*.

Det ottende punkt er *“Has jeopardized or lost a significant relationship, job, or educational or career opportunity because of gambling”* og omhandler conflict. Det kan måske defineres således: *“Har risikeret at miste et vigtigt personligt forhold, arbejde eller uddannelse på grund af gambling”*.

Det niende punkt er *“Relies on others to provide money to relieve desperate financial situations caused by gambling”* og omhandler conflict. Det kan måske defineres således: *“Er afhængig af at modtage eller låne penge, for at aflaste desperate økonomiske situationer.”*

Metode

Vores undersøgelse fokuserer først og fremmest på børnenes og de unges oplevelse, deres adfærd og motivation. Det er en periode i deres liv, som nævnt i afsnittet om dannelse af børn og unges identitet, hvor de eksperimenterer og finder deres identitet, venner og interesser. Det er noget af det, der gør, at de er udsatte, idet negative ting i deres liv, kan slå rod og potentielt lede til en dårlig udvikling i deres liv. Vi vil observere dem i deres naturlige miljø og håber, at det kan give os et indblik ved at interviewe dem. Vores inklusion af interview af forældrenes perspektiv er et sekundært fokus og vil fylde mindre i vores undersøgelse. Dette er i modsætning til at fokusere på at indsamle informationer gennem forældrene eller andre relevante voksne. I en rapport der omhandler at foretage interview med børn, og de problematikker det indeholder, beskriver Kutrovátz, at der ofte har været et fokus på at indsamle information gennem forældre, idet børn og unge bliver set som at være i en udviklingsfase i deres liv. Derfor bliver de set som umodne og irrationelle (Kutrovátz 2017; S. 67). På trods af at vi anerkender, og også ser det som yderst vigtigt for vores projekt, at børn og unge er i en udviklingsfase, og at der er forskel mellem børn og unge, og på voksne, betragter vi børn og unge som at være valide aktører. Gibson (Gibson 2012; S. 151) redegør, at der er en generel konsensus, når et barn når syvårsalderen, har de opnået kompetencerne til at give akkurate og brugbare informationer i interviews, der bruger passende metoder. En passende metode skal i denne kontekst forstås som en metode, der forstår forskellen mellem børn og voksne, og som tilpasser sig den specifikke aktør. Fx så opstiller Hill og Green i deres papir *Researching Children's Experience: Methods and Methodological Issues* tre store forskelle mellem børn og voksne (Greene & Hill 2005). Disse omhandler forskellen i sproglig kompetence, en stor magtforskel mellem interviewer og interviewé, og at børn er mere sårbare og udsatte. Vi vil i de kommende afsnit redegøre for disse forskelle, og hvordan vi strukturerer vores undersøgelse til at minimere disse problematikker.

Fænomenologi

Fænomenologi er læren om, at gennem individernes oplevelse af verdenen, kan der blive skabt viden. En af grundene til at filosoffer, som Husserl havde stiftet denne teori, var at de mente, at der er mere til en ting, end hvad der imødekommer vores øjne. Dvs. at ofte er tingene i vores verden,

ikke bare som de fremstår, men at de opleves eller tolkes forskelligt afhængigt af personer og situationer (videnskab.dk. 2015). Eksempelvis kunne der være et glas med vand, der fylder halvtreds procent af glassets volumen. Er man lidt pessimistisk, vil man formentlig mene, at glasset vil være halvt tomt, hvorimod, hvis man var optimistisk, vil man mene, at glasset vil være halvt fyldt op. Kort sagt vil et individs oplevelse eller tolkning af glasset med vand være afhængigt af individet selv og den kontekst, det befinder sig i.

Vi så os som fænomenologer i forvejen og har derfor valgt at tage det med i projektet. Det betyder at vores metoder udspringer fra et fænomenologisk udgangspunkt. Vi tager ud i feltet hos den niårige dreng og hans venner, og deltager selv i feltet, for at skaffe data. Det er gennem vores oplevelse af feltet, at vi danner meningsforståelse af feltet.

Dataindsamling

Vi har valgt at anvende deltagende observation, hvilket er når én eller flere forskere er med ude i det felt, som de foretager deres undersøgelser i. Denne forskningsmetode giver forskere et direkte indblik i den subjektive del i menneskers liv. Kort sagt bliver forskeren socialt involveret i respondenternes kontekst, som de forsøger at fortolke. Men i denne anledning dukker der en række af skeptiske spørgsmål op, som fx hvordan påvirker forskerens tilstedeværelse aktørernes tankegang, hvilken betydning kan forskerens påvirkning af aktørerne have på databehandlingen i forskningsprojektet, og hvordan vil forskeren være i stand til at deltage i feltet, uden at deres analytiske synspunkt vil blive påvirket (Krogstrup & Kristiansen. 2015. s. 100).

I sin artikel *Roles in Sociological Field Observation*, beskriver Raymond Gold fire typer feltroller, som nærmest fungerer som falske personaer. Gold forklarer at afhængigt af konteksten af det felt, som forskeren er i, kan de hjælpe med at indsamle empiri, som ikke vil være særligt biased og samtidigt være en forholdsvis akkurat fortolkning af respondenternes fortælling (Krogstrup & Kristiansen. 2015. s. 101). Da vi indser, at Golds fire eksempler kan være meget niche og begrænset, har vi valgt at: anvende en blanding af Golds 4, skifte imellem dem, tage den vi formentlig automatisk vil få uddelt. Da vores udgangspunkt er dog en deltagende feltrolle, vil vi ikke holde os tilbage fra at deltage. Vi mener ikke, at det nødvendigvis er en svaghed, at potentielt kunne blive påvirket af feltet ved at deltage, men en styrke, fordi det er gennem vores personlige

oplevelse, at vi opnår en ordentlig forståelse af miljøet. Derefter foretages der interviews med både børnene og forældrene. Målet med interviews er, at få intervieween til at udtrykke deres holdninger, følelser eller redegøre for noget, de har oplevet. Det giver os varierende indblik, som vi kan bruge til at analysere på kryds og tværs, og derfor forhåbentlig kan danne en bedre forståelse, og fremstille mere valide resultater. Derudover kan de to metoder potentielt hjælpe med at dække for hinandens svagheder. Når det kommer til at interviewe mennesker, og især børn, kan der opstå problemer med sproglig kompetence. De kan have svært ved at forstå komplekse spørgsmål, og undersøgelser har vist, at hvis børn ikke forstår især lukket spørgsmål, har de en tendens til bare at svare *nej* på spørgsmålet (Hill 2005; S. 9). Lukket spørgsmål er spørgsmål, der begrænser svarmuligheden og tager ofte form af ja eller nej spørgsmål. Det kræver dog, at de er i stand til at huske tanker og følelser, og endnu vigtigere, at de er i stand til at forstå og reflektere over dem. Til sidst er et interview en social kontekst, og børns opførsel og adfærd kan variere alt efter konteksten de befinder sig i. Dette kan forårsage problemer, hvis de er fokuseret på at deltage tilfredsstillende i interviewet, i stedet for at besvare så sandfærdigt som muligt. Dvs. at de ikke fokuserer på at give os de svar, eller vise den adfærd de tror vi gerne vil opleve, men giver en sandfærdig opførsel og svar.

