



hum*tek
Design Mennesker Teknologi

Microtransaction

3. semester - Efterår 2019

Eksamensgruppenr. og hus: V1924809790 - Hus B
Projekt(arbejds)titel: Gaming eller gambling
Gruppens medlemmer: Andreas Work - 66712 - awork@ruc.dk Frederik Røikjær Jensen - 66454 - frøje@ruc.dk Mikkel Kjær - 66370 - mikkekj@ruc.dk
Vejleder: Tine Jensen
Dato: 17/12-19
Antal tegn: 87568
Antal normalsider: 36,5

GAMING ELLER GAMBLING



Abstract

This paper analyzes lootboxes in context to the human behavior, surrounding its use amongst the youth, that occurs through the use of video games monetization systems, hence why this paper researches what makes these lootboxes attractive to the youth. This will be carried out through the understanding of how behaviorism and subsequently how reward systems in video game design works, by analyzing these concepts through the use of actor-network theory. Through this approach to science in technology, the paper will research how these concepts of actants combined, will affect the youth within the target group of less than 18 years of age. By combining a deep understanding of how the inner mechanics of a specific lootbox functions, the unintended consequences of lootboxes, the driving forces and the barriers of lootboxes integration, we are going to construct a model, showing the network relative to its interconnected relations between the problem surrounding lootboxes and the networks' emerging actants. By understanding this network, the paper will analyze whether there is similarities between lootboxes and gambling, in order to discuss different opinions on the issues surrounding gambling and lootboxes, and hereby conclude its relations.

Indholdsfortegnelse

Gaming eller gambling	2
Abstract	3
Motivation	5
Problemfelt	6
Problemformulering	8
Arbejdsspørgsmål	8
Semesterbinding	9
Subjektivitet, Teknologi og Samfund (STS)	9
Teknologiske Systemer og Artefakter (TSA)	9
Afgrænsning	10
Videnskabsteori	11
Aktør-Netværksteori	12
Behaviorisme	13
Metode	16
Kvalitative metoder	16
Computerstøttet Eliteinterviews	17
Afklaring om kvaliteten i metode brugen	18
Begrebsafklaring	19
Analyse gennem TRIN-modellen	20
Hvilke indre mekanismer definerer en lootbox?	20
Teknologiers indre mekanismer og teknologiske artefakter	20
Hvorfor er lootboxe attraktive?	24
<i>Variable ratio schedules of reinforcement i lootboxe</i>	24
<i>Game Design i lootboxe</i>	27
Utilsigtede effekter	28
<i>Gambling - Unge under 18 år</i>	28
Hvorvidt påvirker en lootbox sine relationer til aktører og aktanter i sit netværk?	31
Drivkræfter og Barrierer gennem det Teknologiske System	31
<i>Karakterisering af systemets funktion.</i>	32
<i>Aktør-Netværksteori - Etablering af netværket</i>	33
<i>Drivkræfter og Barrierer</i>	40
Diskussion	41
Konklusion	44
Perspektivering	46
Litteraturliste	47

Motivation

Vi har valgt at kigge nærmere på lootboxe i videospil, fordi vi alle har private interesser indenfor emnet, eftersom vi alle selv har benyttet os af lootboxe. Vi har derfor selv mærket på egen krop, hvor let det er, at blive opslugt i at prøve, at få en specifik genstand i en lootbox. Derfor endte vi med at åbne flere lootboxe, end vores oprindelige intention.

Ud fra vores egne oplevelser er vi blevet interesseret i, om lootboxe egentligt bliver defineret som gambling, eller om det bare er en "game mechanic". Vi har derfor valgt at undersøge målgruppen unge under 18 år, fordi danskere over 18 år lovligt kan gamble, og det dermed ikke vil ændre noget praktisk, om hvorvidt lootboxe bliver defineret som gambling eller ej. Vi vil derfor gerne undersøge, hvad der får unge under 18 år, til at åbne lootboxe i forhold til de genstande, som lootboxene indeholder. Altså at få en forståelse for hvilke aktører, der har en indflydelse på, at de unge vælger at åbne lootboxe og hvad de unge udover selve genstanden, får ud af at åbne lootboxen. For at få en dybere forståelse for lootboxe, ønsker vi at undersøge lootboxe som en teknologisk artefakt, samt hvordan lootboxen indgår som en aktør indenfor gaming netværket. Dette gøres, fordi vi har en formodning om, at lootboxe er en digital form for gambling, og at de genstande som befinder sig i lootboxes, kan forbindes med prestige, hvilket kan være med til at give engagement, for at åbne flere lootboxe. Denne formodning kommer ud fra, at vi selv ud fra vores egne interesser, har fulgt med på diverse forskellige medier over de seneste par år, omkring lootboxes som gambling og brugen af de genstande, der findes i lootboxe.

Problemfelt

I Danmark findes der lovgivninger, der gør, at personer under 18 år, ikke må blive solgt adgang til gambling (Skatteministeriet, 2010; § 34). Det ses dog alligevel, at gambling lignende elementer, finder vej til unge under 18 år gennem videospil (Spillemyndigheden, 2017). Disse elementer kaldes lootboxe, der gennem de sidste 10 år, er blevet meget populære for videospilsproducenter som en kilde til omsætning (Reseigh-Lincoln, 2017). Lootboxe som kan købes gennem diverse videospil, kan forstås som værende en virtuel kasse, der indeholder tilfældige genstande, som enten giver en fordel i spillet, eller giver ens virtuelle karakter eller våben i spillet et anderledes udseende (Spillemyndigheden, s.d.). Ifølge Spillemyndigheden er lootboxe dog ikke altid omfattet af spilleloven og af samme årsag, er flere videospil med lootboxe netop tilgængelige for personer under 18 år. Spillemyndigheden har dog følgende kriterier om, hvornår lootboxe er gambling, og derfor ikke er tilladt i videospil, der er tilgængelige for personer under 18, som lyder på følgende;

“

- *Der skal være et indskud (genstanden kan omsættes til økonomiske midler)*
- *Der skal være et element af tilfældighed*
- *Der skal være mulighed for en gevinst (genstanden kan omsættes til økonomiske midler)*

”

(Spillemyndigheden, s.d.).

Som det fremgår af citatet fra Spillemyndighedens hjemmeside, bliver der lagt vægt på, at lootboxe kun er gambling relateret, når der er mulighed for økonomiske gevinster. Hvilket leder tilbage til problematikken om hvorledes unge under 18 år, udsættes for gambling lignende elementer i kraft af Spillemyndighedens og den danske lovgivnings nuværende antagelser.

“If evidence does emerge that loot boxes can be a gateway to problem gambling, then we need to take that seriously and we need to take some action. But the evidence is not there yet. There are not many studies.”

(The Digital, Culture, Media and Sport Committee, 2019, s. 29)

Grundet manglen af studier, der undersøger om hvorvidt lootboxes kan føre til ludomani, betyder det, at det er svært at afgøre hvorvidt lootboxe har gambling relationer. Eftersom unge under 18 år har mulighed for at købe lootboxe og bytte genstande, er der dermed mulighed for økonomisk gevinst. Dette bliver f. eks. problematiseret ved at, mange salgs-hjemmesider såsom eBay eller Amazon gør det muligt for unge under 18 år, at anskaffe økonomisk gevinst ved at sælge deres optjente værdier i et givent videospil gennem hjemmesidernes service, såsom at sælge deres videospils konto (GameCentral-Metro, 2017). For de fleste videospil bryder dette dog spillets *‘terms of service’*, hvilket betyder, at solgte kontoer risikerer at få nægtet adgang til spillet (Riot, 2014). Dette gør dog ikke problemet mindre reelt, fordi muligheden stadig eksisterer og herfor problemet ligeså.

Ud fra denne problematisering, er det derfor interessant at undersøge følgende problemformulering, samt tilhørende arbejdsspørgsmål.

Problemformulering

Hvilke mekanismer i lootboxe kan virke gambling relaterede, og hvorledes påvirker mekanismerne unge spillere?

Arbejdsspørgsmål

- Hvilke indre mekanismer definerer en lootbox?
- Hvorfor er lootboxe attraktive?
- Hvorvidt påvirker en lootbox sine relationer til aktører og aktanter i sit netværk?

Semesterbinding

Subjektivitet, Teknologi og Samfund (STS)

STS er samspillet mellem mennesker, samfundet og teknologier, og eftersom der i projektets tilfælde undersøges samspillet eller forholdet mellem unge mennesker og lootboxe, giver det derfor god mening, at forholde sig til STS dimensionen.

I STS vil vi kigge på de psykologiske aspekter ved brugen af lootboxe, hvortil vi vil inddrage behaviorismen (adfærdsteorien), som vil være med til at forebygge teori om hvilken adfærd, der fremstår ved brugen af lootboxe. Ydermere vil vi gøre brug af én kvalitativ metode, herunder ekspertinterview, som vil være med til at give muligheden for at skaffe erkendelser, om hvad lootboxe gør ved unge under 18 år.

Teknologiske Systemer og Artefakter (TSA)

Den anden semesterbinding, som projektgruppen har valgt at bruge er TSA, hvorved der skal kunne identificeres og analyseres en teknologis funktioner og formål. Til dette gøres der brug af TRIN-modellen, da TRIN-modellen særligt egner sig til analyse og beskrivelse af en teknologi, der i projektets tilfælde er lootboxe.

Afgrænsning

Ud fra vores valgte emne omkring lootboxe i forbindelse med gambling, er der mange mulige retninger, som projektet kan formes omkring. Projektgruppen har valgt at fokusere på lootboxe helt inde ved kernen, hvorved projektgruppen vil undersøge hvad lootboxes er, og hvad der gør en typisk lootbox attraktiv. Begrundelsen for at projektgruppen vælger vores målgruppe som værende unge under 18 år, er at denne målgruppe, bliver betragtet som særligt udsatte, og da der gennem den danske spillelov er særlige regler om hvorpå unge under 18 år må udsættes for gambling elementer, bliver der derfor holdt særligt fokus på denne målgruppe.

Vi har valgt at arbejde problemorienteret, hvilket betyder, at vi kigger på hvilke årsager, der er til lootboxens popularitet og brug, i stedet for løsningsorienteret. Denne beslutning har vi truffet i projektgruppen, fordi vi fandt undersøgelsen af selve problemet mere interessant, end at løse selve problemet. Dermed kunne et løsningsorienteret projekt være et andet projekt, som ville kunne bygge videre på de grundprincipper, som bliver fremlagt i vores problemorienteret projekt. Fordi vi ikke arbejder løsningsorienteret, har vi derfor valgt ikke at bruge trin fem i TRIN-modellen, eftersom at dette trin går ud på at udvikle en designløsning. Ydermere ser vi også bort fra innovations elementet af trin seks i TRIN-modellen af samme årsag.

Videnskabsteori

På tredje semester på den humanistiske teknologiske uddannelse, er det en obligatorisk del af projektopgaven at inddrage videnskabsteori, hvortil selve videnskabsteorien skal danne ramme for hele projektets valg af metoder, teorier og problemformulering. Herefter skal denne videnskabsteori indarbejdes og bruges aktivt i de forskellige førnævnte områder af projektet, så det i sidste ende vil give projektets forskningsgenstand et videnskabsteoretisk grundlag.

Projektet indeholder som nævnt gennem semesterbindingen en undersøgelse af relationen mellem menneske, teknologi og samfund, hvorigennem problemformuleringen udpensles et ønske, om at undersøge hvorledes lootboxe fungerer og i hvilken kontekst de påvirker unge mennesker under 18 år.

Projektgruppen har derfor valgt at bruge aktør-netværksteori (ANT) som projektets videnskabsteoretiske orientering, da teorien ofte bruges til analyse af forholdet mellem mennesker og teknologi (Sismondo, 2010, s. 92), som også kan reflekteres i projektets problemformulering.

Herudover bruges den positivistiske adfærdsteori - behaviorisme (Moore, 2011, s. 449 - 464) også i projektet, eftersom at designet af lootboxe erkendes som værende tæt knyttet til behaviorisme (The Digital, Culture, Media and Sport Committee, 2019, s. 43).

ANT og behaviorisme er dog to forskellige teorier, om hvorledes vidensdannelse fungerer, hvorfor der af denne årsag ses en særlig tilgang til forskningsgenstanden. Der vil derfor med det næste ses nærmere på hvorledes videnskabsteorien ANT og behaviorisme, fungerer ud fra dets filosofiske grundprincipper. Hvorefter en forklaring om hvorledes brugen behaviorisme gennem ANT vil følge, og derefter afsluttes med hvordan projektet forholder sig til teorierne.

