

Roblox under radaren?



Forord

Gjennom dataspill lever mange barn og unge seg inn i en annen verden. Spill kan være både engasjerende, utviklende, sosiale og kreative, og gir gjerne en opplevelse av mestring, fellesskap og spenning. Men når spillene er utformet ikke bare for å gi gode opplevelser, men også for at kommersielle aktører skal tjene på at barn bruker mest mulig tid og penger på tjenesten deres, oppstår det en uakseptabel risiko. Slike manipulerende og avhengighetsskapende designelementer kan være daglige belønninger, tidsbegrensede tilbud, sømløse kjøp, tap av fremdrift ved avbrudd i spillet og mekanismer som gjør det lett å hoppe videre til nye spill uten tydelige stoppunkter.

Så langt har diskusjonen om beskyttelse av barn på nett handlet særlig om risiko i sosiale medier. I denne rapporten dokumenterer Medietilsynet at manipulerende og avhengighetsskapende design ikke bare finnes på disse tjenestene, men også i nettbaserte spill og på spillplattformer som brukes av barn. Spørsmålet om hvordan barn og unge skal trygges på nett, kan derfor ikke avgrenses til å handle om tradisjonelle sosiale medier. Også spilltjenester og andre digitale tjenester må omfattes. Dessuten må foreldre gjøres oppmerksom på risikoene som barn kan møte på plattformer som tilsynelatende fremstår som barnevennlige.

Denne rapporten bygger på analyser av fire mye brukte spill på plattformen Roblox, intervjuer med 12 familier der barna bruker denne plattformen, og kvantitative tall om barn og unges spilling fra Medietilsynets undersøkelse Barn og medier 2026. Intervjuene er gjennomført av Respons analyse. Grunnen til at vi har valgt å se nærmere på Roblox, er at denne spillplattformen står i en særstilling når det gjelder utbredelse og bruk blant norske barn. Roblox er den mest brukte digitale tjenesten blant 9–12-åringene, ifølge Barn og medier 2026¹. Åtte av ti i denne aldersgruppen bruker Roblox, og dermed er spillplattformen mer brukt enn både YouTube, Snapchat og TikTok. Roblox er altså en sentral arena for barn i en alder der mange ennå ikke bruker tradisjonelle sosiale medier i særlig grad, men der de gjennom dataspill likevel deltar aktivt i digitale fellesskap.

Roblox er mer enn en ren spillplattform. Dette er en sosial og kommersiell plattform med et svært stort omfang av brukerskapt innhold, egne sosiale funksjoner, og en virtuell valuta som kan kjøpes for ekte penger. Datainnhenting som er gjort i forbindelse med denne rapporten, viser at plattformens design gjør det lett å bevege seg mellom spill, sosiale funksjoner og kjøpsmuligheter. Særlig er det risiko knyttet til avhengighetsskapende funksjoner, kontakt med fremmede, massivt kjøpepress og gambling-lignende mekanismer. At slike risikoer finnes på den digitale tjenesten som er mest brukt blant barn, utfordrer deres grunnleggende rett til beskyttelse og en trygg digital oppvekst.

Samtidig viser undersøkelsene som ligger til grunn for rapporten at foreldre har begrensede muligheter både til å få oversikt over og til å begrense barnas spilling. Selv om verktøy for foreldrekontroll brukes, kan barna omgå begrensningene.

Medietilsynet er koordinerende etat på direktoratsnivå for arbeidet med trygg digital oppvekst i Norge. Dette innebærer blant annet å lede et tverretatlig samarbeid for å utarbeide felles

¹ <https://www.medietilsynet.no/fakta/rapporter/barn-og-medier/2026/barn-og-medier-26/>

statlige anbefalinger om trygg nettbruk rettet mot til foreldre og yrkesgrupper som arbeider med barn. Regjeringens Handlingsplan mot spilleproblemer 2026-2029² fastslår at Medietilsynet skal drive forebyggende informasjonsarbeid om dataspill rettet mot barn og unge. Dette skal skje særlig gjennom å gi trygg og oppdatert informasjon til foreldre, pårørende og voksne som jobber med barn, blant annet om spillevaner, spilleproblemer og gråsonene mellom data- og pengespill. En viktig del av arbeidet er å utvikle og oppdatere kunnskapsgrunnlag på feltet. Dette er viktig både for å kunne gi faktabaserte råd til foreldre og andre voksne rundt barn, og for å ha et best mulig grunnlag når det skal utvikles regelverk og andre tiltak som skal styrke barns rettigheter, beskyttelse og muligheter i det digitale medielandskapet.

Denne rapporten gir ny kunnskap om hvordan barn møter manipulerende og avhengighetsskapende design når de spiller dataspill, og om hvordan dette kan påvirke spillopplevelsen deres. Medietilsynet vil bruke denne kunnskapen i det pågående arbeidet med anbefalinger for trygg skjermbruk og i våre innspill til videre politikk- og regelverksutvikling. Vi håper rapporten vil være nyttig også for andre aktører i arbeidet med å styrke barns rettigheter og trygghet i digitale rom.

Fredrikstad, 22. oktober 2026

Mari Velsand
Direktør i Medietilsynet

² <https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/handlingsplan-mot-speleproblem-2026-2029/id3154458/>



Innhold

1	Hovedfunn	6
2	Hva er manipulerende og avhengighetsskapende design?	9
3	Hva er Roblox?	14
	3.1.1 Spillplattformen er online	14
	3.1.2 Millioner av spill	14
	3.1.3 Det er enkelt å oppdage nye spill	15
	3.1.4 Robux – plattformens spillvaluta	16
	3.1.5 Hver spiller har sin egen avatar	18
	3.1.6 Synlige profiler	19
	3.1.7 Alderskontroll	20
	3.1.8 Kommunikasjon med andre spillere	20
	3.1.9 Innholdsgraderinger	21
4	Barnas spillopplevelser på Roblox	23
	4.1 Barna møter og henger med venner på Roblox	23
	4.1.1 Kommunikasjon er en viktig del av spillingen	23
	4.1.2 Noen barn får også venner de ikke kjente fra før	24
	4.2 Det kan være vanskelig å forlate spillene	24
	4.2.1 Barna hopper fra spill til spill i løpet av en økt	25
	4.2.2 Spilleventer	25
	4.3 Roblox trigger mange ønsker om kjøp	27
	4.3.1 «Baddie Pass» i <i>Dress to Impress</i>	27
	4.3.2 Skins til avataren er det mest populære kjøpet	28
	4.3.3 Det er populært å kjøpe ting som gir en fordel i spillet	29
	4.3.4 Angrekjøp og feilkjøp	30
	4.3.5 Robux som forhandlingsmiddel i familien	31
	4.4 YouTube og FlippKlipp er viktige inspirasjonskilder for spillingen	31
5	Fire casestudier	34
	5.1 <i>Clip It</i> – «TikTok-spillet» på Roblox	34
	5.1.1 Poenget med spillet	34
	5.1.2 Daglige belønninger	34
	5.1.3 Sosial sammenligning	35
	5.1.4 En skrollefeed	35