Derfor er det vigtigt, at interviewet bliver opstillet i en passende kontekst, at undersøgelsesmetoden er passende, og at vi stiller passende spørgsmål (Hill 2005; S. 8-9). Idet vi foretager undersøgelsen mens aktørerne spiller videospil, håber vi på at skabe et miljø, der minder om deres naturlige habitat. Vores interviews vil inkludere åbne spørgsmål, som tilnærmer sig diskussionsemner eller en samtale på et meget naturligt plan, hvor vi lader dem styre meget af samtalen. Før undersøgelsen foretager vi vores egen deltagelse af videospillet Fortnite og undersøger feltet i et begrænset omfang. Dette gør vi, for bedre at forstå feltet vi undersøger, så vi bedre kan konstruere vores spørgsmål og interviewmetode på den bedst mulige måde. I sin rapport *Conducting qualitative interviews with children – methodological and ethical challenges* beskriver Kutrovátz at kende til og måske adoptere aktørernes brug af sprog og feltets normale sprogbrug kan være en god interviewstrategi, når det omhandler undersøgelsen af børn og unge (Kutrovátz 2017; S. 77). Waterman foreslår i hendes artikel *Is a jumper angrier than a tree?* også at interviewere af børn

holder sig til åbne spørgsmål, netop fordi det kan være problematisk at fortolke børns svar til lukket spørgsmål (Waterman 2001; S. 477).

Derudover leder det os til den næste problematik i form af magtforskellen mellem interviewer og interviewé, når det omhandler børn. Der er i forvejen en magtforskel mellem interviewer og interviewé, når begge er voksne, og magtforskelles-kløften kan blive større, når det er børn, der bliver interviewet (Kutrovátz 2017; S. 72). I forhold til vores projekt, er der allerede før undersøgelsen, en stor forskel, idet det kun er forældrene vi direkte har efterspurgt om tilladelse om observation og interview. Det skaber en ulighed mellem os som undersøgere, og de børn vi gerne vil undersøge, da de ikke har givet lov til vores undersøgelse. Vi går ud fra at aktørerne har sagt ja til at deltage, og at de ikke bliver tvunget til at deltage af deres forældre, men dette er ikke noget, vi kan bekræfte i forvejen, og er i sidste ende kun en antagelse. Det bør dog understreges, at børn kan have en tendens til holde nogle meninger eller følelser tilbage, specielt når der er tale om magtforskel (Kutrovátz 2017; S. 73). Sagt på en anden måde kunne de formentlig føle dem tvunget til at deltage, fordi de føler en form for gruppepres fra deres forældre og os. Dette er også et eksempel, på hvorledes børn og unge er mere udsatte og sårbare end voksne i undersøgelser. Når de allerede er i gang med undersøgelsen, kan der opstå situationer, hvor de føler sig utilpas, eller hvor vi skal overveje om et potentielt spørgsmål kunne skabe en ubehagelige situation (Kutrovátz 2017; S. 71). Det er et etisk spørgsmål, og der er flere tidspunkter i løbet af undersøgelsen, hvor vi skal være i stand til at reflektere over situationen og foretage mikro-etiske beslutninger (Kutrovátz 2017; S. 71). Derfor gør vi vores bedste for at rette op på dette så meget som muligt gennem vores strukturering af undersøgelsen. Idet vi undersøger dem i en kontekst, som vi ved er positiv for dem, håber vi at kunne minimere eventuelle negative følelser vedrørende undersøgelsen. Vi ved i forvejen at de spiller Fortnite og formentlig andre videospil i deres fritid. Derudover foretages undersøgelsen på deres egen hjemmebane, i et miljø de kan føle sig afslappet i. Hill (Hill 2006; S. 76) redegør for at børn kan opfatte spørgsmål, der bliver stillet hjemme hos dem, der vedrører deres familiers liv, som værende krænkende. Selvom vi foretager undersøgelsen i det miljø, hvor de føler dem mest tryk, kan det alligevel ses som et brud af deres privatliv, og det kan faktisk have den omvendte effekt, af det vi gerne vil opnå. Derfor vil vi beskrive for aktørerne, hvad vores projekt omhandler, og hvad undersøgelsen vil bruges til, og at de ikke behøver besvare spørgsmål som de finder ubehagelige, eller som de ikke ved, hvordan de skal svare. Derudover vil vi give dem frihed

til at spille som de har lyst. Vi tvinger dem ikke til noget. Der er selvfølgelig nogle emner, vi er interesserede i, og vil spørge ind til undervejs, men det bliver gjort på en naturlig og samtale-agtig måde. Dette giver noget magt tilbage til børnene, og det kan hjælpe med at gøre vores resultater mere valide, og forøge børnenes fornøjelse af undersøgelsen (Kutrovátz 2017; S. 73).

Struktur af interview

En interviewguide er en oversigt over interviewets struktur, og den kan hjælpe interviewerens med at strukturere og udføre interviewet. Det kan indeholde forskellige faser, stadier og temaer af interviewet, som interviewerens ønsker at gennemføre. Interviewguiden hjælper også med at huske, i hvilken rækkefølge interviewspørgsmålene skal stilles. Interviewspørgsmål kan struktureres med en tematisk eller dynamisk dimension, hvor den tematiske dimensions mål er at finde og skabe ny viden. Den dynamiske dimensions mål er så at styrke forholdet mellem interviewer og interviewé. En anden ting er *fremryknings*-princippet, hvor forskeren allerede begynder at forudsige interviewets fund, mens de er i gang med at udarbejde deres interviewspørgsmål. Dette er fx i relation til, hvis forskeren allerede kan forudsige, at svarene til spørgsmålene formentlig vil være utilstrækkelig, fx ja/nej svar. Eller hvis det er en narrativ analyse, skal forskeren give nok plads og tid til interviewpersonen, så de har mulighed for at uddybe deres tanker, og derved kunne udfolde deres egne meninger og historier (Kvale & Brinkmann; s. 2009; s. 152). En ting som den dynamiske dimension indebærer er, at den skal fremme et samspil, holde samtalen kørende og virke inviterende for interviewéens tanker. Derudover skal interviewspørgsmålene være let forståelige for interviewéen. Der kan udarbejdes to sæt interviewspørgsmål, hvor det ene sæt er de spørgsmål som forskeren ønsker at få svar på, hvor det andet sæt spørgsmål spørger ind til de samme ting som det første sæt spørgsmål, men er blevet forsimplet til en grad, så de er let forståeligt for interviewéen (Kvale & Brinkmann; s. 2009; s. 151-152). Som nævnt i sidste afsnit ønsker vi, både at balancere og indstille magtforskellen og sprogniveauet med hensyn til aktøren. Dette gøres ved at udarbejde et sæt af forskningsspørgsmål, som vi er interesserede i at få svar på, og at mens vi udfører undersøgelsen, spørger ind til disse emner, på en måde der er justeret til aktørernes forståelse. Derudover ønsker vi, at indstille interviewet som en let samtale, hvor vi lader aktøren føre samtalen, på den måde tildeler vi dem noget magt tilbage.