Aktør-Netværksteori

Aktør-Netværksteoriens ontologiske begreb forstås ud fra et konstruktivistisk og et realistisk perspektiv, da desto mere der konstrueres, desto mere virkelig bliver det konstrueret (Egholm, 2014, s. 188). Sagt med andre ord, jo større et netværk af aktører og aktanter er, jo mere stabil er dette netværk også (Egholm, 2014, s. 188). Årsagen til at ANT er konstruktivistisk anlagt, er på grund af teoriens metode, hvorpå realitet bliver skabt, som skabes gennem teoriens særlige tilgange til læringsprocesser og heraf vidensdannelse (Egholm, 2014, s. 186). Dette kan blandt andet forklares med Michel Callons (1998, 1986) fremgangsmåde til analysere emergensen af netværket og dets relationer blandt aktøreres fremtræden. Hvilket i realiteten er en form for læringsproces, hvorunder vidensdannelse kan eksekveres ud fra observation, af hvordan netværket bliver konstrueret (Fuglsang, Olsen, & Rasborg, 2013, s. 369). ANT giver derfor mulighed for at opstille en analyse af projektets genstand, gennem det observerede netværk, der hermed giver projektet en videnskabsteoretisk fremgangsmåde til at konstruere og beskrive hvilke aktører, der eksisterer under projektets forskningsområde.

Herudover indeholder teorien også som nævnt ovenfor elementer af realisme, da ANT ikke kun ser på sociale strukturer, men også på betingelserne for fænomener i den observerbare verden (Egholm, 2014, s. 186), der umiddelbart også eksisterer uafhængigt af forskerens erkendelse (Fuglsang et al., 2013, s. 369). Dette giver herfor anledning til at holde særligt fokus på de relationer, hvorpå netværkets aktører og aktanter eksisterer, hvilket også ville kunne belyse projektets problemformulering. Eftersom der i projektet for eksempel, ønskes en gennemgang af, hvorledes unge under 18 år forholder sig til lootboxe, og hvilke konsekvenser lootboxe kan have på unge under 18 år. ANT giver derfor muligheden for at undersøge vores genstands emergens i forhold til dets relationer, som gøres gældende gennem de fænomener, aktøren fremtræder under, om end de er af, social, menneskelig eller naturlig karakter (Egholm, 2014, s. 187).

Nu hvor der er blevet redegjort for ANT's ontologiske begreb, med henhold til hvordan projektet forholder sig til dette, vil der heraf blive redegjort for ANT's epistemologiske begreb.

ANTs epistemologiske begreb forstås gennem beskrivelsen af fænomenerne, om hvordan aktanter bevæger sig i forhold til hinanden (Egholm, 2014, s. 188). Med andre ord bliver ANT i den epistemologiske forstand til en efterfølgelse af de spor, aktanter sætter på dets aktuelle netværk, der heraf ville kunne sige noget om, hvorfor aktørerne placerer sig i et givent netværk (Egholm, 2014, s. 188).

Dette gør ANT til en relativistisk teori, som følge af dets semiotiske repræsentation af dets aktør begreb, der opfattes som værende lokale i kraft af aktørens sammenhængende relationer til andre aktører (Fuglsang et al., 2013, s. 369). Aktører i ANT foræres således det heterogene begreb: Aktant, da aktanten ikke nødvendigvis er et menneske, men kan også være alt fra et fænomen til et artefakt (Egholm, 2014, s. 188). Sagt med andre ord er ANT relativistisk, fordi mennesker aldrig agerer alene, men tværtimod i forlængelse eller i relation til noget andet, såsom et artefakt eller et fænomen, hvorfor der med ANT netop sættes fokus på handling gennem dets observation af aktører, i stedet for intentionen (Egholm, 2014, s. 188). Herigennem vil projektets aktanter kunne analyseres med grundlag i hvilke handlinger, aktanterne påvirker deres relationer med, hvorfor lootboxe for eksempel kan fortolkes gennem dets konsekvenser mod dets relationer, med hensyn til projektets problemformulering.

Med dette sagt, vil der nu se nærmere på hvordan behaviorismen fungerer, således at en forklaring på hvordan brugen af behaviorismen gennem ANT, vil stå mere klart.

Behaviorisme

Så hvordan finder behaviorismen vej ind i projektet, nu hvor behaviorismen er inspireret af positivismen (Moore, 2011, s. 449 - 464), og at der i dette projekt bruges aktør-netværksteori som videnskabsteoretisk orientering i stedet for positivisme? Der vil derfor med dette nu ses nærmere på de filosofiske grundprincipper af B.F. Skinners version af behaviorisme.

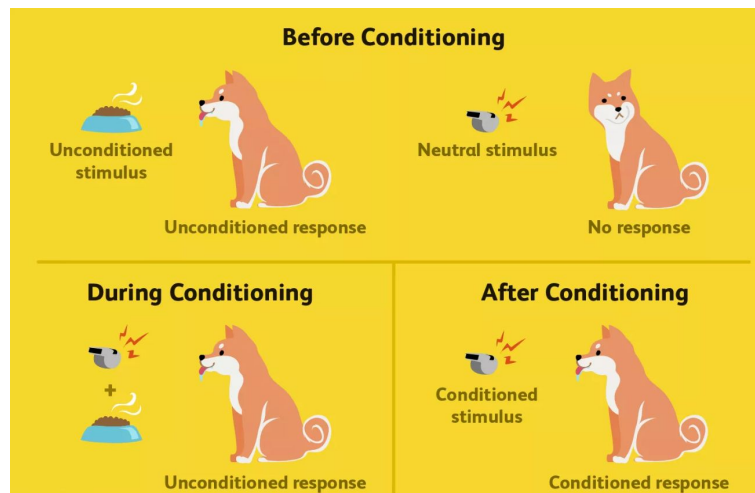
Behaviorisme er et begreb inden for psykologi, der beskæftiger sig med, hvordan viden omkring adfærd kan opnås, hvorfor behaviorismen finder sine teorier gennem målinger af opstillede observationer (Moore, 2011, s. 449 - 464). Herunder findes begrebet om "Radical behaviorism"; som er en særlig form for behaviorisme, der

blev skabt af Burrhus Frederic Skinner (Moore, 2011, s. 456), der heraf opfandt særlige principper, om hvorpå viden om adfærd skulle opnås.

Dette er noget J. Moore i bogen "*behaviorism*" (2011), kommer ind på, hvorunder det første princip er 'behavior', som forklarer, at adfærd skal ses som en enhed i sig selv.

Adfærd ses derfor som et afgørende element for behaviorisme, der gennem Skinners antagelse, skyldes organismen, eller et individs evne til at reagere ud fra dets miljø (Moore, 2011, s. 456). Adfærd er en begivenhed, der tager form af, hvorledes organismen opfører sig og hvilke specifikke forhold, der befinder sig i miljøet, hvor organismen foretager en handling. Adfærden ville derfor kunne relateres direkte til det miljø, organismen befinder sig i, hvortil variabler såsom genstande, sanser, erfaringer eller sociale strukturer i miljøet spiller en rolle. Heraf ville det være muligt, at kunne måle en ændring af organismens adfærd, ved at variere disse variabler i miljøet gennem eksperimentelle metoder (Moore, 2011, s. 457). Dette beskriver Skinner med begrebet 'three term contingency of reinforcement', der betyder at: (1) når en organisme udsættes for en stimulus, (2) produceres en karakteristisk respons, (3) der forstærker en konsekvens (Moore, 2011, s. 457). Med andre ord er reinforcement den del af adfærdsteorien, der kommer fra udsættelsen af stimuli, der frigives gennem specifikke opstillede konsekvenser, der heraf giver en specifik respons. Dette er det næste princip af Skinners behaviorisme, som forholder sig til analytiske koncepter som funktion, relationer og generiske tilstande. Per definition er reinforcement forbundet til dets funktion, som er en konsekvens af en respons, der forøger den primære respons (Moore, 2011, s. 457). Derfor står reinforcement således i relation til den givne respons.

Dette kan vises med det nedenstående billede, som er et eksempel af Skinners 'operant conditioning', hvor reinforcement bliver brugt til at lære hunden, at associere en speciel adfærd med lyden af en fløjte.



Billedet ovenfor (Cherry, 2019) viser en illustration af hvorledes operant conditioning kan fungere.

Til sammenligning kan sukker være en positiv reinforcement som konsekvens af en respons, der med andre ord kan forklares med, hvis man giver et barn noget slik, for at gøre det ønskede. Heraf er det at give noget slik til barnet en **konsekvens**, fordi barnet gør noget (**respons**), som er ønsket, der derfor angiver, at sukker kan være en positiv **reinforcement**, hvis barnet nu gør det samme igen, for at få noget slik.

Da stimuli og respons er generiske koncepter, der står i relation til reinforcement, gør dette, at reinforcement bliver til et funktions præget koncept, der knyttes til den ønskede adfærd ved brugen af reinforcement (Moore, 2011, s. 457).

Heraf er der blevet redegjort for hvordan behaviorisme fungerer som teori, og derfor vil der med det næste afsnit, blive forklaret om hvordan rapporten specifikt benytter behaviorismen gennem aktør-netværksteori.

Den korte forklaring på dette er, at projektet kun ser på behaviorismen som værende tæt knyttet til lootboxen gennem ANTs optik. Derfor ses behaviorismen ikke som en enkeltstående teori, hvorigennem projektets forskningsgenstand skal repræsenteres, men snarere at aktør-netværksteorien kan belyse lootboxens indre mekanismer. Disse mekanismer i lootboxen, er tilmed stærkt sammenlignelig med B.F. Skinners behavioristisk teori kaldet variable ratio schedules of reinforcement (Xiao, 2018, s. 9). Dette kan derfor være med til at skabe en relation mellem lootboxe og behaviorisme, og derved give lootboxen handledygtighed eller funktion gennem dens behavioristiske træk, i forhold til resten af netværket.

Der vil herfor med videnskabsteorien aktør-netværksteori, blive udarbejdet en netværksanalyse til at beskrive forholdet mellem lootboxe og de aktanter, såsom unge, videospilsproducenter og samfundet. Dette gøres med grundlag i at kunne finde svar på hvilke forhold lootboxe eksisterer under, samt om de har nogen påvirkning på unge under 18 år.

Vi ser netop ANT som en god videnskabsteori for projektet, da ANT giver mulighed, for at undersøge lootboxe i en kontekst af hvorledes de påvirker unge under 18 år. Dette gøres gennem at anse det som værende aktanter forbundet gennem relationer, og med henhold til deres relationer til andre aktører i netværket.

Der vil derfor gennem brugen af TRIN-modellen som analyseværktøj til at analysere lootboxen, bruge Michel Callons fremgangsmåde til analyse af et aktør-netværk, så disse forhold og relationer i rapportens konstrueret netværk kan realiseres og ultimativt bruges som en del af projektets diskussion og konklusion. Der vil herfor med det næste afsnit blive redegjort for hvilke årsager der er for projektets til og fravalg af metode med baggrund i den videnskabsteoretiske orientering.

Metode

Kvalitative metoder

Vi har valgt at bruge én kvalitativ tilgang til metode, da vi gennem projektets videnskabsteoretiske grundlag ønskede, at søge forklaringer om hvorledes fænomener fik diverse aktører/aktanter, til at indtræde i netværket, som projektet ønskede undersøgt. Da kvalitative metoder særligt beskæftiger sig med hvordan noget gøres, siges, opleves, fremtræder eller udvikles (Brinkmann & Tanggard, 2015, s. 14), så vi grundlag for at bruge denne metodiske tilgang, da vi gennem denne brug, kunne finde frem til en menneskelig erfaring, om hvorvidt et fænomen var fundet sted. Denne erfaring kunne således beskrives gennem menneskelige værdier, hvorunder menneskelige aktøreres perspektiv og beretning kunne inddrages i en analytisk sammenhæng (Brinkmann & Tanggard, 2015, s. 13 - 14).

Grunden til valget af en kvalitativ tilgang til metode, fremfor de kvantitative metoder er netop på grund af ovenstående. Vi så herudover heller ikke gennem den

kvantitative metode, at en beskrivelse om hvorpå konstruktionen af en aktør/aktant og dens relationer i et netværk af andre aktører/aktanter kunne bevises gennem en statistisk undersøgelse eller talmæssig opgørelse. Ydermere er det også karakteristisk for de kvantitative metodiske tilgange såsom spørgeskemaer, at de ikke giver informanter mulighed for en fuld uddybelse af sine svar (Aarhus Universitet, s.d.). Herimod hos de kvalitative metoder, fandtes der større mulighed, for at komme tættere på informantens erkendelser og holdninger (Brinkmann & Tanggaard, 2015, s. 13 - 14). Herved valgte vi en kvalitativ tilgang til metoder, som der vil uddybes yderligere med næste afsnit.