5.2	<i>99 Nights in the Forest: når spilldesignet skaper stress og press</i>	37
5.2.1	Poenget med spillet	37
5.2.2	Hastverk og mye som står på spill	37
5.2.3	Et uimotståelig kjøpstilbud: å kjøpe seg tilbake fra de døde	39
5.2.4	Overraskelsespakke	39
5.3	<i>Adopt me: et byttehandelspill</i>	40
5.3.1	Poenget med spillet	40
5.3.2	Stor vekt på penger og byttehandel	40
5.3.3	Mange salgstilbud som kan skape kjøpepress	41
5.3.4	Belønning for å bli, bruke tid og returnere	41
5.3.5	Overraskelsespakker	41
5.4	<i>Brookhaven RP: et sted å henge med vennene sine</i>	42
5.4.1	Poenget med spillet	42
5.4.2	En sosial møteplass	42
5.4.3	Premium-abonnement	43
5.4.4	Veier rundt stengt chat	43
6	Foreldreregulering	47
6.1	Roblox havner i foreldrenes blindsoner	47
6.1.1	Foreldre spiller ikke Roblox-spill sammen med barna	47
6.1.2	Foreldre opplever Roblox som uoversiktlig og lite meningsfull	47
6.1.3	Roblox versus sosiale medier	48
6.2	Foreldrenes reguleringspraksiser	48
6.2.1	Tidsbruk	48
6.2.2	Kontakt med fremmede	49
6.2.3	Kjøp i spill	49
6.3	Foreldrekontroll kan være uoversiktlig og mer eller mindre effektivt	50
6.4	Barnas metoder for å omgå ulike begrensninger	51
6.4.1	Barna omgår Roblox' alderskontroll og oppretter alternative spillkontoer	51
6.4.2	Barna finner strategier for å bruke mer penger	52
6.4.3	Barna finner strategier for å forlenge spilltiden	52
7	Oppsummering	54
8	Om rapporten	59



Hovedfunn

1 Hovedfunn

1. **Roblox er den mest brukte digitale tjenesten blant norske 9–12-åringer.** Åtte av ti 9–12-åringer bruker Roblox. Det gjør Roblox til den mest brukte digitale tjenesten, over både YouTube, Snapchat og TikTok. Roblox er en sentral digital arena for barn før de blir storbrukere av sosiale medier fra 13-årsalderen.
2. **Roblox er en online spillplattform med et svært stort antall brukerskapte spill, og både plattformen og spillene har et design som gjør det enkelt å oppdage og starte nye spill.** Roblox gjør det enkelt å oppdage nye spill gjennom anbefalinger på startsidene. Spillene er enkle å starte og gir rask progresjon og mange belønninger. Barna hopper fra spill til spill i Roblox. De følger venner, anbefalinger og videoer på YouTube eller FlippKlipp, noe som gjør at de stadig oppdager nye spill.
3. **Roblox er en sosial arena der barn henger med venner, men også kommer i kontakt med personer de ikke kjenner fra før.** Barn bruker Roblox for å være sammen med venner, og det er lett å se hvem som er pålogget, og bli med dem inn i spill. Samtidig kan de komme i kontakt med fremmede, siden spillere deltar i felles spillopplevelser med andre brukere og kan kommunisere med dem gjennom ulike funksjoner.
4. **Roblox trigger mange ønsker om kjøp.** Roblox tjener penger på kjøp barna gjør i spillene. Plattformen har sin egen virtuelle valuta, Robux, som må kjøpes og brukes til kjøp i spillene. Skins og tilbehør til avataren er det mest populære å kjøpe på Roblox. Det er også populært å kjøpe ting som gir en fordel i spill, som game passes og utstyr. Roblox legger til rette for at kjøpsønsker kan oppstå i korte, situasjonsbestemte øyeblikk gjennom tidsavgrensede tilbud, pass, rabatter og belønninger som må «høstes» før tiden går ut.
5. **Clip It fungerer som et eget sosialt medium inne på Roblox.** Clip It er et spill i Roblox som ligner på TikTok. Her kan spillerne skrolle gjennom en uendelig feed med videoer som er laget og delt av andre spillere. Dette viser at selv om barn ikke har tilgang på sosiale medier, kan de likevel møte mange av de samme funksjonene inne i Roblox – som profiler, publisering, kommentarer og anbefalingsalgoritmer.
6. **99 Nights in the Forest er et spill som skaper sterkt tidspress og kjøpepress.** 99 Nights in the Forest er et tydelig eksempel på hvordan spilldesign kan gjøre det vanskelig å avslutte spillingen. Spillet skaper stress ved at spilleren taper all progresjon dersom hen dør. Hvis man dør i spillet, kan man betale for å gjenopplive seg selv. Dette er en plassering av et kjøpstilbud i et øyeblikk der kjøpepresset er stort, og kan fremme impuls kjøp som barn senere angreir på.
7. **Flere Roblox-spill inneholder lootbokser.** 99 Nights in the Forest har en lootboks-funksjon gjennom figuren «Sketchy salesman». I Adopt Me er julenissen på markedsplassen en lootboks. Ifølge PEGI-merkingen ville dette gitt spillet en aldersgrense på 16 år.
8. **Barn bruker «alt accounts».** Noen av barna i intervjustudien bruker «alt accounts», alternative spillkontoer med høyere oppgitt alder, for å få tilgang til flere funksjoner som for eksempel talechat. Dette er konkrete eksempler på at barna klarer å manipulere aldersverifisering gjennom ansiktsskanning, for eksempel ved å bruke en eldre slektning eller sminke seg for å fremstå eldre enn de er.
9. **Det er vanskelig for foreldre å regulere barnas Roblox-bruk.** Roblox-plattformen oppleves som svært uoversiktlig, og dermed havner den lett i foreldrenes blindsoner.



Barna i intervjustudien beveger seg dessuten mellom ulike Roblox-spill, andre tjenester som WhatsApp og YouTube, og mellom ulike enheter. Dette kan gjøre det vanskelig for foreldrene å sette opp foreldrekontrollfunksjoner som dekker alle sider av barnas spilling. I tillegg er det mange funksjoner i Roblox-spill som ikke kan styres gjennom foreldrekontrollen.



Hva er manipulerende og afhængighetsskapende design?





2 Hva er manipulerende og avhengighetsskapende design?

De digitale tjenestene har stor innflytelse over hvordan vi bruker dem. Måten en app, et spill eller en plattform er utformet på, er sjelden tilfeldig eller nøytral. For kommersielle plattformer er designvalg gjerne tett knyttet til en forretningsmodell som har som mål å øke inntektene til selskapet ved å påvirke brukeren til bestemte handlinger.

Manipulerende og avhengighetsskapende design er løsninger som er laget for å styre brukers valg og holde på oppmerksomheten deres på måter som først og fremst gagnar selskapet. Det kan være funksjoner som gjør det vanskelig å avslutte, oppmuntrer til impulsive kjøp, spiller på knapphet eller frykt for å gå glipp av noe, eller bruker varsler og belønninger for å få brukeren til å fortsette lenger enn de ellers ville gjort.

For barn kan dette være særlig utfordrende. Barn er fortsatt i ferd med å utvikle evnen til å regulere tid, penger og impulser. Derfor kan manipulerende og avhengighetsskapende design påvirke barns evne til å styre sin egen bruk på en selvstendig måte.

Manipulerende og avhengighetsskapende design er spesielt vanlig i free-2play-spill. Free-2play-spill betegner spill som er gratis å laste ned og spille, men der spillselskapene tjener penger på spillernes kjøp inne i spillet. Denne økonomiske modellen har blitt mer populær i spillindustrien de siste årene, og mange av de mest populære spillene blant barn og unge er free-2play-spill, for eksempel Toca Boca, Clash Royale og Fortnite.

Roblox er en free-2play-spilltjeneste. Roblox tjener altså ikke penger på å selge spillet én gang, men fra kjøp som skjer inne i spillene på plattformen.