Forskningsspørgsmål

Vores projekt fokuserer på to typer af forskningsspørgsmål, der skal bruges til at besvare, hvorvidt motivationen og adfærden af brugen af loot-boxes og mikrotransaktioner er sammenligneligt med gambling. Vi præsenterer nedenunder de to overordnede kategoriske forskningsspørgsmål, og de dybdegående underspørgsmål der ligger til.

Disse forskningsspørgsmål er bl.a. opstillet på baggrund af faktorerne i fem faktor motivationsmodellen. Disse er Socialization, Amusement, Avoidance, Excitement og Monetary. Derudover er de opstillet på baggrund af de ni adfærds-kriterier, som beskrevet af DSM-V, og diskuteret i vores teoriafsnit.

Hvad motiverer dem til at spille Fortnite og til køb af kosmetiske genstande?	Hvilken adfærd udviser de før, mens og efter de spiller Fortnite, og især i forhold til kosmetiske genstande?
Gør de det fordi deres venner spiller?	Har de det sjovt mens de spiller, eller i konteksten omkring at spille Fortnite, og især når dette inkluderer kosmetiske genstande?
Gør de det fordi det er sjovt?	Bliver der skabt en social kontekst, når de unge spiller og på hvilke måder?
Gør de det fordi det er spændende?	Udviser de glæde når de vinder eller åbner eller modtager en bestemt kosmetisk genstand?
Gør de det for at fjerne tanker fra dagligdagens problemer?	Udviser de en følelse af spænding når de er tæt på at vinde, eller når de er ved at stige level i Battle Passet, så de modtager flere kosmetiske genstande?

Gør de det for at blive god til spillet og for at vinde priser?

Går de op i at eje specifikke, fx sjældne genstande?

Har de lånt penge eller plaget deres forældre for at få råd til at købe specifikke genstande?

Feltarbejde

I dette afsnit vil vi redegøre for vores feltarbejde, hvordan vi har udført feltarbejdet, hvad vi har noteret fra feltarbejdet samt en analyse af vores empiri.

Fremgangsmåde

Vi besøgte en familie i deres hjem, og fik lov til at observere og interview deres niårige dreng, som spiller Fortnite på sin Sony Playstation 4. Han bliver i de kommende afsnit kaldt for Dovahkiin for anonymitetens skyld. Vi foretog undersøgelsen over to dage, hvor vi besøgte dem hver dag i omkring tre til fire timer. Den første dag introducerede vi os selv og projektet til Dovahkiin. Vi beskrev projektets formål i at undersøge børn og unges relation til videospil og mikrotransaktioner og forklarede, hvordan forløbet kom til at foregå. Her fastslog vi, at han havde delvis kontrol over forløbet, og at hvis der var noget, der gjorde ham utilpas, kunne han bare sige fra. Dette viste sig dog ikke at være et problem; han sagde aldrig fra til noget, og det virkede ikke til på noget tidspunkt, at han ikke havde lyst til at deltage i undersøgelsen. I relation til det der blev nævnt tidligere, kunne være der sandsynlighed for at Dovahkiin holdte nogle ting tilbage, så om Dovahkiin rent faktisk var imod noget det vi gjorde eller spurgte om, ved vi ikke. Men ud fra vores observationer, lod det ikke til, at der var noget væsentlig. Derudover fortalte vi Dovahkiin, at vi er videospil entusiaster og dette virkede til at interessere ham og få ham til at acceptere os og vores tilstedeværelse. Efter vores introduktion begyndte Dovahkiin at spille Fortnite, og vi besluttede at deltage med det samme. Vi deltog aktivt med i aktiviteten af tre årsager. Den ene var for at eliminere nervøsitet hos Dovahkiin og samtidigt håbe at Dovahkiin vil se os som en af hans egne. Den anden årsag var, at vi kunne få et førstehånds indblik i Dovahkiins adfærd, når han spiller, dvs., når han er i sit naturlige miljø. Den tredje årsag var, at hans forældre havde nævnt, at Dovahkiin

oftest spillede med sine venner eller klassekammerater over nettet, hvilket vi var interesseret i at opleve direkte og blive en del af. Derfor vidste vi i forvejen, at Dovahkiin formentlig også ville spille med sine venner eller klassekammerater under besøget, hvilket han rent faktisk gjorde. Under den første dag sad vi begge og deltog aktivt i Dovahkiins aktivitet, hvor vi samtidigt tog notater af Dovahkiins adfærd. Når der var en naturlig pause i spillet, fx når han døde i spillet, spillet loadede eller før spillet startede, stillede vi ham nogle simple og korte spørgsmål. Vi havde med vilje valgt at vente med at stille Dovahkiin flere og lidt mere komplekse spørgsmål, til han var helt færdig med en spille session. Vi stillede Dovahkiin de mere dybdegående og komplekse spørgsmål, da hans forældre bad ham om at stoppe med at spille. Under den store pause, som forældrene havde bedt om, stillede vi Dovahkiin nogle flere spørgsmål i relation til hans forhold til videospil og hans forhold til kosmetiske genstande fra videospil. Disse spørgsmål blev stillet ud fra vores forskningsspørgsmål, på den mest naturlige måde vi kunne. Interviewet foregik som en normal samtale, om et emne vi var interesseret i. Da den store pause var ovre, gik Dovahkiin tilbage til sin Playstation 4 og fortsatte hans aktivitet, mens vi blev sammen med forældrene og stillede dem nogle spørgsmål i relation til Dovahkiins forhold til videospil og de kosmetiske genstande fra videospil. Her kunne vi stille spørgsmål, der var lidt mere personlige, om deres perspektiv om Dovahkiin, uden at han kunne høre det og eventuelt blive utilpas. Forældrene kunne snakke frit om deres tanker.

Ved dag 2 af vores besøg udførte vi vores undersøgelse lidt anderledes. Vi lyttede med i voice chatten (lyd/stemme samtale), som Dovahkiin havde sammen sine venner og klassekammerater. Derudover havde vi denne gang kun ét gruppemedlem, som deltog i Dovahkiins aktiviteter, mens den anden sad ved siden af og tog notater, men lyttede med til voice chatten. Ideen var, at den aktivt deltagende fik et mere naturligt indblik og førstehånds indtryk af miljøet, mens den anden trak sig tilbage og fik et bedre overblik, mere tid til at skrive noter og mere tid til at observere Dovahkiins adfærd udenfor spillet. Ved at lytte med i voice chatten fik vi et billede af Dovahkiins kammeraters perspektiv og adfærd. Derefter endte dag 2 på samme måde som dag 1, hvor Dovahkiins forældre bad ham om at stoppe med at spille og holde en pause. Under pausen stillede vi Dovahkiin nogle flere spørgsmål og da pausen var ovre, gik Dovahkiin tilbage til sin Playstation 4. Vi blev med

forældrene, hvor vi bad dem om at uddybe og forklare Dovahkiins hverdag både derhjemme og i skolen.