Computerstøttet Eliteinterviews

Som beskrevet i starten af metode afsnittet ovenfor, blev der valgt én kvalitativ tilgang til metode med grundlag i projektets ønske, om at finde svar på hvorledes netværket omkring lootboxe hænger sammen. For at kunne finde svar på dette, valgte vi at opsøge eksperter indenfor området, da vi ønskede at finde konkrete oplysninger, om hvorledes lootboxe står i relation til unge under 18 år. Disse eksperter, som vi fandt frem til var fagpersoner, som kom fra afdelinger, fra henholdsvis Center for Ludomani og Spillemyndigheden, der hver især beskæftigede sig med lootboxens relation til unge under 18 år. Vi sendte dem derfor e-mails med vores interviewspørgsmål, hvorpå muligheden for at organisationen og myndigheden kunne finde ansatte af rette kompetence, til at besvare de forskellige spørgsmål, blev klargjort. Det skal så dog siges, at når der foretages et eliteinterview, interviewes personer med faglige kompetencer inden for et bestemt emne, hvorfor vi netop gjorde det klart for vores informanter, at de gerne måtte konversere om hvilke individer, var kompetente i sagen. Hertil var der gennem eliteinterviews også mulighed for at stille flere kritiske og specifikke spørgsmål, eftersom eksperter ved hvad han / hun snakker om (Kvale & Brinkmann, 2015, s. 202). Vi gjorde os derfor meget tid i at få formuleret de korrekte spørgsmål således at projektets genstand stod i fokus.

De udarbejdede spørgsmål kan ses i bilag 1. Herudover blev der også udarbejdet to ekstra spørgsmål til Spillemyndigheden, som kan ses i bilag 3.

Som følge af dette fandt vi med disse spørgsmål også frem til forskellige grundlag for hvorledes konstruktionen af netværket i sig selv og aktørernes/aktanternes forhold var fundet sted, og ville derfor kunne bruges i analysen.

Afklaring om kvaliteten i metode brugen

Typisk for computerstøttede interview, vil der blive opstillet en form for samtale, hvorpå interviewet kan finde sted. Heraf ville interviewet bestå af forskellige beskeder, hvortil spørgsmål og besvarelser kan medieres (Kvale & Brinkmann, 2015, s. 204). Opstillingen af en samtale fandtes dog ikke nødvendigt, da svarene på de spørgsmål der blev sendt til informanterne, fandtes givende nok i kraft af deres kompetence. Dette kunne derfor bruges i analysen, hvorved der også med baggrund af informanternes svar, kunne skabes grundlag for en besvarelse af projektets problemformulering. Derfor kan vores metode også minde om et spørgeskema, da interviewet ikke blev foretaget som en samtale, men tværtimod en enkelt instans af åbne spørgsmål og svar derpå. Dog ser vi stadig vores fremgangsmåde som værende gyldig, skønt det 'kvalitative' kan virke kvantitativ. Gyldigheden af det kvalitative fandtes tildeles i kraft af informanternes ekspertise inden for området, hvortil den kropslige tilstedeværelse alligevel ville findes ligegyldig, selvom det ellers er en af ulemperne ved at foretage et computerstøttet interview (Kvale & Brinkmann, 2015, s. 205). Det vigtigste var den åbne natur af spørgsmålene, hvorpå vores informanter kunne besvare ud fra deres erfaringer, om hvorpå fænomenet var opstået (Kvale & Brinkmann, 2015, s. 523).

Med dette redegjort for, vil der derfor med dette startes en analyse af lootboxe, gennem TRIN-modellen, hvorunder empirien fra ovenstående afsnit, bliver brugt med henhold til konstruktionen af netværket og dets relationer blandt aktører/aktanter. Der vil derfor undervejs i analysen ses nærmere på hvordan disse relationer er blevet skabt, og hvorfor netværket ser således ud.

Begrebsafklaring

Fremover vil der indgå termer, som for læsere der ikke kender til videospillet Counter Strike: Global Offensive (CS:GO), måske vil have svært ved at forstå. Derfor vil disse følgende termer blive beskrevet: CS:GO, StatTrak, Valve Corporation, Steam, Skinbetting og Stream.

- **CS:GO** står for Counter Strike: Global Offensive, som er et videospil, hvor spillerne bruger våben, til at eliminere modstanderne, for herved at vinde.
- **StatTrak** er en virtuel tilføjelse til genstande, der forekommer i lootboxene i videospillet CS:GO. En genstand med StatTrak tæller antallet af modstandere, der er blevet elimineret med det specifikke våben. Derfor kan StatTrak bruges til at vise hvor mange elimineringer brugeren har opnået (Fandom, s.d.).
- **Valve Corporation** er en spilvirksomhed, som udvikler, ejer og driver videospil, derudover ejer de også spilplatformen Steam.
- **Steam** er en platform for videospil, hvor brugerne igennem en konto, har mulighed for at samle og downloade en lang række spil, derudover er der igennem Steam mulighed for at bruge en markedsplads, chatte med venner der også er brugere af platformen.
- **Skinbetting** er når der gambles med genstande fra lootboxe som indsats.
- **Stream** eller streaming er en måde hvorpå influencers kan sende live indhold ud til deres følgere. Dette foregår oftest over tjenester som f.eks. Twitch.tv.

Analyse gennem TRIN-modellen

TRIN-modellen vil blive brugt, til at analysere hvordan en lootbox kan betegnes som et teknologisk system, som dermed indgår som en aktør i netværket. For at forstå dette netværk, er det derfor essentielt, at forstå hvordan en lootbox fungerer, ved at undersøge den som et teknologisk artefakt.

Projektgruppen har valgt ikke at følge den normale struktur i TRIN-modellen ved at slå henholdsvis trin et og to sammen, og trin fire og seks sammen.

Årsagen til valget af at slå trin et og to sammen, er fordi lootboxe som sagt kun er en virtuel genstand, hvorfor lootboxen som et teknologisk artefakt baserer sig på grundprincipperne af de indre mekanismer og processer (Jørgensen, 2018, s. 29 & 38). Den enkelte lootboxes opbygning er baseret ud fra, hvordan det tilsvarende spil er designet på. Derfor er det relevant, at undersøge spillets opbygning omkring behaviorisme, fordi denne teori har til hensigt, at klargøre hvorfor stimuli kan have en indflydelse på adfærd.

Teknologier kan føre mange utilsigtede konsekvenser med sig, hvilket trin tre i TRIN-modellen omhandler (Jørgensen, 2018, s. 41), som betyder at der skal kigges nærmere på gambling lignende tendenser. Med udgangspunktet i at lootboxe indeholder gambling lignende elementer, giver det derfor også mening at slå trin fire og seks sammen, fordi drivkræfterne og barriererne indgår i det teknologiske system, der omhandler udbredelsen af lootboxe (Jørgensen, 2018, s. 44 & 49).

Hvilke indre mekanismer definerer en lootbox?

Teknologiers indre mekanismer og teknologiske artefakter

Det er til at starte med vigtigt, at få en generel forståelse af hvad en lootbox er, og hvad der skal til, før der er tale om en lootbox. Alle lootboxe har det til fælles, at der er ét eller flere genstande gemt i kassen, disse lootboxes er en integreret del af videospillet og kan købes gentagne gange inde i selve videospillet (King & Delfabbro, 2018, s. 167). Afhængigt af videospillet giver indholdet i lootboxen enten

en fordel i spillet, eller giver ens karakter eller våben en anderledes udsmykning (Spillemyndigheden, 2017). Den essentielle del af lootboxen er, at der er mange muligheder, for hvilken genstand spilleren får ud af at åbne en lootbox, og derved er en specifik ønsket genstand ikke garanteret. Derudover har nogle af genstandene, en lavere chance for at være i lootboxen, end andre genstande. Dette betyder, at brugeren af lootboxen ikke ved hvor meget værdi, lootboxen indeholder, eftersom det ikke vides hvilken genstand der ville komme ud af lootboxen.

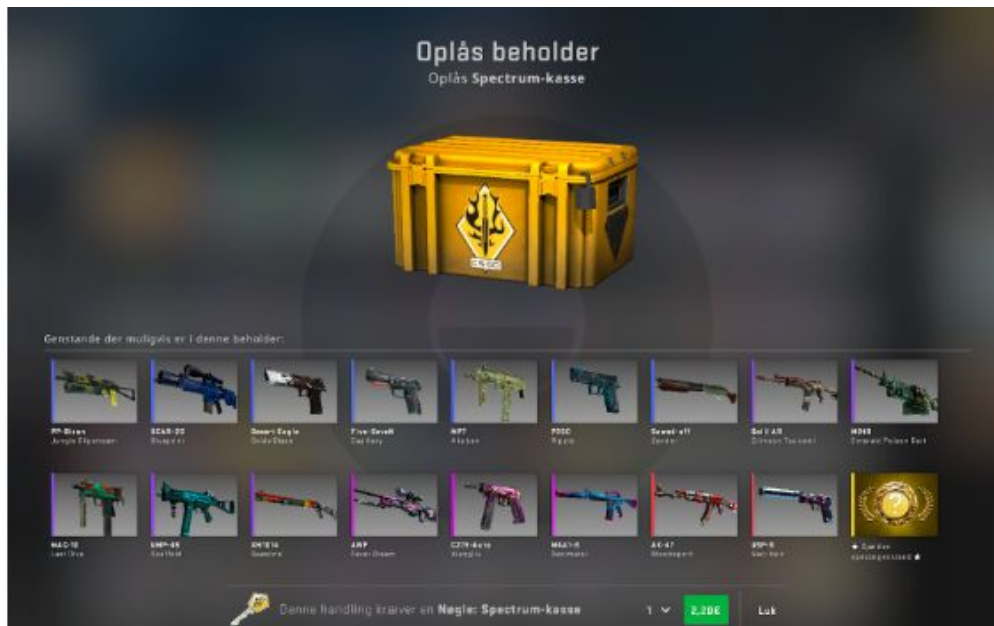
“usually the contents of loot boxes are unknown to the player at the point of purchase—what a player gets for their money is therefore based on chance.”

(The Digital, Culture, Media and Sport Committee, 2019, s. 27).

At chancerne på de genstande, der findes i lootboxe ikke fremgår tydeligt, er nemlig i spiludbydernes interesse, eftersom at chancerne for de mest eftertragtede genstande er så lave, at der er en mulighed for, at det vil afskrække nogen fra at købe lootboxen. Dette er et resultat af, at hvis det går op for brugeren at der uoverskueligt langt til målet om at få en specifik genstand, så vil motivationen for at fortsætte formindskes (Hopson, 2001). Et eksempel på en lootbox, hvor procent chancerne var blevet hemmeligholdt, var i spillet CS:GO.

CS:GO har haft lootboxe inkorporeret i spillet siden den 14. august 2013 (Valve Corporation, 2013). Det var dog først ved lanceringen i Kina den 11. september 2018 at Valve Corporation, som er producenten bag CS:GO, udgav procent chancerne i lootboxene. Grunden til at procent chancerne for lootboxene i CS:GO blev offentliggjort, i forbindelse med lanceringen i Kina var, at der i Kina er en politik om at procent chancerne i lootboxe skal offentliggøres (King & Delfabbro, 2018, s 168). Ved at denne procent chance er blevet offentliggjort af Valve Corporation, er der nogle specifikke procenter, som projektet kan forholde sig til. Hvilket ellers ville være yderst besværligt, eftersom det ellers ville kræve at udarbejdelse af statistik ved at åbne mange lootboxe, og nedskrive resultaterne derfra. Selvom procent chancerne for indholdet er blevet offentliggjort, har det ikke ændret på selve lootboxen, og de genstande, der findes deri. Eftersom procent chancerne er blevet offentliggjort for CS:GO, valgte valgte projektgruppen at undersøge dette videospils lootboxe. Mere

specifikt bruges Spectrum-kassen, som er én af mange lootboxe, der er tilgængelige i CS:GO.



I Spectrum-kassen er indholdet ligesom med alle andre CS:GO lootboxe, delt ind i forskellige kategorier af sjældenhed. For at gøre det mere overskueligt for brugerne af lootboxene, så har hver kategori én farve. Ved at hver kategori har en specifik farve, er det også nemmere at se, hvor værdifulde genstandene er. Rækkefølgen af farverne, bliver vist i tabellen nedenfor. Chancerne for kategorierne bliver vist fra størst til mindst chance; Blå, lilla, pink, rød og gul (Scott-Jones, 2017).

Farve på kategorierne	Procent chance for at få kategorien
Blå	79.92 %
Lilla	15.98 %
Pink	3.2 %
Rød	0.64 %
Gul	0.26 %

Derudover er der også en ekstra faktor i CS:GO lootboxe, som hedder 'StatTrak'. Alle genstandene i lootboxen har en ti procents chance, for at have StatTrak derpå. Hvilket vil sige, at for at få en gul genstand med StatTrak, er chancen 0.026 procent (Scott-Jones, 2017).