På Roblox lager mange ulike spillskapere sine egne spill. Når spillere bruker penger i disse spillene, får både spillskaperen og Roblox en andel av inntektene. Derfor oppmuntrer Roblox spillskapere til å bygge inn ulike måter spillerne kan bruke penger på.³

Spillskapere blir for eksempel oppmuntret til å selge klær og utstyr til spillernes avatarer og andre spesielle gjenstander i spillet. De kan tilby fordeler i spillet som kan kjøpes flere ganger. De kan også tilby game passes, som gir fordeler i et spill og tilgang på spesielle gjenstander, og abonneringer som gir ekstra innhold over tid. I tillegg kan de tjene penger på reklame i spillene, for eksempel ved å plassere reklameskilt eller annet markedsføringsinnhold inne i spillverdenen.

Roblox har også et prisjusteringssystem som hjelper spillskapere med å tilpasse prisene. Plattformen kan analysere hvordan spillerne oppfører seg, og bruke denne informasjonen til å justere priser. Prisene kan også tilpasses ulike land og regioner, slik at det samme innholdet kan koste forskjellig avhengig av hvor spilleren befinner seg.

³ <https://create.roblox.com/docs/get-started/monetization>



En viktig del av denne modellen er at jo mer tid spillerne bruker i et spill, desto flere muligheter får de til å bruke penger. Derfor belønner Roblox spillskapere dersom spillere har brukt over ti dollar og tilbringer mer enn ti minutter i et av spillene deres.

2.1 Eksempler på manipulerende og avhengighetsskapende designelementer på Roblox

Nedenfor følger en oversikt over designelementer på Roblox som kan bidra til å holde barn lengre på tjenesten, få dem til å komme tilbake og stimulere til økt pengebruk. Oversikten er ikke uttømmende. Hvert element kan fremstå som lite i seg selv, men når mange slike virkemidler virker sammen og brukes bevisst, kan de samlet øke risikoen for avhengighet og at barn tar valg de ellers ikke ville tatt.

Type	Beskrivelse	Eksempler	Kan se ut som
sosialt bevis	Design som spiller på behovet for sosial bekreftelse og sosial sammenligning. Kan skape press til å delta, prestere eller være tilgjengelig for å oppnå sosial tilhørighet eller anerkjennelse.	popularitetsindikatorer	Når antall følgere og venner, spillets rating og antall aktive spillere synliggjøres.
		aktivitetsstatus	Et grønt ikon vises på avatarbildene til de av vennene dine som er pålogget.
frykt for å tape eller gå glipp av noe	Design som spiller på følelsen FOMO (frykten for å gå glipp av noe), eller som skaper en følelse av at en beslutning må tas så fort som mulig for ikke å miste muligheter. Dette kan bidra til hyppig innlogging eller lengre spilløkter for å unngå å gå glipp av fellesskap, innhold eller belønninger.	flyktig innhold	tidsbegrensede kjøpstilbud eventer
		tap av fremdrift dersom man avslutter spillingen	<i>99 Nights in the Forest</i>



dopaminkick	design som systematisk og hyppig benytter mekanismer som trigger dopaminet i hjernen for å få brukeren til å fortsette spillingen eller vende tilbake, gjennom uforutsigbare belønninger, spenning og forventning	varslinger	varsler om eventaktiviteter
		belønninger	Du får streaks for hver dag du logger inn i et spill.
		progresjonssporing	rekordscore i antall netter du har overlevd i <i>99 Nights in the Forest</i>
		lootbokser	«Sketchy salesman» i <i>99 Nights in the Forest</i> julenissen i <i>Adopt Me</i>
visuelt design	Design som gjør informasjon mer synlig ved å gjøre noen valg mer attraktive enn andre og lede oppmerksomheten mot enkelte funksjoner fremfor andre. Kan styre brukerens oppmerksomhet og valg ved å fremheve handlinger som gagnar plattformen eller spillskaperen, for eksempel kjøp eller videre spilling.	strategiske elementplasseringer	Knapper for å gjennomføre kjøp er større og fremhevet med sterke farger. For eksempel røde varslingsikoner.
sømløshet	Design som krever minst mulig handling av brukeren. Kan redusere friksjon i	sømløse betalinger	Kjøp på Roblox kan gjennomføres med et par tastetrykk.



situasjoner der brukeren ellers kunne ha stanset opp og vurdert valget sitt. Når kjøp, videre navigasjon og eksponering for nytt innhold skjer raskt og enkelt, kan det bidra til lengre tidsbruk og høyere forbruk.	personalisert innhold, anbefalingsalgoritmer	Roblox-plattformen anbefaler lignende spill basert på hva brukeren har spilt tidligere.
	endeløs skrolling	På Roblox-forsiden kan man fortsette å bla gjennom rekker med anbefalte spill, populære spill og lignende kategorier uten tydelig stoppunkt.
	virtuell valuta	Roblox sin spillvaluta Robux. Skaper en større avstand til ekte penger og gjør det vanskeligere å forstå hvor mye penger man bruker.
	kjøpbare fordeler	Brukeren kan kjøpe gamepasses som gir fordeler og tilgang på spesielle gjenstander i et spill.

Tabell 1 Eksempler på manipulerende og avhengighetsskapende designelementer på Roblox



Hva er Roblox?



3 Hva er Roblox?

Som løftet frem i innledningen, ligger Roblox øverst på listen over de mest brukte digitale tjenestene blant 9–12-åringer, ifølge *Barn og medier 2026*. Åtte av ti spiller Roblox. Roblox er altså mer brukt enn YouTube (77 prosent), Snapchat (29 prosent) og TikTok (21 prosent).

Roblox har lenge vært mest populær blant yngre barn og jenter, men tjenesten har i de siste årene blitt populær i alle aldersgrupper og hos begge kjønn. Fra 2024 har det vært en stor økning i bruken av Roblox. Blant 9–10-åringene har bruken økt fra 70 til 81 prosent og blant 11–12-åringene fra 67 til 77 prosent.

Roblox rangerer også høyt blant de mest brukte *spilltjenestene* i alle aldersgruppene fra 9 til 18 år. Roblox er aller mest populær blant 9–12-åringene, både hos gutter og jenter. *Foreldre og medier 2026* viser også at Roblox er blant den mest brukte *spilltjenesten* blant 1–8-åringer.⁴

3.1.1 Spillplattformen er online

Roblox er en online plattform, noe som betyr at du må være koblet til internett for å bruke den. Det betyr også at du spiller direkte med andre spillere, enten fremmede eller venner. Når du går inn i et spill, blir du automatisk koblet til en server. Hvert spill har servere som du spiller i. Serveren er datamaskinen som kjører spillet og gjør det mulig for flere spillere å være i samme spill samtidig. Med mindre du oppretter en privat server, havner du i en server med andre tilfeldige spillere. Dersom man har Roblox Plus, Roblox' abonnementsløsning, kan man opprette flere private servere.

3.1.2 Millioner av spill

Det finnes millioner av spill på Roblox. Roblox selv omtaler ikke innholdet sitt som spill, men som «experiences». Spillene lages ikke av Roblox selv, men av brukere. Brukerne kan være alt fra profesjonelle spillutviklere til yngre barn. Det er stor variasjon i hva slags type spill som finnes på Roblox. Noen eksempler er rollespill, overlevelsesspill, skrekkspill, obbies⁵, FPS⁶, strategi og tycoons⁷.