Analysemetode

I dette afsnit vil vi redegøre for hvordan vi brugte kodning og tematisering til at sammenfatte og sammenligne vores noter fra observation, interview og videoerne. Der endte med at være en markant mængde noter, og denne sammenfatning var nødvendig for at danne sig et overblik over vores reelle resultater. Vi endte med at vælge at kode og tematisere noterne efter tre hovedemner, Socialization, Mood Modification og Monetary, som er draget fra vores teori om gambling motivation og gambling afhængighedsadfærd. Grunden til at vi ikke inkluderede alle kriterierne for motivation og adfærd fra vores teori som hovedemner, var at vi mente at det ville give et bedre overblik over resultaterne at bruge hovedemner, som var omfattende. Fx, så er flere af kriterierne for adfærd utrolig specifikke, og det ville potentielt ende med at meget lidt data ville stå under de emner. Et andet eksempel var Mood Modification, som originalt var inddelt i Amusement, Excitement og Avoidance. Da vi gennemgik notaterne, blev resultaterne for Mood Modification utrolig opdelt under disse underemner, og vi endte med at samle dem. Vi mener at det er bedre at holde sig til de omfattende emner, som hovedemner, og derefter inddrage resten af kriterierne i vores resultatdiskussion. Vi endte dog med at splitte Socialization op i tre underemner, Communion, Competition og Ostentation. Vores resultater under Socialization fyldte en del, og vi ville alligevel ende med at diskutere disse tre underemner hver for sig, fordi de opstår som separate under gambling motivationsmodellen. Så de blev splittet op for at give et bedre overblik, og adgang til et nemmere diskussionsfelt.

Hovedemne	Underemne	Indeholder
Socialization	Communion	Er de motiveret til at spille Fortnite og købe kosmetiske genstande, pga. en social kontekst? Dette er inkluderet, fordi de har lyst til at spille eller deltage sammen med vennerne, blive bedre til spillet og konkurrere med hinanden, og blære sig med mestring af spillet, eller specifikke kosmetiske genstande for hinanden. I forhold til adfærd inkluderer det selvfølgelig spørgsmålet om, hvordan de normalt spiller, eller hvilken adfærd de viser vedrørende køb af kosmetiske genstande.
	Competition	
	Ostentation	
Mood Modification		Er de motiveret til at spille Fortnite og købe kosmetiske genstande, pga. et ønske om at ændre deres humør? Dette er inkluderet, fordi det bringer dem glæde eller spænding i deres liv, at spille eller købe kosmetiske genstande, eller fordi det tager fokuset væk fra negative aspekter i deres personlige liv. I forhold til adfærd, inkluderer det, om deres adfærd bliver påvirket positivt eller negativt af at spille Fortnite eller købe kosmetiske genstande.
Monetary		Er de motiveret til at spille Fortnite og købe kosmetiske genstande, pga. et ønske om at optjene en symbolsk værdi? Dette inkluderer værdien i at vinde, men også at anskaffe sig værdifulde genstande. I forhold til adfærd inkluderer det enhver adfærd, som led i at opnå denne symbolske værdi, og kunne fx. være adfærden omkring at anskaffe sig en bestemt genstand.

Empiriske resultater

Dette afsnit redegør for de resultater, vi har fået ud af vores undersøgelse, og efter udførelsen af analyse. De er opstillet efter emnerne, vi har brugt til vores analyse. Det inkluderer resultaterne fra observationen af Dovahkiin og hans venner, interview med både Dovahkiin og hans forældre, og fra to af YouTube videoerne, som Dovahkiin har lagt på nettet.

Socialization

Communion

Dovahkiin spiller oftest videospil med sine venner og klassekammerater og normalt online. Pga. dette, er han dybt påvirket af, hvilke spil hans venner spiller. Han kommenterer på at et andet spil *Paladins* var bedre, men alligevel spiller han Fortnite, fordi hans venner spiller det. Selv når de ikke spiller sammen, observerede vi, at hans venner kom og snakkede over voice chat. Dovahkiins forældre fortalte, at der er forskel på måden, de hver især reagerer på ting, og at der før har været konflikter: venner der er blevet efterladt eller smidt ud af en lobby, og Dovahkiin har før forladt en lobby fordi, der engang havde været for meget konflikt. Vi observerede nogle enkelte tilfælde, hvor Dovahkiin eller hans venner klagede over hinanden. Det var fx folk, der skød hinanden i et rum, hvor det var forbudt, brugte våben, som de havde aftalt ikke måtte bruges, fordi de var "klamme", og Dovahkiin der slå aim-assist, som er en indstilling i spillet, fra, for som han selv siger at gøre kampen mere fair. Der var dog et enkelt tilfælde, hvor et regelbrud ledte til positiv adfærd i form af glæde og grin, og spænding og skrig. Generelt så virkede det til at være et positivt og afslappet miljø, hvor de brugte uformelt sprog som slang og skældsord.

Competition

Dovahkiin og hans venner går meget op i at vinde og få kills, især hvis de bliver udført på en sej, svær eller speciel måde. Under vores besøg, spillede de næsten udelukkende en custom game mode, hvor det kun er dem, der spiller uden andre tilfældige mennesker, og hvor der er et større fokus på mekaniske skills. Mekaniske skills er, hvor god man er til at bruge spillets mekanikker. I Fortnite ville det fx inkludere at skyde, bygge, hoppe osv. Her går det ud på at få flest kills før en bestemt

runde eller en bestemt mængde tid er udløbet. De hidser hinanden op, og går specifikt efter andre der klarer sig godt (har mange kills). Dovahkiin udråbte, at han og de andre burde teame op imod en anden spiller der førte, og når førstepladsen dør, bliver der råbt ud fra flere af vennerne. Til sidst har de planlagt et event, hvor de skal coaches/trænes af en professionel/god spiller, som blev fortalt af Dovahkiins forældre.

Ostentation

Dovahkiin og hans venner går meget op i kosmetiske genstande. Hans forældre kommenterer på, at det er det, som han snakker mest om, når det kommer til Fortnite. Noget af det første som Dovahkiins forældre nævnte, var at familien allerede, de sidste halvandet år sammenlagt havde brugt 4500 danske kroner på V-Bucks, som er point der kan bruges i spillet, Skins og Battle Pass. Battle Pass er et system Fortnite bruger i stedet for loot-boxes, hvor man stiger level ved at udføre små opgaver i spillet, og hvert level giver kosmetiske genstande. Dovahkiin ejer adskillige Fortnite skins. I følge Dovahkiins forældre, så er skins, virkelig noget som Dovahkiin snakker meget om og går op i, og at når det kommer til Fortnite, så sammenligner han meget sig selv med de andre, han spiller sammen med. Dovahkiin livestreamer (optager sig live og uploader det på nettet), hvor han lægger sine streams på YouTube. Et væsentligt notat var, at i en af hans videoer nævner han, at den eneste måde, man ikke kan se, at han er *noob* på, er ved at han bruger et specielt juleskin til hans Fortnite pickaxe. Noob er et online slangord for nybegynder, og ordet bliver brugt, som et skældsord om dårlige spillere. Der vil til tider dukke et eller andet kosmetisk genstand op i Fortnite, som Dovahkiin vil blive meget interesseret i, som han vil bede sine forældre om at skaffe til ham. Forældre nævner også, at både Dovahkiin og hans venner let kan lokke hinanden til at købe et eller andet. fx fortalte forældrene, at Dovahkiin lige havde fået et *gaming keyboard* (Gamer tastatur), som forældrene mener, at han har ønsket sig, formentlig pga. at en af Dovahkiins venner også havde sådan et keyboard. Ydermere findes der også forskellige Fortnite danse, som Dovahkiin også ejer en del af. Dovahkiin viser ofte disse danse frem. Under vores besøg viste Dovahkiin disse danse frem, når han fx vandt over en spiller. Han vil gå tæt på modstanderens karakters lig og vise sine danse frem. Noget andet er, at en af de andre drenge, som Dovahkiin ofte spiller med, ejer et specielt skin, der hedder Samsung Glow Skin, som er et specielt samarbejde mellem Epic Games (ejere og udviklere af Fortnite) og Samsung (koreansk elektronikfirma). Dette skin kan kun skaffes, hvis en