Ud af Spectrum-kassen kan der derfor åbnes genstande med en stor variation i værdi. Den billigste genstand fra Steams markedsplads, er på dags dato på 0.03 cent (Valve Corporation, s.d.-a). Dog er der som sagt også mulighed for at få en genstand i den gule kategori med StatTrak. Et eksempel herpå kan være en Butterfly-kniv (StatTrak) | Marble Fade, som blev solgt til 745.28 euro d. 9/12-2019 (Valve Corporation, s.d.-b).

En Spectrum kasse kostede d. 7/12-2019 0.04 cent (Valve Corporation, s.d.-c). Nøglen til at åbne Spectrum-kassen koster 2.20 euro, hvilket kan ses i billedet nedenfor. Dette betyder, at den samlede pris, for at åbne lootboxen er 2.24 euro.



Fordi alle genstandene der findes i lootboxen, gælder at de kun kan befinde sig på spiludbyderens platform, fordi at genstandene er en integreret del af videospillene. Derudover skriver mange af udbyderne i deres betingelser for brugen, at brugerne reelt set ikke ejer genstandene (King & Delfabbro, 2018, s. 168). Dette betyder, at

firmaet ikke har nogen udbetalings udgifter, som ydermere betyder, at Valve Corporation har den samme indtjening ligemeget hvilket udfald af genstand, der kommer ud af lootboxene. Igennem spiludbyderens platform kan disse genstande byttes, sælges og købes, hvor prisen afhænger af, hvor eftertragtet genstanden er ud fra den almene markedspraksis: Udbud efterspørgsel kurve. Hvis genstanden sælges på spiludbyderens platform, forbliver 'pengene' på platformen i form af credit. Denne credit kan så bruges på at købe spil, services eller andre genstande (Steam Support, s.d.). Derfor har Valve Corporation en økonomiske interesse i at brugere benytter sig af lootboxe, hvor der kan argumenteres, for at spillet er designet til at styrke lysten til at bruge lootboxe.

Hvorfor er lootboxe attraktive?

Variable ratio schedules of reinforcement i lootboxe

Som følge af analysen af hvordan lootboxens indre mekanismer fungerer, vil der derfor med denne del af analysen, ses nærmere på hvorledes lootboxe står i relation til behaviorismen. Hvorfor der nu vil blive taget fat i den del af Skinners teori, der hedder **variable ratio schedules of reinforcement**. Denne teori, kan blandt andet ses gennem Skinners box, som var et system iblandt hans eksperimenter, der blev foretaget, for at kunne undersøge hvorledes operant conditioning fungerede. Slutteligt vil en sammenligning af denne form for operant conditioning og lootboxe finde sted, så en beskrivelse af hvorledes lootboxe har relation til gambling, ville stå mere klart.

Skinners box er et eksperiment, som Skinner foretog under hans forskning om 'operant conditioning i hans rapport kaldet: "Schedules of Reinforcement" (Skinner & Ferster, 2015).

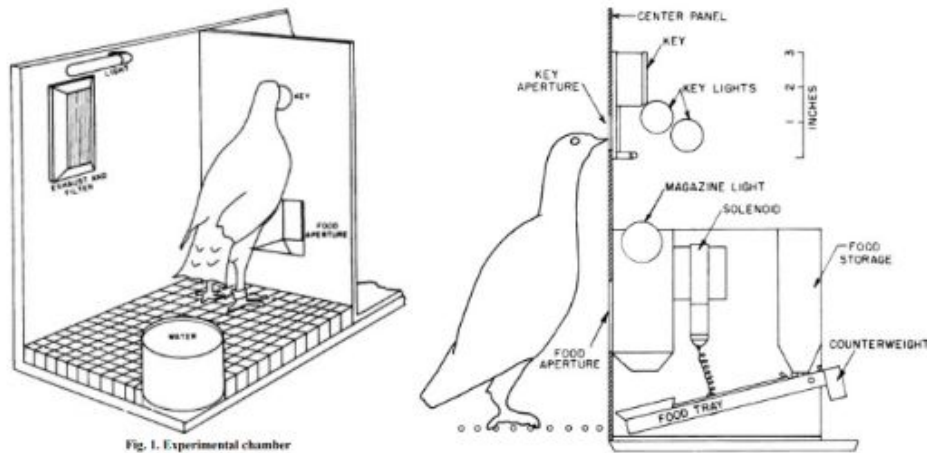


Fig. 1. Experimental chamber

billedet ovenfor (Skinner & Ferster, 2015, kapitel 3) viser 2 eksempler på skinner's box ud fra forskningen om reinforcement.

Billedet illustrerer Skinners eksempel på hvorledes 'scheduled reinforcement' kan fungere, hvor fuglens adfærdsmønstre igennem dette system vil kunne observeres, og heraf finde ud af hvad positiv reinforcement, eller et belønningssystem ville kunne gøre ved en organisme ("B.F. Skinner - Operant Conditioning and Free Will", 2009). Systemet fungerer således, at når fuglen trykker på en knap, vil mad blive distribueret til fuglen, og derved give fuglen en belønning for dens respons. Dette kaldte Skinner for en **fixed ratio** of reinforcement, der som nævnt belønner organismen i observation efter et specifikt antal respons (Skinner & Ferster, 2015). Det kan heraf være efter 1 eller 10 respons, at en belønning gives til organismen ud fra det specifikke antal respons, der skal bruges for at en reinforcement træder i kraft. Gennem denne schedule of reinforcement fandt Skinner ud af, at fuglen i starten var meget interesseret i belønningen, hvorefter at den efter længere tid i observations systemet blev mindre interesseret i belønningen (Skinner & Ferster, 2015).

Skinner foretog herefter en ændring af konsekvenserne af reinforcement, ved at ændre distributionen af mad, så det blev distribueret per tilfældighed, efter fuglen havde afgivet en respons et tilfældigt antal gange, som er den del af Skinners forskellige forsøg, han kaldte **variable ratio of reinforcement** (Skinner & Ferster, 2015). Tilfældet med den variable ratio baseret reinforcement, havde dog et udfald, der tegnede på at antallet af fuglens responser, blev forøget "ekstremt" i forhold til en fixed ratio reinforcement, hvor fuglen fik en belønning per et specifikt antal responser

(Skinner & Ferster, 2015). Skinner antog derfor ved implementeringen af et system, der per tilfældigvis belønnede en fugl ud fra en specifik respons, ville gøre fuglen mere ivrig efter en belønning ("B.F. Skinner - Operant Conditioning and Free Will"). Dette så Skinner sammenligneligt med menneskelig adfærd, og relaterede derfor fuglens adfærd gennem brugen af variable ratio reinforcement med et menneskes adfærd, når en person benytter sig af en enarmet tyveknægt ("B.F. Skinner - Operant Conditioning and Free Will").



Billedet ovenfor (*The Skinner Box - How Games Condition People to Play More - Extra Credits*, 2012) viser intro billedet til *Extra Credits* info video omkring hvordan Skinners Variabel ratio reinforcement bliver brugt i diverse videospil.

Sammenligneligt indeholder en lootbox samme elementer som Skinners box eller en enarmet tyveknægt, og eftersom en lootbox ved køb også giver en tilfældig belønning, kan der være snakken om at det er sammenligneligt. Når en person køber en lootbox, for at få en bestemt belønning, er selve adfærden i at købe lootboxen en respons, hvortil det vedkommende får ud af denne lootbox, ville være karakteristisk for en variabel ratio of reinforcement schedule, da det ikke er sikkert, at lootboxen indeholder det ønskede (Xiao, 2018, s. 9). Herfor kan der med grundlag i Skinners teori om adfærden gennem operant conditioning, herunder variabel ratio of reinforcement siges, at lootboxe minder om konventionelle gambling artefakter såsom den enarmede tyveknægt (Xiao, 2018, s. 9).

Nu hvor der er foretaget en sammenligning af lootboxe og konventionelle gambling artefakter gennem Skinners operant conditioning, vil der nu ses nærmere på game design elementer, hvor gennem spillets design, ville en bestemt adfærd fra spilleren, kunne fastholdes.

Game Design i lootboxe

Alle videospil har et bestemt udseende og nogle bestemte systemer, der gør spillet unikt, og derfor anderledes fra andre videospil. Nogle af disse årsager kommer John Hopson ind på i sin online artikel: "*Behavioral Game Design*" (2001), som er en guide til, hvordan mennesker reagerer på belønningssystemer i spil (Hopson, 2001). John Hopson har været en del af produktionen af mange kendte videospil, såsom Halo, World of Warcraft, & Hearthstone, hvor han har stået for user experience design delen af spillene ("LinkedIn Profil", s.d.).

Gennem hans artikel kommer Hopson blandt andet ind på hvilke former for game design af belønningssystemer, der er mest effektive til at holde en spiller fast i at spille spillet. Hertil nævner Hopson variabel ratio schedule of reinforcement, hvor belønningssystemer der indeholder tilfældighed, skaber den mest aktive form for spiller interaktivitet, og er derved med til at fastholde spilleren i spillet (Hopson, 2001).

"In general, variable ratio schedules produce the highest overall rates of activity of all the schedules that I'll discuss here. This doesn't necessarily mean they're the best, but if what you're looking for is a high and constant rate of play, you want a variable ratio contingency."
(Hopson, 2001).

Med dette taget i betragtning af Hopsons tidligere arbejdsforhold, ses der igen grundlag for relationen mellem lootboxe og dets behavioristiske handledygtighed i forhold til andre aktører i netværket, der herved kan give lootboxe gambling lignende elementer. Hopson refererer direkte til Skinners adfærdsteori, hvorunder han særligt bruger variable ratio schedules of reinforcement som et eksempel på hvorledes game design, der vedrører belønningssystemer, med fordel kan implementeres i et belønningssystem for at holde en person fast i spillet (Hopson, 2001). Per design er lootboxe bygget op på et belønningssystem, hvor køberen får en tilfældig gevinst, og er denne gevinst ikke det ønskede, må køberen selvfølgelig prøve lykken igen. Om dette leder direkte til, at lootboxe principielt indeholder et gambling lignende design,

er selvfølgelig diskuterbart, men alligevel ses der en del ligheder i blandt de indre mekanismer, hvorpå artefakternes systemer fungerer (King & Delfabbro, 2018, s. 167). Disse ligheder kan blandt andet også ses gennem visse tilfælde af det visuelle design af lootboxe, hvor designet decideret ligner en enarmet tyveknægt eller et roulette system (King & Delfabbro, 2018, s. 167). Et godt eksempel på dette, er blandt andet gennem 2K games filmuddrag der som reklame for deres kommende basketball spil kaldet '2K NBA 2020', viser hvorledes spillets lootboxe ser ud og fungerer (2K Games, 2019). Disse systemer 2K Games tilbyder gennem deres spil, er tilmed stærkt sammenlignelige med konventionelle gambling maskiner. Herfor kan lootboxe ses gennem et behavioristisk designet system, som særdeles minder om variable ratio schedules of reinforcement, hvorfor dette med øjemed kan bekræfte at lootboxen, er blevet designet til at holde personen fast i at købe flere lootboxe (King & Delfabbro, 2018, s. 168). Hertil opstår bekymringer om en ekstrem adfærd af psykologisk overinvestering i spillets såkaldte lootboxe (King & Delfabbro, 2018, s. 167), som leder analysen videre til det næste punkt.

Vi vil derfor nu, se nærmere på hvilke utilsigtede effekter, der opstår når unge under 18 år, benytter sig af lootboxe.

Utilsigtede effekter

Gambling - Unge under 18 år

Da lootboxen blev inkorporeret i CS:GO i 2013, var målet med lootboxen, at give spillerne en mulighed, for at dekorere sine våben i spillet, med muligheden for at bytte, købe og sælge disse genstande på Steams markedsplads (Valve Corporation, 2013). De mulige konsekvenser med genstandene fra lootboxe, var der da det udkom, kun få der indså, og derved var det først i år 2015, at skinbetting for alvor blev populært (E-SportsBetting.org, s.d.). For at forstå hvordan lootboxen har gambling lignende elementer, er det derfor også nødvendigt, at have en forståelse for hvad gambling er.

Gambling er, når man satser noget af værdi, i håb om at få noget af større værdi tilbage. Dog med en risiko for at miste indsatsen, eller at få noget af mindre værdi tilbage (Cambridge Dictionary, s.d.).

I gambling Act 2005, bliver gambling inddelt i tre hovedgrupper: Væddemål, kombinationsspil eller lotteri (Gambling Commission, 2005). Selvom gambling bliver delt op i tre hovedgrupper, så har Danske Spil selv besluttet, at deres egen aldersgrænsen for gambling i Danmark er delt op i to forskellige kategorier: Heldspil hvor man skal være 16 år, og videnspil hvor man skal være 18 år (Sørensen, Nielsen, Wittendorff & Center for Ungdomsforskning, 2008, s. 14). Dog er det ikke ulovligt for børn og unge at gamble, medmindre der er tale om spilleautomater, kasinoer (Sørensen et al., 2008, s. 14), eller online spil, hvor aldersgrænsen ifølge lovgivningen er 18 år (Danskespil, s.d.). Som beskrevet i behaviorisme afsnittet, så kan der trækkes mange paralleller mellem lootboxen og gambling ved brug af Skinners variable schedule of reinforcement teori.