De fleste Roblox-spillene er enkle å komme i gang med. Spillene har typisk en enkel historie eller handling, progresjonen i spillene er ofte rask, og spillere får mange belønninger. Spillene har gjerne enkle *spillsøyfer*. Det vil si at man utfører en enkel aktivitet, får en belønning og blir raskt motivert til å gjenta aktiviteten. Et eksempel er *Adopt Me*, der spillerne dekker behovene til ulike kjæledyr, noe de så får belønning for, før kjæledyrets behov oppstår på nytt og den samme sløyfen gjentas. Dette kan gjøre terskelen for å begynne lav, men gjøre det vanskelig å avslutte spillingen.

Spillene blir heller ikke kontrollert før de publiseres, men modereres i etterkant. Dette ligner på hvordan sosiale medier fungerer. Når innhold først blir kontrollert etter at det er publisert,

⁴ *Foreldre og medier 2026*, upublisert.

⁵ Obbies er et hinderløypespill.

⁶ FPS står for «first person shooter» og er skytespill der du ser gjennom øynene til karakteren.

⁷ Tycoons er spill der man bygger opp og driver en bedrift, for eksempel en restaurant eller butikk.



kan brukere i perioder bli eksponert for spill eller innhold som bryter med retningslinjene på plattformen, før Roblox rekker å gripe inn.

3.1.3 Det er enkelt å oppdage nye spill

Spillene på Roblox presenteres på en måte som raskt skal fange oppmerksomheten til brukeren.

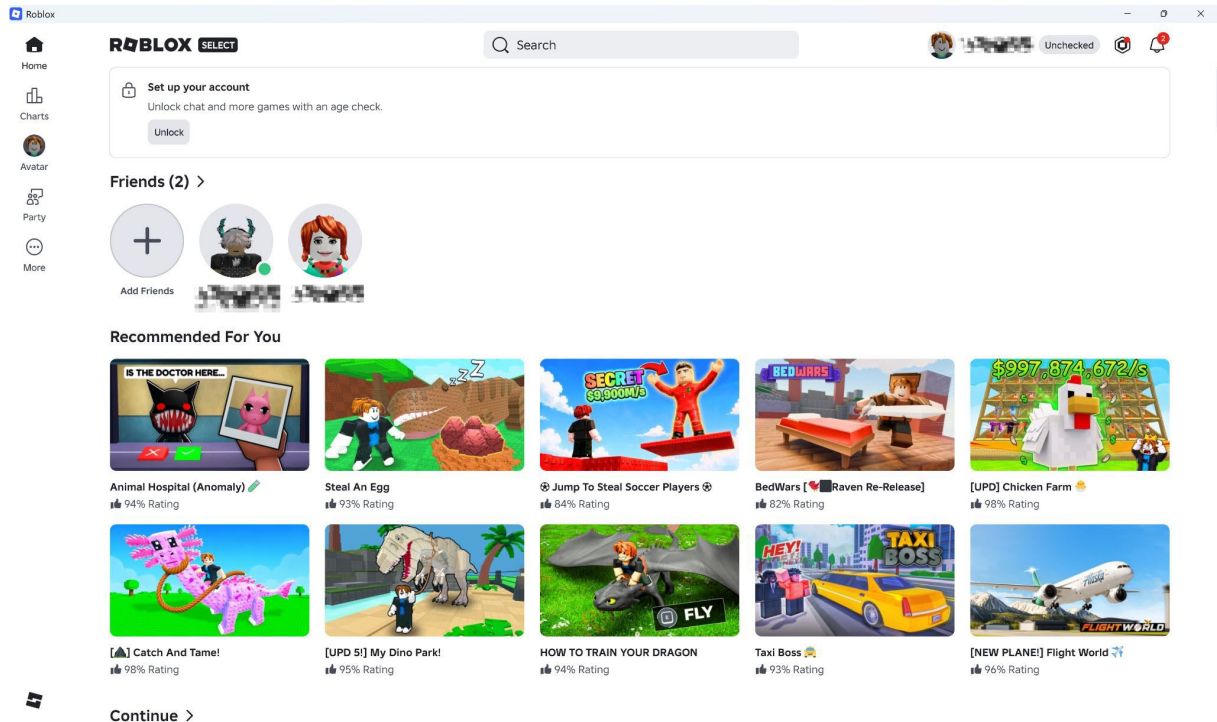
Når man logger inn, havner man på startsidene der Roblox' algoritmer anbefaler mange ulike spill. Disse anbefalingene er basert på de mest populære spillene innenfor brukernes aldersgrupper, og hvilke spill de har spilt tidligere⁸.

Man har fort bladd gjennom flere hundre spill når man blar nedover startsidene.

Spillene presenteres med store bilder, korte titler, emoji og små videoforhåndsvisninger. Titlene er ofte skrevet med store bokstaver og inneholder emoji og forkortelser som signaliserer spillets sjanger. Når du holder markøren over en thumbnail, starter automatisk en kort trailer av spillet. Dette gjør det enkelt å få et raskt inntrykk uten at spilleren må klikke seg inn.

Roblox fremhever også ulike tegn på popularitet gjennom synlige indikatorer og merkelapper. Et spill kan for eksempel være merket med «New quests» eller «Hidden gem» eller vise hvor mange som spiller det akkurat nå, og hvor populært det er. Slike signaler kan gjøre enkelte spill mer attraktive enn andre.

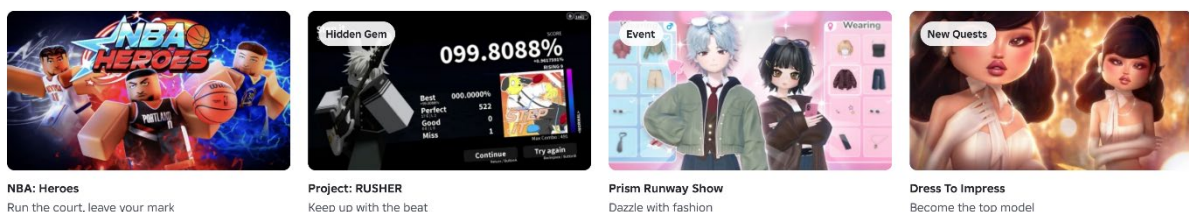
⁸ <https://create.roblox.com/docs/discovery>



Figur 1 Startsiden på Roblox. Her vises et stort utvalg av spill som anbefales av Roblox' anbefalingsalgoritmer. Skjerm bilde.

Standout Games: Steal the Spotlight

Curated games performing for the crowd



Figur 2 Enkelte spill som ligger på startsidene, fremheves med merkelapper som informerer om skjulte belønninger, nye oppdrag eller spilleventer. Skjerm bilde.

3.1.4 Robux – plattformens spillvaluta

Roblox har sin egen spillvaluta som heter Robux. Dette er en virtuell valuta som bare kan brukes på Roblox.

Robux kan kjøpes eller tjenes. For å tjene valutaen må du enten lage spill («experiences») eller gjenstander til avatarer som kan selges på markedsplassen. Det vanligste er å kjøpe Robux med ekte penger.

At Roblox har en egen spillvaluta som fungerer som et ekstra ledd mellom ekte penger og kjøpene man gjør i tjenesten, gjør pengebruken mer lekpreget og vanskeligere å forstå i faktiske beløp, særlig for barn. Robux er den overordnede valutaen på Roblox, men mange enkeltspill har i tillegg sine egne interne valutaer, for eksempel «coins» eller «gems». Disse



kan ofte kjøpes med Robux. Det betyr at penger først omgjøres til Robux og deretter noen ganger til enda en valuta inne i selve spillet.