spiller logger ind på deres Fortnite konto, på en række af udvalgte Samsung smartphones. I følge Dovahkiins forældre, har Dovahkiin snakket meget om det. Derudover er der et andet Fortnite skin og dans, som hedder Ikonik, hvor dette skin kun kan fås ved tre udvalgte Samsung smartphones. Vi har fået fortalt af Dovahkiins forældre, at Dovahkiin har længe "plaget" dem om at købe ham sådan en Samsung smartphone, fordi han ønsker sig det skin. Men forældrene har nægtet at købe sådan en smartphone, da de mener, at det ikke er den rette motivation, han har til at gerne vil have sådan en smartphone.

Mood Modification

Dovahkiin fortæller at det er sjovt at spille Fortnite, og dette er også en grund til, at han spiller det. Han er fuldt engageret i spillet, og hans humør skifter sig alt efter, hvad der sker i spillet. Hvis han er tæt på at vinde eller midt i en duel, så sætter han sig op i spænding og er fuldt fokuseret, udviser glæde når han får kills, men også frustration når det går dårligt og han dør. Derudover kan han godt opstå utålmodig og frustreret. Når han dør så flicker han gennem menuer og trykker på controller knapper ret voldsomt. Han klager over at skulle vente på at runden er over, når han er død, selvom der kun er gået et par enkelte minutter, og når han venter på at et nyt game starter, så flicker han voldsomt gennem menuer, shoppen og hans forskellige danse. Vi oplevede et tidspunkt hvor hans controller holdt op med at virke i kort tid, hvor han håndterede den voldsomt med det samme, og nærmest slog den til jorden.

Dovahkiins forældre kommenterede desuden på at han godt kunne fremstå irriteret efter at have spillet i en længere periode, og at han faktisk oftere er mere rolig på dage, hvor han ikke har spillet. Dette er på trods af, at han godt kan lide at spille, og at han generelt virker glad, mens han spiller. Vi har observeret, at han ofte tænkte på at fortsætte med at spille, mens han blev tvunget til at holde pause af sine forældre. Mens vi spiste, prøvede han flere gange at snige sig tilbage til sin Playstation 4, og han havde nogle gange mobilen fremme, som han brugte til at se på Fortnite ting.

Monetary

Dovahkiin har brugt omkring 4500 kroner i de sidste 1.5 år og dette inkluderer skins til karakterer, faldskærme, både og våben, emotes, danse og sange. Penge er ikke et problem for familien, og han

bruger både sine egne og forældrenes penge i spillet. På trods af at penge ikke er et problem, så har forældrene dog en grænse. De ville ikke gå med til at købe en ny mobiltelefon til ham, bare for at få et eksklusivt skin, på trods af at det var noget han plagede om i flere måneder. Et andet eksempel er, at han finder YouTube videoer, som omhandler at skaffe sig genstande gennem bugs og exploits. Dette støtter hans forældre ham i, og hjælper ham med at udføre det. Mens vi spiste, fandt han også en hjemmeside fra Epic Games frem, som Dovahkiin mente, fortalte om en metode til at få flere genstande. Han misforstod hjemmesiden, og da vi fortalte ham det, så nævnte han det ikke igen.

Diskussion

Motivation

Vi vil diskutere vores empiri ud fra Lee's fem motivationer for gambling og ud fra DSM-V's ni kriterier for gambling afhængighedsadfærd. Dette gør vi for at se, om der er en sammenligning mellem de fem motivationer og Dovahkiins adfærd.

Socialization

Vi kan klart se, at en af de største grunde, til at Dovahkiin spiller Fortnite, er pga. den sociale kontekst. En af de væsentligste grunde, til at han spiller Fortnite, er fordi mange af hans venner spiller det, dvs. at, hvad de andre spiller, har indflydelse på hans preference af spil. Samtidig i denne sociale kontekst, går de meget op i at vinde, og konkurrere imod hinanden. Især Dovahkiin havde meget fokus på at vinde og få kills, og kommenterede ofte på andre spilleres score.

Dette kunne også ses ved Dovahkiins interesse for kosmetiske genstande. Dovahkiin og hans kammerater kommenterer tit på hinandens kosmetiske genstande, hvor de ofte kan finde på at blære sig overfor hinanden. Eller hvor de ubevidst har lokket hinanden til at købe ting, fordi der er én i gruppen, der tidligere har vist det frem, hvilket har fanget deres interesse.

Vi går ud fra, at deres adfærd er en konsekvens af deres motivation i dette tilfælde. Det betyder at når vi oplever, at de er konkurrence og prestige drevne, så er det noget, der motiverer dem til at fortsætte med at spille, og i dette tilfælde, bruge flere penge på spillet. De har lyst til både at blive

bedre til spillet og få flere skins, så de kan fremstå positivt overfor hinanden. Vi ser de to ting som sammenlagt, og det kan fx ses ved at Dovahkiin fortæller i videoen, at ved at eje et specifikt skin og vise det frem, fremstår han hverken som en nybegynder, eller en dårlig spiller. Kosmetiske genstande er derfor forbundet med, hvor godt man fremstår i spillet i deres, eller ihvertfald Dovahkiins øjne. En væsentlig ting er deres interesse for specielle skins som Samsung Glow og Samsung Ikonik. Dovahkiin er personligt interesseret i disse, fordi de formentlig i hans øjne er seje. Men en anden faktor kunne være, at Dovahkiin selv er blevet interesseret i disse skins, fordi en kammerat han spiller meget med ejer det. Dovahkiin kunne være motiveret til at skaffe et lignende eller bedre skin, fordi han nærmest ser sine venner som rivaler. Der var dog en enkelt kammerat, som nævnte at han ikke ejede et Battle Pass, fordi han ikke havde spurgt sine forældre om det. På trods af dette observerede vi, at han alligevel havde et skin på, hvilket enten betyder, at han ejede et fra en tidligere sæsons Battle Pass, eller havde købt ét direkte i stedet. Det kunne bare være, at han ikke var interesseret i nogle af de nye skins, men kunne også fortolkes, at ved at eje gamle skins, som man ikke kan købe længere, giver det faktisk en højere prestige end at skaffe nye, og at han har omfanget den identitet.

Amusement

Det vi observerede var, at de virkede glade mens de spillede, så længe det gik godt i spillet, men at de godt kunne blive frustreret, når det gik skidt. Dovahkiin nævnte også, at han spillede Fortnite, fordi det var sjovt, og nævnte at det var sjovere end Pokemon GO, hvilket han også spiller. Idet Dovahkiin virker glad, når det går godt i spillet, og bruger så meget tid på at sammenligne sig selv med vennerne, fortolker vi det, som at en han er motiveret til at søge glæden ved at blive sammenlignet positivt med de andre. Det kunne være at stå på lige fod, eller endnu bedre, stå over dem, kunne være sjovt for ham.