Det er ikke muligt at sælge de genstande, der kommer fra lootboxe på Steams markedsplads, for derefter at trække pengene ud igen. Dog kan brugerne via tredjeparts sider sælge genstande for rigtige penge, i stedet for den credit, Steam tilbyder (The Digital, Culture, Media and Sport Committee, 2019, s. 32). Brugere har også mulighed, for at bruge deres genstande som valuta på tredjeparts gambling hjemmesider, ved at vædde med deres genstande som valuta. Hvis brugeren vinder væddemålet, kan brugeren trække genstande af højere værdi tilbage til deres bruger (King & Delfabbro, 2018, s. 167). Der kan argumenteres for, at lootboxes er et hasardspil, eftersom brugeren ingen indflydelse har på udfaldet af indholdet, samt at genstanden har en værdi. Værdien af genstanden bliver dog svært gennemskueligt, eftersom der er mange aktører, der har indflydelse på hvordan, prisen skal sættes.

Selvom der igennem Skinners teori kan argumenteres for, at lootboxe indeholder gambling elementer, så står det ikke klart om, hvorvidt lootboxe er indbefattet af gambling loven i Danmark. Hvis der tages udgangspunkt i at lootboxe er indbefattet af gambling loven i Danmark, ville det dermed kræve en spillelicens for udbyderen til at sælge lootboxe. Dette er et krav for at drive en spillevirksomhed i Danmark, til den form for spil, der udbydes (Skatteministeriet, 2010, §25). Dette kan dog nemt omgås, ved at mange spiludbydere driver deres forretning fra udlandet (Skatteministeriet, 2010, afsnit 4.1).

”Uden at kende det nøjagtige omfang vides det med sikkerhed, at en stor del af de danske spillere er fortrolige med at indgå væddemål og spille poker på internettet hos spiludbydere fra Malta, Gibraltar, England m.fl.” (Skatteministeriet, 2010, afsnit 4.1)

Ved at drive virksomhed fra udlandet, selvom lootboxens sprog står på dansk, kan der argumenteres for, at formålet er, at undgå den danske lovgivning og dermed have færre krav og mindre tilsyn (Skatteministeriet, 2010, afsnit 4.1). Selvom spiludbydere ikke henvender sig specifikt mod det danske marked, så har danskerne vænnet sig til et større udvalg på udenlandske spillesider, samtidigt med, at de føler sig fortrolige med disse spillesider (Skatteministeriet, 2010, afsnit 4.1). Med internettet har danskerne muligheden for, at blive udsat for hjemmesider som de danske myndigheder ingen kontrol eller tilsyn kan føre over, hvilket derfor gør det umuligt, at håndhæve den danske spillelov.

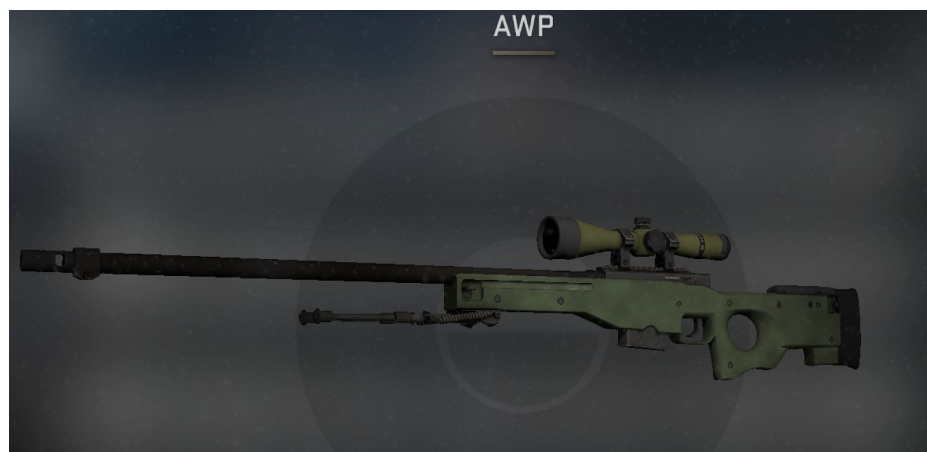
I en undersøgelse foretaget af den Britiske Gambling Commission, fandt de ud af, at 11 procent af unge mellem 11 og 16 år havde væddet med genstande fra lootboxe på tredjeparts hjemmesider (King & Delfabbro, 2018, s. 167). Denne tendens om at vædde med noget af værdi i en tidlig alder, mener Center for Ludomani er yderst problematisk, eftersom at der er en risiko for, at disse unge på længere sigt vil være udsat for en øget risiko, for at ende op med ludomani (Center for Ludomani, s.d.-a). Ved at unge bruger lootboxe, er de dermed udsat for gambling lignende elementer, hvor der kan argumenteres for at et game design, der trækker på behavioristiske teorier, kan bruges som en væsentlig drivkraft, i at unge fortsætter med at benytte sig af lootboxe. Derfor ville det nu være interessant at undersøge hvilke drivkræfter og barrierer, der driver lootboxens brug, hvorfor der med det næste, vil blive set nærmere på hvordan systemet omkring lootboxe fungerer. Samt hvordan det hænger sammen i et netværk af aktører, aktanter, og hvilke barrierer og drivende kræfter systemet indeholder.

Hvorvidt påvirker en lootbox sine relationer til aktører og aktanter i sit netværk?

Drivkræfter og Barrierer gennem det Teknologiske System

Lootboxe indgår som et element i videospils-netværket, hvor lootboxen med eksemplet i CS:GO, indeholder kosmetiske genstande. Disse genstande bruges til at udsmykke sine våben i spillet, hvilket giver en form for prestige (Center for Ludomani, s.d.-b., s. 4). At udsmykke sine våben vil sige, at ændre udseendet på disse våben, fra et helt almindelige, til et med et specielt design.

Nedenfor ses to billeder, som henholdsvis viser én genstand uden kosmetik og én med.



Hvis der skal laves en sammenligning med den virkelige verden, så vil disse genstande kunne sammenlignes med en hvid væg, som repræsenterer en standard genstand, og en væg der er blevet dekoreret af en kunstner, som repræsenterer den kosmetiske genstand. Det primære formål med begge vægge er stadig den samme, dog kan det diskuteres, at væggen der er dekoreret, har en større værdi. Altså så giver de genstande, som kan fås gennem denne lootbox ikke nogle fordele, fordi det primære formål med genstanden ikke bliver ændret på.

Lootboxen i CS:GO som element fungerer kun i sammenhæng med videospillet, fordi det både kræver, at brugeren har videospillet, for at kunne åbne lootboxen og bruge genstanden til at ændre udseendet på våbnet. Dermed hænger lootboxen sammen med videospillet i et fast netværk.

Økonomisk er lootboxen i CS:GO et vigtigt element, eftersom spillet er gratis at spille, og firmaet der ejer det, dermed ingen indtjening har på salg af spillet. Derfor er det en primær indtjeningskilde for firmaet, der forekommer gennem ydelser som for eksempel lootboxe. Et eksempel på hvor stor en indtjeningskilde lootboxe kan være for spiludbydere, er EA sports FIFA spil, hvor lootboxe stod for ca. halvdelen af det ekstra indhold, som blev solgt. Hvilket svarer til ca 650 millioner dollars i salg i 2016, selvom videospillet FIFA først skal købes (The Digital, Culture, Media and Sport Committee, 2019, s. 28).

Karakterisering af systemets funktion.

At lootboxe kan udgøre en så stor indtjeningen, er som nævnt tidligere grundet at det ikke er muligt, at trække penge ud fra Steam. Det er kun muligt at tilføje penge til ens Steam bruger, som kan bruges på tværs af Steams platform, inklusivt til at købe lootboxe. Dette betyder, at alle penge der er brugt på lootboxe i CS:GO, forbliver i systemet og Valve Corporation som ejer Steam platformen, har dermed ikke udgifter til gevinst udbetalinger. Ydermere opkræver Steam et gebyr på fem procent, for at sælge genstande på deres markedsplads, hvilket bliver opkrævet af salgsbeløbet (Steam Support, s.d.). Det essentielle i dette system er at beholde pengene inde i systemet, for at have muligheden af at tjene på at sælge lootboxe, eller andre former for services på længere sigt. Systemets funktion er dermed opbygget omkring at få

tilført økonomiske midler, ved at netværket omkring lootboxe giver genstandene en værdi.

Aktørerne omkring lootboxen som centrum i et aktør-netværk, har derfor alle en indflydelse på brugen af lootboxe. Som systemet er i dag, kan der derfor argumenteres for, at videospilsudbydere vil lide et økonomisk tab, hvis de skulle begrænse de gambling lignende elementer i lootboxe, og har derfor rent indtjeningsmæssigt ikke en interesse i at begrænse de gambling lignende elementer.

Aktør-Netværksteori - Etablering af netværket

Som et led af analysen, vil der med projektets videnskabsteoretiske orientering blive foretaget en netværks analyse, således netværket og dets relationer blandt netværkets aktanter og aktører kan blive belyst.

Som nævnt i det videnskabsteoretiske afsnit vil der nu blive redegjort for Michel Callons fremgangsmåde til konstruktionen og analyse af et aktør-netværk, der i kontekst til projektets forskningsgenstand vil have fokus på projektets problemformulering. Af denne årsag vil der gennem denne fremgangsmåde til analyse af et aktør-netværk, holdes et primært fokus på problemet, eftersom der med dette projekt ikke ønskes at foretage en løsning på problemet.

Før dette bliver gjort, skal der først redegøres for translationsbegrebet, eftersom dette er en væsentlig del af ANT (Egholm, 2014, s. 193). Translations begrebet forstås gennem, at når en translation finder sted, kommer det af at et fænomen, der forlader en sfære, hvorfra fænomenet startede, til en anden ny sfære hvoraf fænomenet optager en ny rolle (Egholm, 2014, s. 193). Hos ANT forstås dette med, at når en aktant tilføjes i et netværk, vil netværkets allerede eksisterende aktanters relationer af denne årsag ændre sig, da den nye aktant ville påvirke netværket i en vis grad, og derved få hele netværket til at ændre sig (Jensen, 2003, s. 8). Ligeledes ville der også kunne ses en translationsprocess i dette netværk, som projektet undersøger, da lootboxe for et eksempel første gang blev brugt i videospillet CS:GO, et år efter spillet udkom. Derfor har den måde spillet CS:GO som aktant ændret de forhold, hvorpå spilleren har interageret med spillet. Hvortil andre aktanter såsom tredjeparts hjemmesider har opstillet gambling services, der gav spilleren yderligere

mulighed for at interagere med spillet. På denne måde kan et netværk opbygges, som der med det næste afsnit vil blive redegjort for.

Som følge af projektets brug af ANT, til at belyse hvorledes og hvilke forhold lootboxe eksisterer under i et givent netværk, vil der nu som nævnt i det videnskabsteoretiske afsnit bruge Michel Callons fremgangsmåde til analyse og konstruktionen af netværket, som projektet undersøger. Der vil derfor med det næste blive redegjort for Michel Callons fremgangsmåde, hvorefter projektet bliver sat ind i en lignende kontekst.

Callons fremgangsmåde består af følgende elementer: Problematization, Interessement, Enrolment og Mobilisation (Egholm, 2014, s. 195).

Som følge af denne fremgangsmåde vil der med henhold til projektets undersøgelsesområde, holdes fokus på selve problematization og interessement fasen, da projektet er problemorienteret, hvorimod de sidste to faser, enrolment og mobilisation er mere løsningsorienteret. Derfor vil de sidste to faser fremgå som spekulative afsnit.

Den første del af ANT analysen kaldes **problematization**, hvor alle vigtige aktører skal identificeres ud fra en fællesnævner (Egholm, 2014, s. 195), der i vores tilfælde er problemet, om hvorledes lootboxe påvirker unge under 18 år.

Da det gik op for samfundet, at der var et problem med lootboxe, blev der herfra taget fat i forskellige aktører såsom forsknings organer, der blev ansat gennem staten til at undersøge problemet (The Digital, Culture, Media and Sport Committee, 2019, s. 2). Center for Ludomani har ligeledes påbegyndt foredrag (Bilag 2), for at forberede forældre på hvordan de skal håndtere brugen af lootboxe hos deres børn. Ifølge Center for Ludomani er unge under 18 år særligt i farezonen, for at udvikle ludomani senere i livet, efter en tidlig introduktion til gambling lignende elementer, hvilket er den primære årsag, til at Center for Ludomani blev aktør inden for denne problematik (Center for Ludomani, s.d.-a).