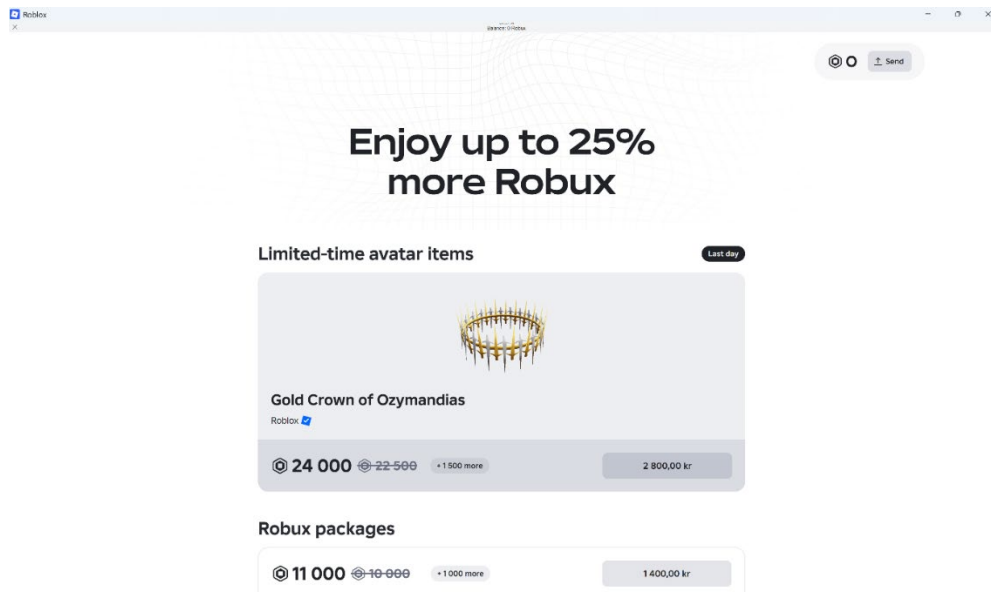
Når man kjøper Robux, må man kjøpe valutaen i pakker. Det vil si at man ikke har muligheten til å kjøpe akkurat den summen man trenger, men må kjøpe en pakke som ofte inneholder mer enn man ønsker. Dette kan føre til at brukeren bruker mer penger enn planlagt eller sitter igjen med en restsum som frister til nye kjøp senere.

Roblox oppmunttrer også aktivt til kjøp av Robux. Kjøpsmulighetene er synlige flere steder på plattformen, blant annet på startsidene der de fremheves med tydelige farger og ikoner. På startsidene er det for eksempel et rødt ikon som signaliserer at du kan kjøpe Robux, og en merkelapp som sier at det er lagt til nye gjenstander i butikken.

Robux packages

11 000 <del> 10 000</del>	+ 1 000 more	1 400,00 kr
5 250 <del> 4 500</del>	+ 750 more	700,00 kr
3 625 <del> 3 150</del>	+ 475 more	449,00 kr
2 000 <del> 1 700</del>	+ 300 more For you	280,00 kr
1 500 <del> 1 200</del>	+ 300 more	199,00 kr
1 000 <del> 800</del>	+ 200 more	140,00 kr
500 <del> 400</del>	+ 100 more	70,00 kr

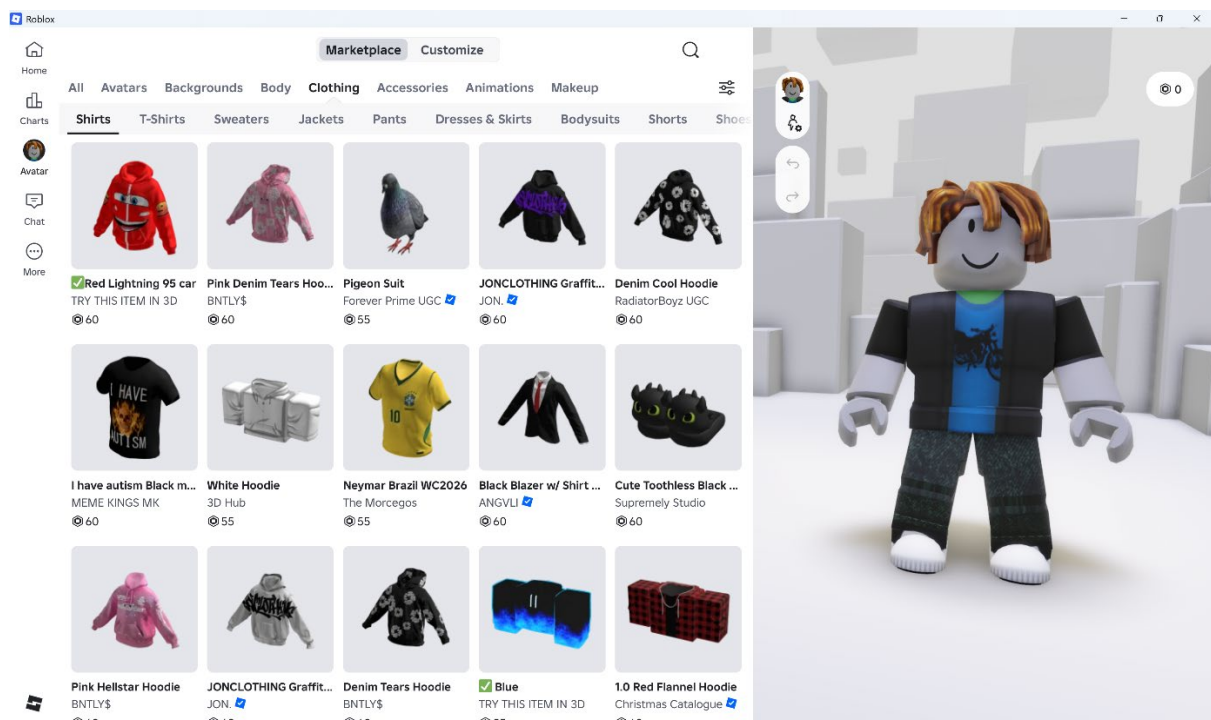
Figur 3 Hvis du skal kjøpe Robux, må du kjøpe det i pakker som inneholder forhåndsdefinerte summer. Roblox benytter flere elementer for å gjøre tilbudet mer attraktivt, som å tilby mer valuta for pengene. Skjermbilde.



Figur 4 Eksempel på hvordan Roblox forsøker å gjøre kjøp av Robux attraktivt. Her vises en attraktiv gjenstand man kan få kjøpt for 24 000 Robux, som er en rabattert pris. Dette tilsvarer 2 800 kroner. Det rabatterte tilbudet er tidsbegrenset. Skjermbilde.