Excitement

Da vi ikke fik observeret dem åbne eller købe noget, kunne vi ikke opleve, om processen var spændende eller om, hvordan det påvirkede Dovahkiin og de andre. Dog kunne hans besættelse med Ikonik skinnet fortolkes, som at bare tanken om at få det, fyldte ham med spænding. Der kunne være spænding i Dovahkiin bare ved tanken om, at der ville være en chance for, at hans forældre

ville skaffe ham skinnet. Det er et eksempel på Saliency, hvor det har fyldt hans tanker, selv når han ikke deltager i aktiviteten. Et andet eksempel på Saliency var at han under middagen sad og fandt en hjemmeside frem, som han mente kunne bruges til at få flere skins. At anskaffe sig skins er tydeligvis noget der fylder meget i hans tanker, også når han ikke deltager i aktiviteten, og det virker til at skabe en spænding, når han tror, at han har fundet en metode til at skaffe skins på.

Udover dette, observerede vi, at det var spændende at spille Fortnite for drengene. Der var flere gange hvor intensiteten af kampe, fik Dovahkiin til at sætte sig op og være helt opslugt af spillet. Der var tider, hvor hans forældre kom og spurgte ham om noget, og han var for opslugt til at give et ordentligt svar.

Avoidance

Vi fik at vide at Dovahkiin klarede sig godt både i skolen og i sit sociale liv, og på trods af at der var nogle sociale problemer, lød det mere som om de faktisk opstod i eller pga. spillet. Der var kompetence og adfærd forskelle mellem vennerne, og dette havde ledt til gnidninger. Men hvis der opstod problemer her, ville det nok få dem til at spille mindre og ikke mere. På trods af dette så er der en chance for at Dovahkiin satte et større fokus på de kosmetiske genstande, fordi han sammenligner sig med sine venner, og finder at hans kompetencer er lavere. Vores observation var, at der var nogle af vennerne, der var markant bedre, at Dovahkiin var meget fokuseret og kommenterede ofte på dem, og snakkede om at teame sig op imod dem. Hvis man kobler det sammen med hans kommentar fra videoen om, at den eneste måde man kunne se, at han ikke var noob på, var at han havde et specielt skin. Så virker til, at det er som om han kompenserer på hans mangel af mekanisk kompetence med skins. På den måde kunne alle hans frustrationer fra spillet lede til, at han bruger flere penge, eller i hvert fald have lyst til det. Når der så er skins, som han ikke kan skaffe, som fx Ikonik eller skins som simpelthen bare ikke kan købes længere, leder det til frustration og konflikter i hans liv. Dette kan fx ses ved at han plagede sine forældre om at få en ny mobil, bare for at skaffe et skin. På trods af at forældrene ikke nævnte det, kunne vi forestille os, at det var noget, de måske havde været oppe at skændes om, eller i hvert fald havde en mere seriøs samtale om. Der var i hvert fald noget der fik Dovahkiin til at stoppe med at plage om det, selvom han ikke skaffede skinnet.

Monetary

Børnene sætter værdi i de kosmetiske genstande. Dette kan ses ved, hvor meget Dovahkiin går op i at få flere skins og især de sjældnere skins som Ikonik og Samsung Glow. Denne værdi går ud over deres udseende og virker til at være styrket af sjældenheden. Det skin som Dovahkiin brugte, mens vi var på besøg, var ikke det skin, som i hans egne ord, han bedst kunne lide, og hans fokus var på de skins, han ikke allerede ejede. Han kommenterede mest på Ikonik og Glow, skins han ikke ejede, og i stedet for at være tilfreds med hans allerede mange skins, var hans fokus på at få nye. Derfor virker det til, at værdien på et skin falder, når man allerede ejer det, og at de derfor aldrig bliver tilfredse med situationen, fordi der altid kommer nye skins ud. Selv uden nye skins lyder det stadig som om at skabe en fuldendt samling kunne være en motivation, der driver deres forbrug.

Dovahkiin nævner, at han skifter skins cirka én gang om ugen, og dette kunne potentielt være fordi, at han bliver træt af det nuværende eller begynder at trænge til noget nyt og spændende.

Fortnites Battle Royal system lægger op til, at man skal spille meget for at anskaffe flere skins.

Battle Passet indeholder mange opgaver, som spillerne kan udføre, for at skaffe XP. Hvis de skaffer nok XP, kan de stige level, hvilket kan belønne spilleren med kosmetiske genstande, hvilket er det samme som, hvad Lieberoth et al beskriver med Meta Game i afsnittet om Gamification.

Dette kan skabe en vanedannende adfærd hos spillerne. Når de er ved at stige et level, kan det skabe spænding hos dem, og de kan have lyst til at spille videre, for lige at opnå det næste level. Spillerne kan på forhånd se, hvad de får fra det næste level, og derfor kan det være ekstra spændende, hvis det indeholder noget de kunne tænke sig. Det betyder dog også, at hvis en spiller har lyst til at skaffe en genstand, som først kommer i et langt senere level, kan det motivere dem til at spille langt mere.

Når de så stiger level, kan det give en glæde eller tilfredshed hos dem. Dette er en dopamin udløsning, som Svanberg beskriver i *The Psychology of Addiction*. De føler sig belønnet, og hvis de har skaffet noget specielt, kan de derefter blærer sig med det overfor vennerne. De vil formentlig blive ved med at se frem til det næste level, da de aldrig rigtig kan blive tilfredse, og at de hurtigt kan blive trætte af at bruge et skin, som tidligere var sejt for dem. På et tidspunkt i denne adfærdscirkel, kunne det være, at der bliver skabt en vane hos dem, der sætter mere fokus på at anskaffe nye skins, end faktisk at eje dem. De bliver selvfølgelig stadig vist frem, og der er stadig prestige i at eje sjældne skins, som set med Ikonik og Samsung Glow, men Dovahkiin havde mere

fokus på at skaffe disse sjældne skins, end at vise sine egne frem. Det man selv ikke ejer, har større symbolsk værdi.

Opsummering

Som beskrevet igennem vores teori afsnit, kan vaner lede til afhængighed. Specifikt med Gambling og afhængighed, er der opstillet normale motivationer for folk der gambler, og kriterier for adfærd, der skal opfyldes, før man kan snakke specifikt om afhængighed. Vi har gennemgået motivationerne, og ud fra vores resultater virker det til, at der godt kan være en sammenhæng mellem motivationen for Dovahkiin og hans venner, og for folk der gambler. Det at motivationen er det samme, er én ting, men det, at de potentielt kan bruge endnu flere penge på enten Fortnite eller andre videospil, som har loot-boxes i stedet for Battle Pass, er en anden ting. Der er ikke nødvendigvis tale om et problem, fordi der bliver brugt penge på videospil. Vi vil dog forsøge at diskutere og argumentere for, hvorfor Dovahkiin godt kunne være svagt afhængig af at spille Fortnite og købe kosmetiske genstande. DSM-V's ni kriterier for gambling afhængighed beskriver, at man kan tale om en svag afhængighed, når en person opfylder bare fire af disse kriterier. De kriterier, som vi mener at Dovahkiin godt kunne opfylde, er punkt et, fire, fem og seks. Disse dækker over Tolerance, Salience og Mood Modification.

