

Identitetsbygging og jenter som gamer



Kamilla Knutsen Steinnes

'Free to play – pay to win': Young people's identity and consumption in online games

Disputas 30.01.2026

Forbrukerforsknings-instituttet SIFO, OsloMet

Foto: OsloMet

Kamilla Knutsen Steinnes forsket på hvordan ungdommer utvikler identitet i kjøpsorienterte videospill. Første artikkel brukte «involvert» (*immersive*) netnografi, der forskeren selv spiller, for å observere hvordan spilldesign og valgarkitektur fremmer pengebruk. Steinnes observerte at flere populære spill gjør transaksjoner tilgjengelig direkte fra spillermenyen og oppfordrer til bruk av ekte penger på eksklusive virtuelle gjenstander gjennom tilbud og nedtellinger. Reklamen i spillene er ofte skjult, og spillerne får lettere tilgang til virtuelle gjenstander ved å bruke ekte penger enn ved å spille spillet.

Andre og tredje artikkel brukte «deltakende medspilling» (play-along), en nyutviklet intervjumetode der forskeren både intervjuer og spiller med deltakerne. 41 gamere mellom 12 og 24 år deltok og spilte alt fra fotballspillet FIFA og action-eventyrspillet Subnautica til mer sosiale spill som Roblox og League of Legends. Andre artikkel tok for seg «skins», altså kosmetiske endringer i ens egen karakter eller gjenstander det er mulig å kjøpe. Sjeldne og eksklusive «skins» ble brukt for å markere gruppetilhørighet og sosial rang. Slik ble pengebruk koblet direkte til identitetsutvikling.

Tredje artikkel tok for seg kjønnsidentitet. Jentene i utvalget uttrykte at de ofte unngikk å bruke mikrofoner i frykt for å bli trakassert, og ifølge Steinnes bidrar markedsføringen av spillene til å opprettholde kjønnsstereotyper, der noen spill markedsføres som «rosaspill» (pink games) og kvinnelige karakterer får flere kosmetiske valg i de virtuelle butikkene.

For klinikere kan deltakende medspilling inspirere til nye måter å samhandle med barn og unge på, der Steinnes mener metoden kan hjelpe intervjuobjektene med å slappe mer av.