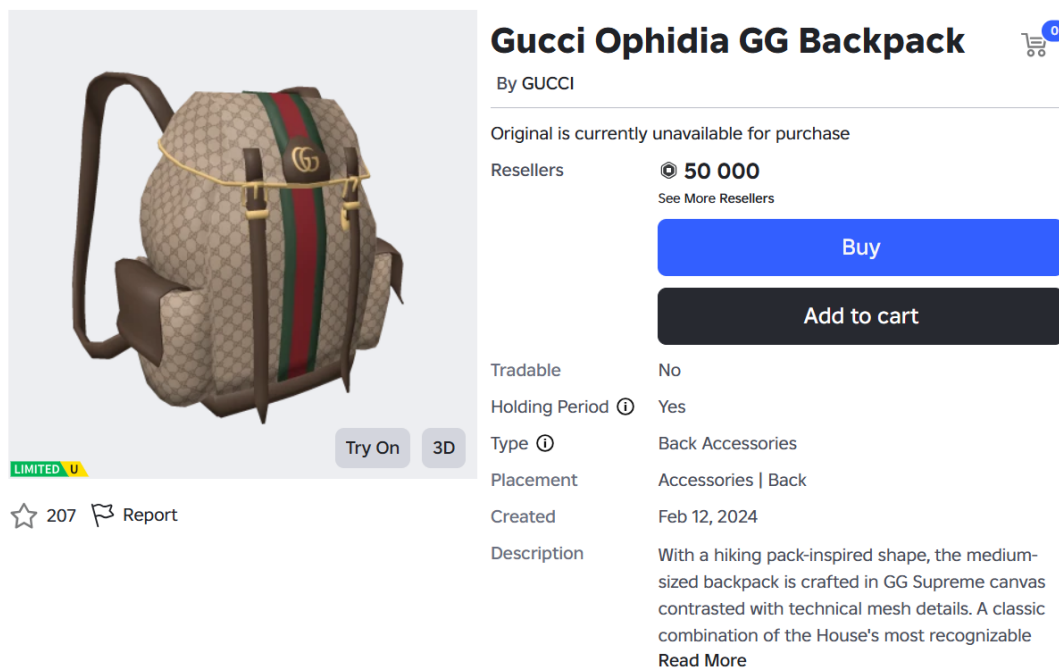
3.1.5 Hver spiller har sin egen avatar

Hver spiller på Roblox har en avatar. Denne får du automatisk når du oppretter en bruker, og den utgjør en stor del av spillopplevelsen på Roblox. Avataren er spillkarakteren som du spiller med på tvers av spill, og den blir som en person som beveger seg fra spill til spill i metauniverset til Roblox. Roblox-spillene har en enkel og tegneserieaktig estetikk, og avatarfigurene har et karakteristisk uteseende i enkel legostil.



Figur 5 Markedsplacesen på Roblox. Her finner du en uendelig katalog med klær og andre gjenstander til avataren din. Flertallet av tingene du kan kjøpe til avataren, må betales med Robux. Skjermbilde.

Du kan endre utseendet til avataren inne på Roblox' markeds plass. Her finner du klær, tilbehør, hår, emotes⁹, sminke og bakgrunner andre brukere har laget. Noen av disse er gratis, men de fleste gjenstandene må du kjøpe med Robux, spesielt mer attraktive og kule klær. Det er for eksempel vanlig at merkevarer har sponset innhold på Roblox' markeds plass i enkelte perioder. Da kan spillere for eksempel kjøpe en Gucci-sekk til 50 000 Robux. Dette tilsvarer rundt 6000 norske kroner. Hva Robux er verdt i norske kroner er informasjon som ikke vises under Robux-summen.



Figur 6 Et eksempel på at Roblox har samarbeid med kjente merkevarer. På markeds plassen kan man kjøpe en Gucci-sekk for 50 000 Robux. Dette var prisen da skjermbildet ble tatt, men prisene på markeds plassen endrer seg kontinuerlig. Skjerm bilde.

3.1.6 Synlige profiler

Hver spiller har en synlig profil som andre kan besøke. På profilsiden er det oppført hvor mange venner og følgere man har, og hvor mange man følger. Dette ligner profilsider på sosiale medier. Dersom spilleren er aktiv, vises spillet som vedkommende spiller, på profilsiden, med alternativet om å bli med i spillet. Det dukker også opp en liste over hva spillerens avatar har på seg, med muligheten til å skaffe seg samme antrekk, i tillegg til en liste over spillerens «badges», som er utmerkelser som spilleren har oppnådd i ulike spill. Ved å gjøre det mulig for spillere å måle seg mot andres prestasjoner og avataruttrykk og ved å oppmuntre dem til å skaffe seg de samme klærne og effektene som andre har, legger altså Roblox til rette for sosial sammenligning.

⁹ Emotes er små animasjoner/uttrykk avataren gjør (for eksempel å danse).

3.1.7 Alderskontroll

For å spille på Roblox må du opprette en bruker på tjenesten og være innlogget på denne. Når du oppretter en bruker, blir du bedt om å bekrefte alderen din gjennom ansiktsskanning. Denne kontrollen skal sikre at du tilhører den aldersgruppen som du oppgir. Selv om alderskontrollen skal fungere som en beskyttelsesmekanisme på Roblox, innebærer det en personvernrisiko når plattformer selv står for løsningen, særlig når den krever biometri eller opplastning av ID-dokumenter.¹⁰ Medietilsynet har frarådet brukere å dele ID-dokumenter eller skanne ansiktet med Roblox av personvernårsaker og mener at aldersverifisering bør skje i regi av staten og EU.

Spillere får tilgang til flere funksjoner på plattformen dersom de har gjennomført alderskontrollen. For eksempel må spilleren ha bekreftet alderen sin for å kunne bruke chattefunksjonene på Roblox, og systemet skal bidra til at spillere plasseres i servere med andre i samme aldersgruppe.

Roblox har egne kontotyper for barn og unge under 16 år. Disse har ekstra sikkerhetstiltak og heter Roblox Kids og Roblox Select.

Roblox Kids er for barn mellom 5 og 8 år. I denne kontotypen er talechat utilgjengelig. Tekstchat er tilgjengelig, men er deaktivert som en standardinnstilling. Også spillene som er tilgjengelige, er begrenset, det vil si til spill med et innhold som tilhører de laveste innholds nivåene, «Minimal» og «Mild» (se Innholdsgraderinger nedenfor).

Roblox Select er for barn mellom 9 og 15 år. Spillene som er tilgjengelige i denne kontotypen, tilhører innholds nivåene «Minimal», «Mild» og «Moderate». Tekstchat er tilgjengelig, men er slått av som standard. Talechat blir tilgjengelig for spillere fra de er 13 år.

3.1.8 Kommunikasjon med andre spillere

Det finnes to ulike typer chat i Roblox. Den ene brukes inne i selve spillet og kalles «Experience Chat». Den andre brukes utenfor spillet og kalles «Direct Chat». I disse chattene kan man bruke både tekstchat og talechat. Talechat kan kun brukes av spillere som er 13 år og eldre.

Det er verdt å merke seg at Roblox viser oppsummeringer av samtalene i «Experience chat» selv om du har deaktivert chatten. Det betyr at barn kan bli eksponert for kommunikasjon fra andre spillere, selv når deres egne chattefunksjoner er slått av.

Chattene blir moderert av Roblox. Hvis en melding inneholder ord eller innhold som bryter med plattformens regler, blir den sensurert og vist som ##### i stedet for den opprinnelige teksten. Dette er ment å begrense upassende språk og annet uønsket innhold.

Flere Roblox-spill har en egen «Quick chat», utviklet av spillskaperen. Denne chatten er beregnet på spillere som har deaktivert «Experience chat». I «quick chat» kan barna kun velge forhåndsprogrammerte beskjeder som sendes til andre spillere som er inne i det samme spillet som dem selv. Disse forhåndsprogrammerte beskjedene er korte, meldinger

¹⁰ <https://www.datatilsynet.no/aktuelt/aktuelle-nyheter-2026/personvern-ved-aldersverifisering-i-sosiale-medier/>

som «Hei, hvor er du?», «Gå bort dit» eller andre spillrelaterte beskjeder. Quick chat er tilgjengelig for alle spillere, uavhengig av alder og om man har gjennomført alderskontrollen.