Dovahkiin er en person som ofte tænker på kosmetiske genstande og på, hvordan han muligvis kunne anskaffe sig dem. Han bliver opstemt bare alene ved tanken, om at få kosmetiske genstande og går muligvis op i at anskaffe disse genstande, fordi han prøver at undgå at få et negativt image. Han går derfor altid efter det helt nye, som kan give ham et positivt image. Derfor er han aldrig tilfreds med sin nuværende situation, fordi der altid vil være noget nyere og derfor bedre at anskaffe.

Nu har Fortnites Battle Royal mode, det som Dovahkiin spiller, ikke loot-boxes. I et loot-box system har spillerne mindre kontrol over de skins de får, og derfor skal de være heldige, for at få de sjældnere skins. Men hvis Battle Royal moden havde et loot-box system, vil børnene sandsynligvis ende med at være motiveret til at bruge endnu flere penge på spillet, fordi der kan være nogle genstande, som de er særligt interesseret i, som de vil have meget lav chance for få fra loot-boxene, og derved købe blive ved med at købe loot-boxes, indtil de får, hvad de ønsker. Og selv når de får

dem, er det kun et spørgsmål om tid, før de føler at de trænger til noget nyt. De kunne ende med at bruge mange penge på systemet for at slukke tørsten, hvilket ville ende med at skabe flere konflikter i deres liv.

Derudover er han på nuværende tidspunkt beskyttet af sine forældre, idet det er deres penge der bliver brugt. Selvom hans forældre nævner at han også bruger sine egne penge, er disse lomme penge, og ikke noget han selv har tjent. Det kunne potentielt blive et problem i fremtiden, hvor han alene skal bruge sine egne penge, og det kunne potentielt skabe konflikter i hans liv. Det kunne lede til at Dovahkiin ender med at udvise adfærd fra DSM-V kriterier syv til ni, som netop omhandler konflikter i hans personlige liv.

Metodekritik

Julian M. beskriver i *Ethnography Essentials: Designing, Conducting, And Presenting Your research*, at den etnografiske metode indeholder tre tidsdimensioner (Murchison 2010, s. 88). Disse er tiden brugt i feltet, tidsperioden for undersøgelsen og antallet af undersøgelsesdage. Vores undersøgelse foregik over en periode på to dage, og bestod af to besøg der i alt tog omkring otte timer. Dette inkluderer observation og interview delen af undersøgelsen. Dette har den svaghed, at det er sværere for os at vide, om den observerede adfærd var almindelig eller unik til denne korte periode. Vores tilstedeværelse kunne have gjort Dovahkiin utilpas eller mindre afslappet. Dette var ikke noget vi observerede, og vi mener heller ikke at hans adfærd virkede til at være falsk eller påvirket af vores tilstedeværelse. Dovahkiins opførsel stemte desuden overens med hans adfærd i de YouTube videoer vi så igennem. Den første video blev uploadet en uge før, og den anden tre måneder før vores undersøgelse. Ved at hans opførsel var konsistent over en længere periode, styrker det validiteten af vores resultater. Et andet reelt problem var antallet af børn og deres rolle i undersøgelsen. Etnografiske undersøgelser behøver ikke at være brede, og foretagelsen af specifikke dybe undersøgelser er en af dens styrker (Murchison 1973; S. 23-25). På trods af dette, oplevede vi, at vennerne opførte sig anderledes end Dovahkiin, og det kunne have været relevant at observere og interviewe dem direkte i stedet for kun at få et andethåndsindtryk. Det kunne have foregået ved at vi etablerede de venner Dovahkiin normalt spiller med, og derefter foretog undersøgelser hos dem på samme måde.

Derudover kunne det havde været relevant at foretage et kort besøg hos Dovahkiin og hans familie før undersøgelsen. Vi blev overrasket over hans setup, og det endte faktisk med at påvirke undersøgelsen. Fx snakkede de ikke over Fortnite chatten, men på Playstation chatten, hvilket betød at vi ikke kunne deltage i deres samtale, uden at ændre, hvordan de normalt gjorde det. Det betød at den første dag, deltog vi slet ikke i samtalen for ikke at være for forstyrrende. Men det betød jo så et dårligere indblik i de andre børns adfærd.

Et problem med den korte samlede undersøgelsestid er dog, at vi ikke fik observeret Dovahkiin eller hans venner købe kosmetiske genstande. Det var ellers noget vi havde håbet på, og måske endda forventet at ville ske. Derfor fik vi ikke indblik i hans adfærd, når han købte noget, eller kort tid efter han havde købt det. Fordi de observerede børn kun spillede Fortnite, var vi ikke i stand til indsamle oplysninger omkring deres potentielle brug af loot-boxes. I forhold til at besvare vores problemformulering og formålet med projektet er dette et problem, fordi vi kun er i stand til at besvare det ved at ekstrapolere og fortolke data. Dette går imod princippet om etnografiske undersøgelser om at få et førstehåndsindtryk af oplevelsen. Alligevel mener vi at Fortnites shop-system deler nogle af de samme egenskaber som loot-boxes, idet der forekommer tilfældige genstande hver dag. Der er selvfølgelig stadig nogle forskelle, hvor en stor en er, at man med et loot-box system er tvunget til at betale for genstande, man ikke er interesseret i, for at få chancen for dem man er. Men vi observerede at Dovahkiin kiggede dagens gennem genstande, formentligt for at se hvad han kunne købe. Det virker lidt som en gratis loot-box, spillerne kan åbne hver dag, og derefter betale for at købe de genstande man fik i sin loot-box. Idet at han kigger shoppen igennem, er det noget han går op i og tænker på, og vi kunne tro, at spændingen ved at få lov til at købe en sjælden eller sej genstand, ville være det samme som at åbne denne genstand fra en almindelig loot-box.

I forhold til at generalisere data, så er det vigtigt at sætte vores projekt i kontekst. Vi er kommet frem til en enkelt persons og nogle af hans venners motivation og adfærd, når det handler om at spille Fortnite og skaffe kosmetiske genstande. Her har vi observeret at der godt kunne være et problem. Det betyder selvfølgelig ikke, at andre børn og unge har de samme problemer, eller at disse problemer opstår pga. Fortnite. Deres familier er godt stillet økonomisk, og derfor er vores resultater biased, i den forstand at andre familier, kunne have givet os andre resultater. Men vi

undersøger om de unge har et problem, og om de derfor kunne være udsatte. Hvis Dovahkiin derfor er et udsat barn, der bliver negativt påvirket, og som har en fare for at kunne blive afhængige, kan andre udsatte børn derfor formentligt også blive negativt påvirket. Derfor kunne det være en god ide for forældrene at tage en interesse i børnenes brug af spillet og forbrug i spillet. Som nævnt i vores teorigang om unges identitet, er mangel på forældretilknytning en faktor i at unge danner en negativ identitet. Derfor kunne denne forældre interesse lede til et miljø, hvor de unge sikkert kan danne en positiv identitet.