Herefter skal et DOI - **Device Of Interessement** findes, hvorunder de forskellige aktanter rekrutterer forskellige aktører til projektet (Egholm, 2014, s. 195). Disse

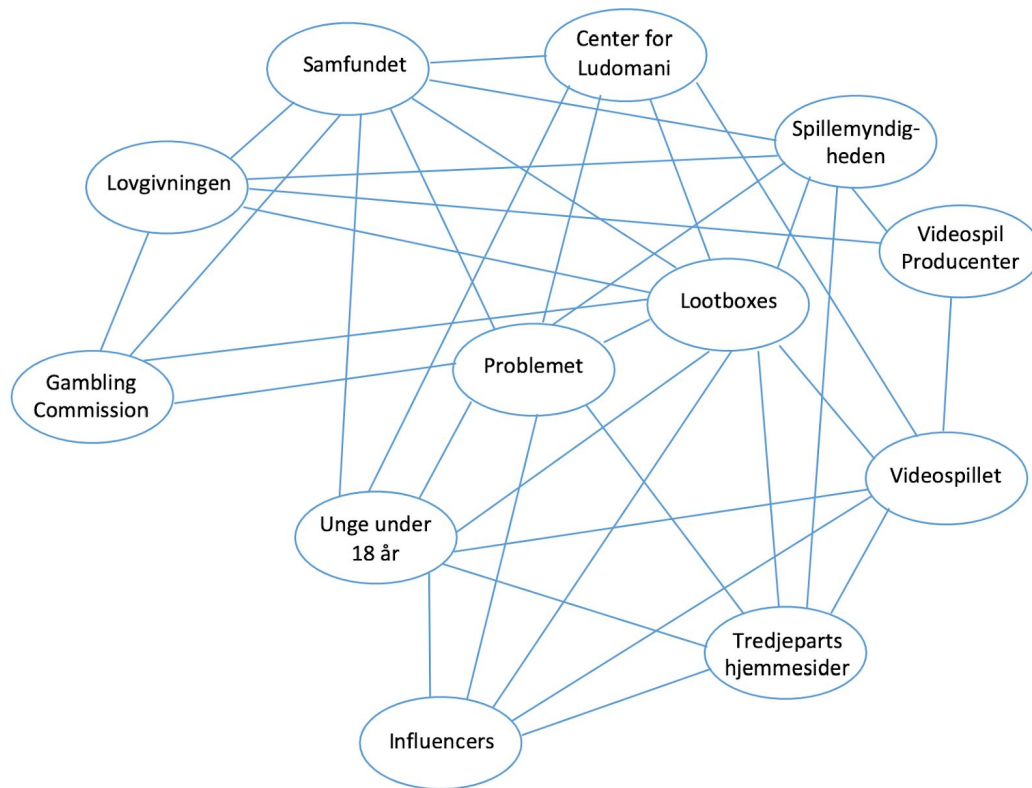
aktører bliver derfor låst fast i specifikke roller, hvorpå deres identitet bliver defineret ved deres handling (Egholm, 2014, s. 195). Denne DOI bliver herfor en "translator spokesman", der foretager en translation overfor de andre aktører i netværket (Cortzen, 2017).

Eftersom projektet har problematikken ved brugen af lootboxe i centrum, antages der derfor, at denne problematik omkring lootboxe er netværkets DOI, og herfor er problematikken en aktant, der får de andre aktører i netværket til at handle ud fra problemets omfang i relation til denne DOI.

Dernæst ville en **Enrolment** finde sted, når de forskellige roller og identiteter er blevet defineret og sat i relation til hinanden (Egholm, 2014, s. 195). Dette er herfor, der hvor netværket, er blevet konstrueret ud fra dets relative forhold i blandt netværkets aktanter og aktører. Hertil ville aktanter såsom en forskningsgenstand af undersøgelserne, om hvorvidt lootboxe har påvirkning på dens forbrugere, kunne fremstilles som en løsning på problemet og dermed viderebringes til næste fase af aktør-netværk analysen.

Til slut ses **mobilisation**, der indebærer den afsluttende forhandling, identifikation og yderligere mobilisering af talspersoner, der ønsker at simplificere interesserne af forskellige passive grupper i netværket (Egholm, 2014, s. 196). Denne forhandling involverer, at etablere fælles definitioner og holdninger på og med henhold til fænomenet, der forbinder dette netværk, hvorpå en fælles løsning på problemet ville kunne findes (Egholm, 2014, s. 196).

For at demonstrere hvordan aktører og aktanter interagerer med hinanden i netværket omkring lootboxe som gambling, er der som følgende af ovenstående blevet udarbejdet en figur, der illustrerer netværket og dets forbindelser mellem de forskellige aktanter og aktører, som herefter vil blive forklaret.



Figur 1

ANT-modellen er bygget op omkring fællesnævneren, som er netværkets Device of Interessement, hvilket i vores tilfælde er gambling problematikken i lootboxe, og hvilke konsekvenser det har på unge under 18 år. Uden denne fællesnævner ville hele netværket ikke eksistere på samme vis (Egholm, 2014, s. 195), og gør derfor det centrale problem i dette netværk essentiel for dets konstruktion og relativitet. Selvom aktører såsom videospilsproducenten ikke er direkte forbundet med gamblingen i lootboxe, så er problemet omkring dette, det bærende element i netværket. Begrundelsen for at henholdsvis lovgivning, videospillet og videospilsproducenten som aktanter, ikke har en direkte indflydelse på selve problemet er, at disse aktanter kun bliver påvirket, eller påvirker problemet gennem andre aktører og aktanter i netværket. Videospilsproducenten skaber et spil, som skal overholde gældende lovgivning og eventuelt have en spillelicens, hvilket gør, at producenten står i relation til lovgivning og Spillemyndigheden. Årsagen til Spillemyndighedens og lovgivningens relation til videospilsproducenten, kommer af, at hvis videospillet indeholder elementer af gambling, der i forhold til

Spillemyndighedens og lovgivningens standpunkt på hvad gambling er, skal videospilsproducenten have en tilladelse, for at kunne sælge spillet i Danmark (Spillemyndigheden, s.d.).

“Spillemyndigheden fører tilsyn med pengespil, altså spil hvor der er en indsats, et element af tilfældighed og en mulighed for gevinst.”

(Bilag 3)

Selvom videospillet indeholder lootboxe, så kan brugere godt undgå at gøre brug af lootboxe, hvilket er begrundelsen, for at lootboxe og videospillet ikke falder under samme aktant. Desformedit er det heller ikke alle videospil, der indeholder lootboxe, og derfor er der af samme årsag valgt at separere disse to aktanter.

Lootboxen og unge under 18 år befinder sig nærmere problemet, fordi der ikke er et problem, hvis lootboxen ikke havde karakteristik af gambling, og herfor heller ikke nogen problematik ved at unge under 18 år benyttede sig af lootboxen.

Den eneste aktant, der ikke har en forbindelse med lootboxen, er videospilsproducenten, eftersom at forbindelsen til lootboxen, forekommer gennem videospillet. Videospillet er også en vigtigt aktant i netværket, eftersom lootboxen kun fremgår af videospillet, hvorfor lootboxen er afhængig af relationen til videospillet.

En anden aktant som er afhængige af andre aktører, er tredjeparts hjemmesider, fordi disse hjemmesider både er afhængige af selve videospillet, men også af lootbox elementet, som videospillet indeholder. Derudover interagerer tredjeparts hjemmesider med influencers, for at fremme kendskabet til den service, der bliver tilbudt. Influencers bruger aktivt tredjeparts hjemmesider, videospillet og lootboxe i at fremme deres udbredelse, og genererer underholdning til deres følgere (Exum - Twitch Recap, 2017).

En del af disse følgere indebærer vores målgruppe: Unge under 18 år, som ved at se indhold fra influencers, bliver gjort opmærksom på mulighederne, for brugen af

tredjeparts hjemmesider og lootboxe, hvilket skaber netværkets Device of Interestment.

Efter vores tilstedeværelse til Center for Ludomani's foredrag spurgte vi dem, hvorfor de var begyndt at holde foredrag omkring gambling i gaming, gennem vores computerstøttet interview, hvortil de svarede:

“Fordi flere og flere henvender sig hos Center for Ludomani med gambling-relaterede problematikker der opstår ved at spille computerspil. Vi har mellem 5-10 henvendelser om ugen fra forældre og unge, der selv henvender sig.”

(Bilag 2).

Center for Ludomani bliver heraf involveret, ved at unge under 18 år og deres forældre aktivt henvendte sig til dem. Derfor valgte Center for Ludomani at opsøge aktanter såsom, eksperter inden for området, hvortil de bookede steder, hvor foredrag om gambling i gaming kunne afholdes, for at sprede budskabet om lootboxes påvirkning på unge under 18 år.

Ligeledes ses Center for Ludomani's relation til lootboxe også herigennem nedenstående citat:

“Hvis du betaler og håber på noget godt og indholdet af kassen er tilfældigt genereret, så er det i vores øjne psykologisk gambling – og den type lootboxes findes fx i CS:Go, Apex og FIFA.”

(Bilag 2).

Hertil ses relationen mellem Center for Ludomani og lootboxe, der som følge af organisationens inddragelse af eksperter, har kunnet definere lootboxe som værende psykologisk gambling, hvorfor Center for Ludomani har valgt at afholde oplæg omkring dette aspekt af lootboxe (“Børn bliver gamblere i spilverdenen”, 2019). Disse oplæg går ud på at påvirke samfundet, ved at udbrede kendskabet til de gambling lignende elementer, som de unge bliver udsat for. Når tilstrækkelig store dele af samfundet mener, at der muligvis er et problem, kan der nedsættes en kommission, som der for eksempel blev gjort i Storbritannien med deres store

Gambling Commission. Denne kommission har til formål at udarbejde en rapport på baggrund af, at undersøge problemet, årsagen til problemet, samt komme med en anbefalelse om hvad der kan gøres ved problemet. Denne Gambling Commission ville derfor antagelsesvist kunne påvirke lovgivningen, ved at fremlægge fortolkningen af problemet, samt hvilken løsning kommissionen ser som den bedste. Hertil vil denne foreslået løsning, antagelsesvist kunne udrede problematikken omkring unge under 18 år, der bruger lootboxe, hvortil hvis alle aktanter bliver enige, ville denne løsning være succesfuld (Egholm, 2014, s. 196). De anbefalinger som kommer fra kommissionen, samt hvilken holdning samfundet har til problemet, har dermed en indflydelse på, hvordan lovgivningen kan være, hvorfor relationen blandt dem skabes.

Spillemyndigheden håndhæver ud fra lovgivningen, om hvorvidt tredjeparts hjemmesider eller videospil har gambling indhold, og dermed om der kræves licens for at udbyde produktet til unge under 18 år (Spillemyndigheden, s.d.).

“Når Spillemyndigheden identificerer en hjemmeside der udbyder pengespil uden tilladelse, starter vi med at sende en henstilling (hvis vi kan finde kontaktoplysninger). Henstillingen forklarer spiludbyderen, hvad konsekvenserne er af at udbyde spil i Danmark uden tilladelse. Hvis spiludbyderen ikke retter sig efter henstillingen og lovliggør hjemmesiden, vil hjemmesiden blive blokeret.”

(Bilag 3)

Udover de relationer nævnt ovenfor, kan der på figur 1 ses, at der er mange flere forbindelser mellem netværkets aktører og aktanter. Hovedpointen er dog, at aktørerne i netværket hænger sammen under de vilkår, eller relationer den fælles interesse skaber. Netværket er således konstrueret ud fra aktør-netværksteoriens ontologiske begreb, eftersom dette netværk er konstrueret gennem observationen af netværkets og dets relationers emergens. Hertil fremfindes det epistemologiske begreb også, siden denne gennemgang belyser de forhold, hvorpå aktørerne handler i forlængelse af aktanter, der herfor fremhæver det relativistiske i netværket.

Med dette gennemgået vil der herved ses nærmere på lootboxens drivkræfter og barrierer set fra forskellige synsvinkler af aktanterne i netværket, eftersom dette vil give mulighed for at skabe forståelsen af hvilke årsager, der er den drivende kraft for blandt andet videospilsproducentens relation til lootboxen, og heraf problemet. Hvorefter hvilke barrierer der kan fremkomme, som en forlængelse af ovenstående aktanter og aktøreres handlen med henhold til problemet.