Spillere kan bare chatte med andre spillere i sin egen aldersgruppe. Det finnes likevel et unntak gjennom funksjonen «trusted friend». Den lar spillere kommunisere på tvers av aldersgrupper, så lenge begge har gjennomført alderskontrollen på Roblox. Når barna er mellom 9 og 12 år, må foreldrene godkjenne slike forespørsler, mens brukere som er 13 år eller eldre, kan legge til «trusted friends» selv.

3.1.9 Innholdsgraderinger

Roblox bruker sitt eget system for å merke hva slags innhold ulike spill har. Spillene deles inn i fire nivåer:

- «Minimal»
- «Mild»
- «Moderate»
- «Restricted»

Disse kategoriene sier noe om hvor mye et spill kan inneholde av for eksempel vold, blod, frykt, grov humor og andre sensitive temaer. «Minimal» er den mest begrensede kategorien, mens «Restricted» er den mest åpne. Spill i kategorien «Restricted» er bare tilgjengelige for brukere som er 18 år eller eldre, og som har gjennomført alderskontrollen.

Pan-European Game Information¹¹ (PEGI) har gitt Roblox merket «foreldreveiledning» fordi det er en plattform med ulike brukergenererte spill som kan inneholde ulike risikoelementer. PEGI kan dermed ikke garantere at det ikke finnes innhold som kan være skadelig for barn og unge. Derfor har Roblox laget en egen innholdsgradering, som beskrevet i forrige avsnitt.

¹¹ Pan European Game Information er et felles europeisk system for aldersklassifisering av dataspill, som benyttes i 40 land. Systemet ble opprettet for å hjelpe foreldre med å tilpasse innkjøp av spill til alderen til barnet. Systemet skal også fungere som selvregulering for bransjen, og unngå at hvert enkelt land må lage sitt eget system for merking av dataspill.



Barnas spillopplevelser på Roblox



4 Barnas spillopplevelser på Roblox

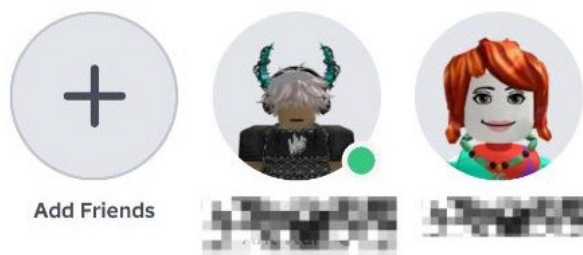
4.1 Barna møter og henger med venner på Roblox

Blant barna i intervjustudien var det vanlig å starte spillingen på Roblox med å sjekke hvem som var pålogget og hvilke spill de spilte, dersom de ikke allerede hadde avtalt å spille med vennene sine. Barna forteller at det nesten alltid er noen venner som er der inne, og at man med en gang ser hvilke spill de «henger på».

62 prosent av 9–12-åringene mener at gaming er sosialt og gjør at de kan ha kontakt med venner (Barn og medier 2026).

Roblox er designet for å gjøre dette enkelt. Øverst på startsideen vises en venneliste med avatarbilder, hvem som er aktive, og hvilket spill de spiller akkurat da. Et grønt ikon viser hvem som er pålogget. Dermed kan barna raskt finne vennene sine og bli med dem inn i samme spill.

Friends (2) >



Figur 7 Øverst på Roblox' startside kan barna se hvilke venner som er pålogget, og hvilke spill de spiller. Skjermbilde.

Plattformen oppmuntrer brukerne til å utvide nettverket sitt. Ved siden av vennelisten ligger det et tydelig pluss-ikon som gjør det mulig å legge til nye venner. Her kan du fritt søke opp andre spillere og sende dem venneforespørsler. Dette gjør det enkelt å bygge opp en stor venneliste. Barna som deltok i intervjustudien, hadde alt fra noen få venner til hele klassen eller rundt 150 venner/avatarar.

4.1.1 Kommunikasjon er en viktig del av spillingen

Å kommunisere med venner er en viktig del av spillingen. Flere spill krever for eksempel at man må samhandle med andre spillere for å nå målet. Kommunikasjonen barna imellom handler typisk om å koordinere handlinger, be om hjelp og bestemme når de skal bytte spill. Samtalene handler mest om spillet, men kan også handle om skole, hverdag og andre ting som opptar dem.

Barna i intervjustudien bruker for det meste andre kanaler til å snakke sammen enn Roblox-chatten. De forteller at de bruker enheter som telefon eller smartklokke eller tjenester som FaceTime og WhatsApp til å kommunisere med venner mens de spiller. Dette er tjenester som de allerede bruker i kommunikasjonen med familie, klassen eller venner, og dermed tar de også med seg disse kanalene inn i spillingen. Grunnen til at de velger disse kanalene, er at de

fleste har begrenset tilgang til Roblox-chatten fordi foreldrene har deaktivert den gjennom foreldrekontroll, eller at kontoene deres tilhører en alderskategori som begrenser muligheten til å chatte. Et av barna var 10 år og hadde derfor en Roblox Select-konto. Det innebar sannsynligvis at han ikke kunne chatte med venner som ennå ikke hadde fylt 10 år, og som dermed hadde Roblox Kids-kontoer. Siden de ikke kunne snakke sammen inne i Roblox, fant de andre måter å kommunisere på:

Jeg ringer dem på telefon siden jeg er på Roblox Select¹², og noen av dem er ikke der. Det er sånn at jeg ikke kan chatte her med de som er yngre eller eldre enn meg. – Gutt 10 år

Flere av barna foretrekker dessuten talechat siden de ikke skriver så raskt eller er så opptatt med å spille at de ikke klarer å stoppe opp for å skrive meldinger. En gutt i intervjustudien foretrekker for eksempel å bruke talechatten i WhatsApp fordi han ikke har tid til å skrive i pressede spillsituasjoner:

Fordi når du må fighte en boss, må du jo rope på vennen din: «Kom fort, hjelp meg. Jeg holder på å dø.» Så da pleide jeg å rope på ham: «Kan du komme og hjelpe meg?» – Gutt 11 år

4.1.2 Noen barn får også venner de ikke kjente fra før

Blant barna som har tilgang på chatten i Roblox, er det flere som spiller og chatter med spillere de har møtt gjennom plattformen og ikke kjente fra før av. Noen har hatt kortvarig kontakt med tilfeldige spillere, mens andre har fått venner gjennom plattformen. En gutt forteller for eksempel at han gjennom Roblox har fått venner fra flere verdensdeler. Han har blant annet fått en venn fra Irland på 11 år, som han har holdt kontakt med over lengre tid. Han forteller videre at de har det gøy med å skrive meldinger til hverandre, og at praten først og fremst handler om spillrelaterte ting:

Jeg har venner fra Canada. Én er fra Canada. Én er fra Germany, én er fra America og, én er fra Jamaica og én er fra Afrika. Den ene som jeg har vært venn med veldig lenge, er fra Irland. [...] Men alle vennene mine [på Roblox] er barn. – Gutt 10 år

4.2 Det kan være vanskelig å forlate spillene

Barn og medier 2026 viser at barn selv oppgir at gaming skaper utfordringer knyttet til tidsbruk og søvn. 19 prosent av 9–12-åringene i undersøkelsen oppgir at de er enige i at de bruker for mye tid på gaming. På spørsmålet om de opplever at tiden de bruker på gaming, gjør at de ikke får nok søvn, sa 11 prosent av 9–12-åringene seg enige i dette.