Konklusion

Projektet endte med at have en større fokus på motivationen og adfærden bag at spille videospil, og på at skaffe kosmetiske genstande generelt end specifikt om loot-boxes. På trods af dette, finder vi alligevel relevante for diskussionen om loot-boxes, da det er relevant for den kontekst loot-boxes bliver brugt i. Den motivation og adfærd de unge udviste endte med at være sammenligneligt med motivationen og adfærden for gambling. Bredden af undersøgelsen er begrænset, og derfor burde resultatet ikke tages som det endelige svar på spørgsmålet. I stedet skal det tages som en tilføjelse af volumen til diskussionen af, om videospil og loot-boxes motivation og adfærd er ens, og er sammenligneligt med gamblers motivation og opførsel, og om det kan skabe en afhængighed. Men projektet konkluderer, at der er tegn på en svag afhængighed hos det studerede barn, og at andre børn kan have en lignende eller endnu værre oplevelse. Som sådan foreslår vi, at forældre er vidende om deres børns handlinger, når det drejer sig om videospil og loot-boxes eller andre mikrotransaktioner.

Litteraturliste

- Binde, P. (2013). *Why People Gamble*. Published in *International Gambling Studies*, Vol. 13, No. 1, 81-97, 2013
- Gibson, J. E. (2012), “*Interviews and Focus Groups with Children: Methods That Match Children’s Developing Competencies*”, *Journal of Family Theory & Review* Vol. 4, No 2, pp. 148–159.
<http://dx.doi.org/10.1111/j.1756-2589.2012.00119.x>
- Greene, S. & Hill, M. (2005). *Researching Children's Experience: Methods and Methodological Issues*. Greene and Hogan 2005.
- Griffiths, M. (2008). *The biopsychosocial and “complex” systems approach as a unified framework for addiction*. *Behavioral and Brain Sciences*, 31(4), 446-447. doi:10.1017/S0140525X08004822
- Griffiths, M. D., Kuss, D. J., Pontes, H. M., & Billieux, J. (2016). *Where do gambling and internet 'addictions' belong? The status of 'other' addictions*. In *The SAGE Handbook of Drug & Alcohol Studies: Biological Approaches* (p. Chapter 27). Nottingham: SAGE Publications Ltd.
- Hill, M (2006). “*Children’s Voices on Ways of Having a Voice: Children’s and young people’s perspectives on methods used in research and consultation.*”
- Jensen, N. H., Lieberoth, A., & Dalsgaard, T. (2017). *Adfærdsdesign*. Plurafutura Publishing.
- King, D. L., & Delfabbro, P. H. (2018). *Video game Monetization (e.g., 'loot-boxes'): a Blueprint for Practical Social Responsibility Measures*. *International Journal of Mental Health and Addictions*, 17, 166-179.
- Krogstrup, H. K., & Kristiansen, S. (2015). *Deltagende observation* (2. udgave). Kbh: Hans Reitzel
- Kutrovátz, K. (2017). *Conducting qualitative interviews with children – methodological and ethical challenges*. *Corvinus Journal of Sociology and Social Policy* Vol. 8.
- Lee, H.-P., Chae, P. K., Lee, H.-S., & Kim, Y.-K. (2007). *The five-factor gambling motivation model*. *Psychiatry Research* 150, 21-32.
- Lemon, J. (2002). *Can We Call Behaviours Addictive*. *Clinical Psychologist*, 44-48.
- Murchison, J. M. (2010). *Ethnography Essentials: Designing, Conducting, And Presenting Your research*. Published by Jossey-Bass. San Francisco.
- Punch, S. (2002), “*Research with Children – The Same or Different from Research with Adults?*”, *Childhood* Vol. 9, No 3, pp. 321–341. [http:// dx.doi.org/10.1177/0907568202009003005](http://dx.doi.org/10.1177/0907568202009003005)

Randau, D., Nguyen, A., & Mirgolozar, A. (2018). *loot-boxes: gambling in disguise? A qualitative study on the motivations behind purchasing loot-boxes*. Jönköping University, International Business School.

Svanberg, J. (2018). *The Psychology of Addiction (The Psychology of Everything)*. Routledge; 1 edition.

Waterman, A., Blades, M., & Spencer, C. (2001). *Is a jumper angrier than a tree?* *The Psychologist*, 14, 474–477.

Hjemmesider:

Aspiro Adventure. Aspiro. *TEEN IDENTITY DEVELOPEMENT*.
<https://aspiroadventure.com/family-resources/white-papers/teen-identity-development/>

Aspiro (2019) *Why is Teen Identity Development so Important?* Lokaliseret d. 5 december 2019 på:
<https://aspiroadventure.com/blog/why-is-teen-identity-development-important/>

Bailey, D. (2019). *Ultimate Team made up 28% of EA revenue last year*. PCGamer. Visited d. 13/11-2019. <https://www.pcgamesn.com/fifa-ultimate-team-revenue>

Batchelor, J. (2018). *Global games market value rising to \$134.9bn in 2018*. Gamesindustry biz. Visited d. 13/11-2019.
<https://www.gamesindustry.biz/articles/2018-12-18-global-games-market-value-rose-to-usd134-9bn-in-2018>

Clayton, N. (2019). *Classify loot boxes as a form of gambling”, urges a new UK report*. VG247. Visited d. 13/11-2019. <https://www.vg247.com/2019/10/22/uk-loot-box-gambling/>

Gough, C. (2019). *Average age of U.S. video game players in 2019*. Statista. Visited d. 13/11-2019.
<https://www.statista.com/statistics/189582/age-of-us-video-game-players-since-2010/>

Harnow Clausen, S. (2014). *Fænomenologi*. Den Store Danske. Visited D. 12/12-2019.
http://denstoredanske.dk/Krop,_psyke_og_sundhed/Psykologi/Psykologiske_termer/vane

Hearthstone Wiki (2019). *Crafting*. Visited D. 13/11-2019.
<https://www.hearthstone.gamepedia.com/crafting>

La Cour, P. (2009). *Vane*. Den Store Danske. Visited D. 13/11-2019.

http://denstoredanske.dk/Krop,_psyke_og_sundhed/Psykologi/Psykologiske_termer/vane

Nicholas, T. (2018). *Phenomenology: WTF? Time and Phenomenology explained!* Lokaliseret d. 12 december 2019 på: <https://www.youtube.com/watch?v=h95vUgnFdbk>

Overwatch Fandom (2019). *Progression*. Visited D. 13/11-2019.

<https://overwatch.fandom.com/wiki/Progression>

Retsinformation (2019). <https://www.retsinformation.dk/eli/ft/200912L00202#K1>

Tom's Guide (2019) *What are Loot Boxes*. Lokaliseret d. 15 november 2019 på:

<https://www.tomsguide.com/us/what-are-loot-boxes-microtransactions,news-26161.html>

Videnskab (2015). *Hvad er fænomenologi?* Lokaliseret d. 12 december 2019 på:

<https://videnskab.dk/kultur-samfund/hvad-er-faenomenologi>

Wright, S. T. (2017). *The evolution of loot boxes*. PCGamer. Visited d. 13/11-2019.

<https://www.pcgamer.com/the-evolution-of-loot-boxes/>