Drivkræfter og Barrierer

Inden for drivkræfteri af lootboxe, er der flere vigtige aktører, som er med til at udbrede lootboxe. Spiludbyderne og tredjeparts aktører kan have en fælles interesse i, at lootboxe øger sin popularitet, ved at det er en indtjeningskilde for begge parter. En tredjeparts aktør som har en indtjening på genstande, er bytte hjemmesiden cs.money, som har et gebyr på syv procent for at bytte genstande (CS.MONEY, s.d.). Tredjeparts aktører kan for eksempel være streamere/influencers eller hjemmesider, der udbyder en service. For udbyderen af lootboxe, så er en måde at markedsføre sine produkter på, ved at lave et samarbejde med en influencer. Influenceren bruger sin online platform, til at reklamere for produktet ud til sine følgere, på enten sociale medier eller gennem streams. For at forstå hvordan marketing igennem influencers fungerer, skal man først vide hvad en influencer er. En influencer er en person, som gennem opslag på et eller flere sociale medier deler et budskab, hvor en stor gruppe mennesker loyalt følger med på, hvad influenceren ligger op på de sociale medier af kontekst (Bailis, 2019). Influencers er derfor personer, som gennem sociale medier kan få spredt et budskab ud til andre. En af de største influencers indenfor videospils verdenen er Felix Arvid Ulf Kjellberg også kendt under sit online alias "PewDiePie", som i skrivende stund har 102 millioner følgere på Youtube ("YouTube", s.d.). Influencers som PewDiePie kan via sine mange følgere, være en attraktiv reklameplatform for annoncører, fordi hans videoer når ud til en stor fanskare på tværs af landegrænser. I en video, som blev lagt op på Youtube d. 10/9-2019 af PewDiePie, har i skrivende stund 38.9 millioner visninger. I videoen bruger han cirka to ud af ti minutter, på at fortælle om et produkt, hvor han påstår, at alle skal have dette produkt (PewDiePie, 2019). Selvom markedsføring som udgangspunkt er målrettet den voksne aldersgruppe, så kan visse reklamer

stadig påvirke børn og unge, hvilket kan resultere i, at børn og unge kan blive vildledt af reklamen (Forbrugerombudsmanden, 2014, s. 7).

Foruden de drivende kræfter for udbredelsen af lootboxe, kan lootboxen tværtimod kan lootboxe også rammes af barrierer i forhold til udbredelsen. Dette kan forekomme gennem politiske handlinger, hvilket helt eller delvis kan begrænse adgangen og dermed brugen af lootboxe. At lootboxene blev ramt af en politisk handling kan ses i Belgien, hvor alle former for lootboxe, som kan anskaffes mod betaling af rigtig valuta, er blevet forbudt (Gerken, UGC & Social News, 2018). Hvis Lovgivning af denne årsag ses som værende en barrierer for brugen af lootboxe som kilde til indtjening, kan der derfor argumenteres for, at dette er den mest effektive måde at begrænse brugen af lootboxe. Herfor som afslutning på analysen ses der derfor mange grundlag tvetydige meninger om hvorledes lootboxe relateres til gambling. Vil derfor herfra blive diskuteret lootboxens relation til gambling ved at inddrage forskellige meninger. Derudover er det endvidere interessant, at diskutere hvorvidt måden hvorpå lootboxes fungerer på, er en etisk løsning, samt hvilken værdi lootboxe har i den virkelige verden.

Diskussion

Brugen af aktør-netværksteori er højt spekulativt, da projektgruppen som forskningsenhed ikke aktivt har deltaget i debatten, om hvorpå lootboxe påvirker unge under 18 år, foruden vores deltagelse i foredraget af Center for Ludomani, og efterfølgende computerstøttet interview. Der ser dog følgende undersøgelse gennem analysen, konstruktionen og realiseringen af netværket, hvorunder dets relativistiske forhold inkluderes som en praksis, der har givet os som forskningsenhed indsigt i hvorledes lootboxen og dens vedstående problematik påvirker unge under 18 år. Projektgruppen har derfor forholdt os problemorienteret, hvortil de sidste to faser af Michel Callons fremgangsmåde til analyse af et aktør-netværk bliver højt spekulativt, da netværket kun er et uddrag af den globale udvikling inden for lootboxens relative forhold. I Belgien er lootboxen blevet fuldkommen bandlyst, og er dermed ikke en del af sortimentet i de forskellige spil i Belgien. I Danmark er der gennem staten opstillet en undersøgelse, hvor der skal findes svar på, om lootboxe skal reguleres yderligere

(Bilag 3). Der søger derfor ikke en løsning med projektets forskningsgenstand, da der ikke eksisterer mere forskning indenfor emnet, hvorfor der tværtimod ønskes at oplyse om lootboxens påvirkning på unge under 18 år. Gennem denne opstilling og efterfølgelse af aktør-netværket, der gennem deres emergens giver projektet teorier om, hvordan lootboxens indre mekanismer påvirker unge under 18 år, og hvorfor dette er et problem. Selve aktørernes og aktanternes translationer i netværkets årsag, kan forklares med, at det skyldes denne problematik, som projektet undersøger, der herfor gør problematikken mere reel. Eftersom der som nævnt i det videnskabsteoretiske afsnit, hvis aktørerne og aktanterne ikke havde en fællesnævner, var der ingen årsag til deres translation (Egholm, 2014, s. 195).

Samtidigt med sammenligning af behaviorisme og lootboxe, ses der også, at selvom lootboxen indeholder behavioristiske gambling design tendenser, er behaviorismen som designprincip ikke nødvendigvis korrekt at bruge i en menneskelig sammenhæng. Behaviorismen formår nemlig ikke at beskrive de kognitive forhold, en organismes adfærd baseres på, hvortil eksemplet om lootboxe synes flertydig. På den ene side ses små grupper eller minoritetsgrupper, der bliver svært afhængige af lootboxens indre mekanismer, hvor flertallet ikke nødvendigvis bliver afhængige, eller lider af last som følge af lootboxens indre mekanismer (The Digital, Culture, Media and Sport Committee, 2019, s. 9). Hertil mener forskere fra The Digital, Culture, Media and Sport Committee, at skønt det ikke er alle, der lider last af lootboxens indre mekanismer, så er problematikken ikke mindre reel, og burde derfor løses.

Hvorvidt lootboxe er gambling eller ej, er der forskellige meninger om. Ifølge Center for Ludomani så er betalte lootboxe psykologisk gambling (Bilag 2), hvorimod Spillemyndigheden ikke endegyldigt betegner lootboxe som gambling (Christensen, 2017). At der ikke er et endegyldigt svar på om lootboxe er gambling, er med til at skabe en forvirring. Lootboxe er juridisk set ikke gambling, men ved at lootboxe trækker på de samme behavioristiske tendenser gennem design som typiske gambling systemer, kan det ikke benægtes er der kan føres visse sammenligninger. Den afgørende faktor for at Spillemyndigheden og ligeså videospilsproducenterne ikke betragter lootboxes som gambling, er at der ikke er mulighed for at omsætte genstanden fra lootboxe til kroner og øre. Dette er selvom der med brug af

tredjeparts hjemmesider er mulighed for at få omsat genstande til kroner og ører (The Digital, Culture, Media and Sport Committee, 2019, s. 32). Begrundelsen for at denne faktor ikke vender betragtningen for Spillemyndigheden, er at det ikke er i overensstemmelse med betingelserne for brugen - Terms of Service i de forskellige spil. Et eksempel på det, er således, at selvom en bil har mulighed for at køre for stærkt, så er det ikke lovligt, fordi der er en hastighedsbegrænsning. At der stadigvæk er nogle bilister der vælger at køre hurtigere end hastighedsgrænsen, og dermed bryder loven, betyder det ikke at hverken bil producenten, eller bilen bliver straffet. I dette eksempel bliver henholdsvis lootboxen, betingelserne for brug og betegnelsen som gambling repræsenteret af bilen, hastighedsbegrænsningen og konsekvensen ved overtrædelsen.

Fordi lootboxe ikke endegyldigt bliver kategoriseret som gambling, fører det dermed til, om hvorvidt måden lootboxe fungerer på, er en etisk korrekt løsning.

Ligesom med spørgsmålet om hvorvidt lootboxes er gambling eller ej, så er der forskellige holdninger omkring måden hvorpå lootboxen er designet på, er etisk korrekt. På en side, står organisationer som mener, at lootboxe er en uetisk måde at lokke brugere til at købe tillægsydelse. Center for Ludomani går så langt som at udtale: *“Det er måden kasse en er designet på, der gør det odiøst.”* (bilag 2).

På den anden side står videospilproducenterne, der udbyder lootboxe, som derimod beskriver lootboxe som ret etiske, fordi de til at starte med, beskriver denne type mekanisme som en “Surprise Mechanic”, og dermed er det i deres øjne et stykke legetøj, som indeholder et overraskelseselement (Parliamentlive.tv, 2019; fra 15:43:20 - 15:45:05). Hvilket betyder, at det er brugeren, som står imellem disse to forskellige holdninger, der selv er nødt til at tage stilling til, om hvorvidt produktet i form af lootboxen, er etisk forsvarligt at benytte sig af.

Fordi brugeren selv skal vurdere, om servicen er etisk forsvarlig, skal brugeren dermed også forholde sig til hvilken værdi, de genstande som lootboxen indeholder, har overfor andre og sig selv. Værdien af genstandene kan udover en given salgspris, også give brugeren en værdi i form af prestige over for andre, ved at have have en sjælden genstand. Som en ung gamer udtaler:

“Hvis du vil have et dyrt skin, skal det være for at få et mentalt boost, som gør dig bedre. Selve skinnet gør dig ikke bedre”
(Center for Ludomani, s.d.-b., s. 3)

Dermed kan genstandenes værdi ikke kun gøres op i kroner og øre, men derimod også prestige. Prestigen kan for eksempelvis forekomme ved at spilleren ser en anden spiller have en sjælden genstand, hvorved spilleren selv godt kunne tænke sig den genstand.

“Hvis man ser andre med et fede skin, så vil man også gerne have det. Så spørger man “har du købt det eller gamblet” ” (Center for Ludomani, s.d-b, s. 4).

Spillere kan herved være med til at påvirke andre spillere, til at benytte sig af services, såsom lootboxes eller tredjeparts hjemmesider, for at forsøge at opnå den ønskede genstand.

Konklusion

Gennem denne rapport har vi undersøgt hvilke sammenhænge, der er mellem lootboxe og gambling. Ved at analysere en lootbox og heraf dens problematisering for hvordan den som aktant, indgår i aktør-netværket som følge af lootboxens relation til problemet, om den er gambling relateret eller ej. Vi er heraf kommet frem til, at lootboxe under mange forhold minder om traditionel gambling, og kan dermed betegnes som gambling relateret. Dette ser vi gennem måden hvorpå lootboxens indre mekanismer, systemer og utilsigtede effekter, viser samme grundprincipper og problematikker, som traditionel gambling repræsenterer. Selvom lootboxe ikke har en officiel betegnelse fra hverken myndighederne i Danmark eller spillevirksomheder, mener vi, at forskellen ikke adskiller sig nok fra gambling, til at der skal være en særskilt betegnelse for lootboxe. Set gennem sammenligneligheden af lootboxe indre mekanismer og brugen af Skinners operant conditioning herunder variable ratio i game design til belønningssystemer, er der derfor grundlag for at kalde lootboxe for gambling.

Ligeledes ses der også gennem aktør-netværkets emergens og translationer, at problemet omkring lootboxes relation til gambling, skaber yderligere translationer, som derved skaber forsøg på en løsning af problemet, hvortil forklaringen om denne translation naturligvis stammer fra lootboxens relativitet til gambling. Dette kan forklares med, at når Center for Ludomani bliver kontaktet af forældre, der er bekymret for deres barn eller børns velvære, er der jo selvfølgelig tale om en relation heriblandt. Herefter undersøger Center for Ludomanis psykologer forældrenes børns tilstand, hvorved tilfælde af psykologisk gambling ses gennem brugen af lootboxe bliver konstateret. Vi antager derfor gennem efterfølgelsen af disse aktanter og aktøreres motivationer og handlinger, at lootboxens relation til gambling findes i et ukendt omfang, eftersom det er højt subjektivt, hvor attraktivt disse lootboxe findes af individet.

Sidestående med dette bliver realiteten af lootboxens mulighed for indhold af gambling elementer ikke mindre aktuelt gennem Spillemyndighedens reguleringer og blokeringer af tredjeparts hjemmesider. Eftersom privatpersoner eller unge stadig har adgang til diverse tredjeparts hjemmesider, hvor lootboxens tilfældige gevinst, kan omsættes til kroner og ører qua, økonomisk gevinst, der for et eksempel kan tilgås gennem brugen af et virtuelt privat netværk (VPN). På grund af dette kan lootboxe netop være det samme som gambling, skønt det ikke er en direkte måde at få gevinsten omsat til kroner og ører som følge af Spillemyndighedens reguleringer og spillenes Terms of Service. Dette er som sagt, fordi gevinstens værdi, kræver brugen af tredjeparts aktører for at få disse gevinster udbetalt til kroner og ører, og kan derfor også være bindeledet mellem elementet af gambling og lootboxe.

Som opsummering af konklusionen ser vi mange årsager til at lootboxe er det samme som gambling, og at der findes enkelte eksempler på, at unge bliver påvirket af lootboxe, men som The Digital, Culture, Media and Sport Committee siger, at selvom problemet kun opstår blandt minoriteter, er det stadig et problem.

Perspektivering

Projektet om lootboxe kan gå i mange forskellige retninger, eftersom der er mange aktører indblandet i dets brug, regulering og produktion. Hvis alle parter skal tilfredsstilles, burde et muligt redesign af lootboxens indre mekanismer undersøges. der ses herfor årsag til et redesign, som følge af den direkte blokering eller fjernelse af lootboxen, ville fjerne en stor indtægtskilde for diverse videospilsproducenter, men samtidigt er der også problematikker ved brugen af lootboxen som indtægtskilde. Er det derfor tilfældet, at der skal findes en løsning på denne problematik, projektet opstiller, ville en god tilgang til løsningen være et design orienteret studie. Dette kan med fordel gøres gennem en socialkonstruktivistisk tilgang, hvor fokus grupper af forbrugere og producenter inddrages i observationsstudier. Hertil ville et design gennem forskellige iterationer af microtransactions, kunne blive skabt af den sociale konstruktion, så et redesign gennem de forskellige faser af blandt andet SDSM ville kunne fremstå som en løsning på problemet.

Litteraturliste

Bøger

- Brinkmann, S. & Tanggaard, L. (2015). *Kvalitative metoder: en grundbog* (2. udg.). København, Danmark: Hans Reitzel Forlag.
- Egholm, L. (2014). *Philosophy of Science: Perspectives on Organisations and Society* (2. udg.). København, Danmark: Hans Reitzel.
- Fuglsang, L., Olsen, P. B., & Rasborg, K. (2013). *Videnskabsteori i samfundsvidenskaberne: på tværs af fagkulturer og paradigmer* (3. udg.). Frederiksberg C, Denmark: Samfundslitteratur.
- Kvale, S. & Brinkmann, S. (2015). *Interview: det kvalitative forskningsinterview som håndværk* (3. udg.). København, Danmark: Hans Reitzels Forlag.
- Sismondo, S. (2010). *An Introduction to Science and Technology Studies* (2. udg.). Massachusetts, U.S.A: Wiley-Blackwell. s. 80 - 90.
- Skinner, B. F., & Ferster, C. B. (2015). *Schedules of Reinforcement*. Cambridge, Massachusetts, U.S.A: B. F. Skinner Foundation.

Videnskabelige artikler

- Jensen, T .E. (2003). *Aktør-Netværksteori - en sociologi om kendsgerninger, karakter og kammuslinger*. Papers in Organization No. 48: 4-28.
- 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 Addiction*, 17(1), 166–179.
<https://doi.org/10.1007/s11469-018-0009-3>
- Moore, J. (2011). *Behaviorism*. The Psychological Record, 61(3), 449–464.
- The Digital, Culture, Media and Sport Committee. (2019). *immersive and addictive technologies*. Lokaliseret 11 December, 2019, fra <https://publications.parliament.uk/pa/cm201719/cmselect/cmcmums/1846/1846.pdf>
- Xiao, L. (2018). *Online Gambling in Video Games: A Case Study on the Regulation of Loot Boxes*. 10.13140/RG.2.2.17751.11689/1.

Internetsider

- Aarhus Universitet. (s.d.). *Metodeguiden: Kvantitativ metode*. Lokaliseret 12 November, 2019, fra <https://metodeguiden.au.dk/kvantitativ-metode/>
- Bailis, R. (2019, 10 Juli). *The State of Influencer Marketing: 10 Influencer Marketing Statistics to inform Where You Invest*. Lokaliseret 10 November, 2019, fra <https://www.bigcommerce.com/blog/influencer-marketing-statistics/>
- B.F. Skinner - *Operant Conditioning and Free Will* [Video fil]. (2009, 18 Juni). Lokaliseret 11 November, 2019, fra <https://www.youtube.com/watch?v=yhvaSEJtOV8>
- Børn bliver gamblere i spilverdenen [Facebook begivenhed]. (2019, 13 November). Lokaliseret 13 November, 2019, fra <https://www.facebook.com/events/782917005478879/>
- Cambridge Dictionary. (s.d.). *GAMBLING*. Lokaliseret 12 November, 2019, fra <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/gambling>
- Center for Ludomani. (s.d.-a). *TAL TIL OPGAVEN: Tal på spilleafhængighed og forbrug af pengespil i Danmark*. Lokaliseret 13 December, 2019, fra <https://ludomani.dk/elev/tal-til-opgaven>
- Center for Ludomani. (s.d.-b). *Gaming not Gambling*. Lokaliseret 15 December, 2019, fra https://www.gamingnotgambling.dk/images/grundfortaelling_publication.pdf
- Cherry, K. (2019, 5 September). *How Classical Conditioning Works: An Overview With Examples* [Billede]. Lokaliseret 12 November, 2019, fra <https://www.verywellmind.com/classical-conditioning-2794859>
- Christensen, D. (2017, 30 November). *Spillemyndigheden: Køb af loot boxes er ikke gambling*. Lokaliseret 15 December, 2019, fra <https://www.betxpert.com/artikel/spillemyndigheden-koeb-af-loot-boxes-er-ikke-gambling>
- Cortzen, M. (2017, 6 Marts). *Aktørnetværksteori (ANT) + Eksempel med VR-køreskoleundervisning* [Video fil]. Lokaliseret 14 December, 2019, fra <https://oprindelse.dk/aktoernetvaerksteori-ant/>

CS.MONEY. (s.d.). CS.MONEY. Lokaliseret 13 December, 2019, fra

<https://cs.money>

Danskespil. (s.d.). *Danske Spil Etik og Kodeks*. Lokaliseret 12 November, 2019, fra

<https://danskespil.dk/Danske-Spil-Etik-og-Kodeks.html>

Exum - Twitch Recap. (2017, April 24). Shroud opening cases on skinhub.com

[Video file]. Retrieved December 17, 2019, from

<https://www.youtube.com/watch?v=BKA57jHZRk4>

E-SportsBetting.org (s.d.). *Skins Betting*. Lokaliseret 12 December, 2019, fra

<https://www.e-sportsbetting.org/skins-betting/>

Fandom. (s.d.). *StatTrak™*. Lokaliseret 13 December, 2019, fra

https://counterstrike.fandom.com/wiki/StatTrak%E2%84%A2?fbclid=IwAR1z7Z2ix0nRMvRj9mUGw7FPP-rwMvGDXhH4sgZ_MTJczoThYpTTMOn7qvU

Forbrugerombudsmanden. (2014). *Børn, unge og markedsføring vejledning*.

Lokaliseret 10 November, 2019, fra

https://www.forbrugerombudsmanden.dk/media/46498/2016-boern-unge-og-markedsfoering.pdf?fbclid=IwAR0ypsCuFNyDKnZt9krLrUY9RV4OY6PadniBS1GWM2XJMx3bS88s7_10mKY

Gambling Commission. (2005). *What is gambling?* Lokaliseret 12 November, 2019, fra

<https://www.gamblingcommission.gov.uk/for-the-public/What-is-gambling.aspx>

GameCentral-Metro. (2017, 4 Januar). How much are your online game accounts worth? - Reader's Feature. Lokaliseret 14 November, 2019, fra

<https://metro.co.uk/2017/01/04/how-much-are-your-online-game-accounts-worth-readers-feature-6352970/>

Gerken, T., UGC, & Social News. (2018, 26 April). *Video game loot boxes declared illegal under Belgium gambling laws*. Lokaliseret 12 December, 2019, fra

<https://www.bbc.com/news/technology-43906306>

Hopson, J. (2001, 27 April). *Behavioral Game Design*. Lokaliseret 13 December, 2019, fra

https://www.gamasutra.com/view/feature/131494/behavioral_game_design.php

Jørgensen, N. (29, 10, 2018). Teknologiens indre mekanismer og processer.

Eksemplificeret ved

digital signatur. [PDF] Lokaliseret d. 17. December, 2019, fra

<https://moodle.ruc.dk/mod/resource/view.php?id=200066>

[Linkedin Profil] [Linkedin]. (s.d.). Lokaliseret 13 December, 2019, fra

<https://www.linkedin.com/in/johnhopson>

Parliamentlive.tv [Video fil]. (2019, 19 Juni). Lokaliseret 15 December, 2019, fra

https://parliamentlive.tv/Event/Index/0bf5f000-036e-4cee-be8e-c43c4a0879d4?fbclid=IwAR0KfpASPej5oOoLAnrRz8TGLWB_4sp3J75yNQh6ZcSY7LPUYctTPGD9N5c

PewDiePie. (2019, 10 September). *Unboxing 100 MIL YouTube AWARD!!* [Video fil].

Lokaliseret 11 November, 2019, fra

<https://www.youtube.com/watch?v=DYlesHOaPKY>

Reseigh-Lincoln, D. (2017, 9 November). *Loot boxes are the controversial, but unavoidable, evolution of gaming.* Lokaliseret 13 November, 2019, fra

<https://www.techradar.com/news/loot-boxes-are-the-controversial-but-unavoidable-evolution-of-gaming>

Riot, E. (2014, 19 Maj). Don't Buy Accounts! [Forum indlæg]. Lokaliseret 14 November, 2019, fra

<https://support.riotgames.com/hc/en-us/articles/202290340-Don-t-Buy-Accounts->

Scott-Jones, R. (2017, 11 September). *Here are CS:GO's loot box odds.* Lokaliseret 12 December, 2019, fra

<https://www.pcgamesn.com/counter-strike-global-offensive/csgo-case-odds>

Skatteministeriet. (2010, 9 April). *Forslag til Lov om spil.*

Lokaliseret 12 November, 2019, fra

<https://www.retsinformation.dk/eli/ft/200912L00202>

Spillemyndigheden. (s.d.). Skinbetting og lootboxes - Gaming eller gambling?.

Lokaliseret 15 December, 2019, fra

<https://www.spillemyndigheden.dk/skinbetting-og-lootboxes-gaming-eller-gambling>

Spillemyndigheden. (2017, 29 November). *Udtalelse om loot boxes/loot crates.*

- Lokaliseret 12 November, 2019, fra
<https://www.spillemyndigheden.dk/nyheder/udtalelse-om-loot-boxesloot-crates>
- Steam Support. (s.d.). *Ofte stillede spørgsmål om fællesskabsmarkedet*. Lokaliseret 12 December, 2019, fra
https://support.steampowered.com/kb_article.php?ref=6088-UDXM-7214
- Sørensen, N. U., Nielsen, J. C., Wittendorff, N., & Center for Ungdomsforskning. (2008). *Unge og gambling*. Lokaliseret fra
https://www.cefu.dk/media/150912/unge%20og%20gambling_cefu_07112008.pdf
- The Skinner Box - How Games Condition People to Play More - Extra Credits. (2012, 13 Marts). *The Skinner Box - How Games Condition People to Play More - Extra Credits* [Video fil]. Lokaliseret 13 November, 2019, fra
https://www.youtube.com/watch?v=tWtvrPTbQ_c
- Valve Corporation. (s.d.-a). *Steam Community Market :: Listings for PP-Bizon | Urban Dashed (Field-Tested)*. Lokaliseret 12 December, 2019, fra
<https://steamcommunity.com/market/listings/730/PP-Bizon%20%7C%20Urban%20Dashed%20%28Field-Tested%29>
- Valve Corporation. (s.d.-b). *Steam Community Market :: Listings for ★ StatTrak™ Butterfly Knife | Marble Fade (Factory New)*. Lokaliseret 12 December, 2019, fra
<https://steamcommunity.com/market/listings/730/%E2%98%85%20StatTrak%E2%84%A2%20Butterfly%20Knife%20%7C%20Marble%20Fade%20%28Factory%20New%29>
- Valve Corporation. (s.d.-c). *Steam Community Market :: Listings for Spectrum Case*. Lokaliseret 7 December, 2019, fra
<https://steamcommunity.com/market/listings/730/Spectrum%20Case>
- Valve Corporation (2013, 14 August). *8/13 - The Arms Deal Update*. Lokaliseret 12 December, 2019, fra <https://blog.counter-strike.net/index.php/2013/08/7425/>
- YouTube. (s.d.). *PewDiePie*. Lokaliseret 11 November, 2019, fra
<https://www.youtube.com/user/PewDiePie>
- 2K Games. (2019, 26 August). *YouTube* [Video fil]. Lokaliseret 14 December, 2019,

fra <https://www.youtube.com/watch?v=46MQ1ZMZ-I4>