¹² Roblox Select er en aldersbestemt kontotype på spillplattformen Roblox som skal være spesielt tilpasset barn og unge i alderen 9 til 15 år. Aldersbestemte kontoer ble innført i 2026 som en del av en sikkerhetsoppdatering der plattformen ble delt inn i tre ulike alderssegmenter: Roblox Kids (5–8 år), Roblox Select (9–15 år) og standard Roblox (16+ år).

4.2.1 Barna hopper fra spill til spill i løpet av en økt

En spilløkt på Roblox består vanligvis ikke bare av ett spill. Barna vi intervjuer, spiller gjerne flere ulike Roblox-spill i løpet av én økt. Spillingen kan flytte seg fort fra ett spill til neste. De kan følge venners anbefalinger, teste nye spill de kanskje har hørt om på YouTube eller Flipp Klipp¹³, for så å vende tilbake til et spill de kjenner fra før av. Fordi barna hopper mellom mange ulike spill inne i Roblox, blir det vanskeligere for foreldrene å forstå hva barnet faktisk spiller, hvem de møter, og hva slags innhold de eksponeres for.

Roblox tilbyr med andre ord svært ulike typer lek. Dette gjør at tilbudet er uendelig for barna, og at det alltid vil være et spill som passer med barnas ønsker eller behov:

Du vet, når man er en pilot på ekte og er ferdig på jobb, så drar man hjem. Så når vennen min og jeg flyr i det spillet [et flyspill på Roblox] og er piloter og har flydd mange ganger rundt, så pleier vi å gå inn i Brookhaven RP og late som at det er hjemmet vårt. Og så går vi tilbake til det flyspillet og fortsetter å spille. – Gutt 11 år

Fordi Roblox-spillene foregår på nettet, må barna være pålogget samtidig som vennene sine hvis de vil spille sammen. Et spill som er online, og som ikke kan settes på pause, vil kunne gi deg følelsen av at du må spille *nå* mens de andre er der, ellers går du glipp av noe. Det kan skape et større press på barna om at de må være pålogget samtidig som vennene sine, og gjøre det vanskelig å avslutte spillingen:

Jeg tenker i hodet mitt: Hvorfor kan ikke moren og faren min forstå? Jeg kan ikke stoppe, jeg kan ikke pause denne gamen, siden det er en online match, og jeg spiller med venner. Jeg tenker bare: Hvorfor kan ikke de bare vente til jeg blir ferdig? – Gutt 11 år

I forbindelse med intervjuene møter vi flere barn som forteller at de egentlig foretrekker andre og mer fysiske aktiviteter enn spill. De ender likevel ofte opp med å spille fordi ønsket om å henge med venner er sterkere enn ønsket om å drive med fysiske aktiviteter alene. Og vil de henge med vennene, så er det til spillplattformene, og i stor grad Roblox, de må gå.

4.2.2 Spilleventer

En måte å skape et press om å være pålogget på, er gjennom eventer. Eventer er tidsbegrensede begivenheter som spillskapere kan arrangere inne i spillene, for eksempel inne i *99 Nights in the Forest* og *Adopt Me*, for å gi spillerne nye opplevelser og belønninger.¹⁴ Spillerne kan typisk få tilgang på gratis belønninger de ellers må betale Robux for å få, unikt innhold eller nye oppdrag. De kan vinne eksklusive gjenstander som klær, tilbehør, våpen eller «badges» til Roblox-avataren sin.

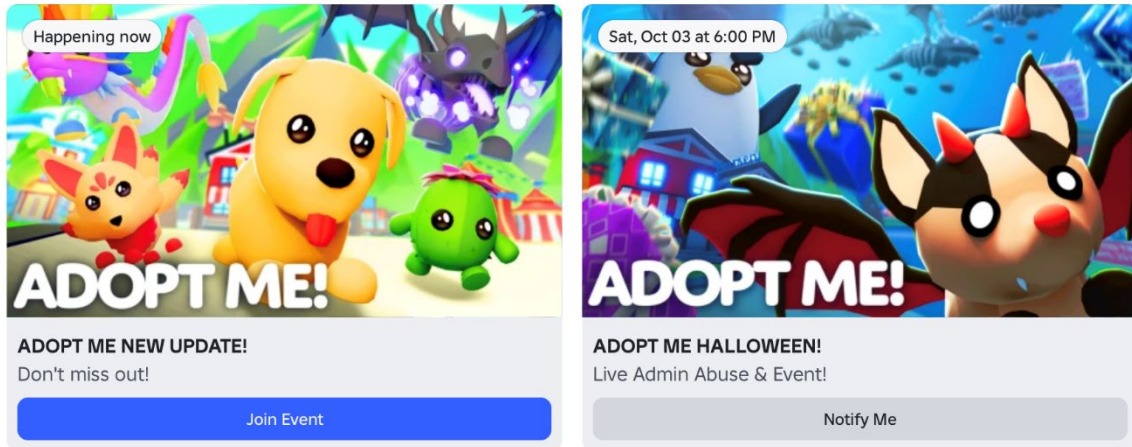
Dersom et spill inneholder tidsbegrensede tilbud, for eksempel eventer, får spillet minimum 12 års aldersgrense av PEGI. (<https://pegi.info>)

¹³ NRK Super-program som lager gaming- og humorinnhold for barn og unge.

¹⁴ Eventer er også vanlig på andre spillplattformer eller i andre spill, for eksempel Fortnite.

Slike eventer kan skape en frykt for å gå glipp av noe. Presset oppstår både fordi vennene gjerne deltar samtidig, og fordi belønningene ofte er tidsbegrensede.

Events



Figur 8 Eksempler på eventer i Adopt Me. Skjerm bilde.

Flere av barna vi intervjuer, er svært ivrige på å delta på eventer. Eventene legges ofte til lørdag eller søndag kveld mellom kl. 19 og kl. 21, men foregår også noen ganger tidlig på morgenen som følge av tidsforskjellene mellom Norge og USA, der mange av utviklerne sitter. Tiden som går med til å delta på slike eventer, kommer ofte i tillegg til den tiden barna ellers bruker på å spille.

Eventene varer typisk i 30–60 minutter, og du må være der innenfor den gitte tidsrammen for å kunne delta. Barna nevner blant annet event-typen «Admin Abuse». «Admin Abuse» er eventer hvor utviklerne med vilje skaper kaos på serverne (for eksempel ved å endre størrelsen på spillere eller utløse eksplosjoner) og deler ut gratis valuta, sjeldne gjenstander eller ekstra flaks til deltakerne:

Det er sånne events [i 99 Nights in the Forest] hvor du kan få ting av han som eier spillet. Du kan få sånne gems så du kan kjøpe bedre ting. [...] Lørdag kl. sju [19] er det et sånt event, Admin Abuse, som de kaller det. Det er ganske gøy. Det kan vare opptil 45 minutter. Noen ganger så tar han dagene og gir oss flere og flere dager. En gang var jeg på dag 30, og så ga han meg 10 mer dager, så da fikk jeg 40 dager istedenfor 30. – Gutt 12 år

4.3 Roblox trigger mange ønsker om kjøp

Kjøp i spill er vanlig blant norske barn og unge. 34 prosent av 9–12-åringene har kjøpt spillgjenstander i spill, ifølge *Barn og medier 2026*. Nesten halvparten av barn og unge i alderen 9 til 18 år oppgir at de har kjøpt spillgjenstander i spill (47 prosent). Videre svarer 15 prosent at de har brukt penger på lootbokser, der innholdet ikke er kjent før kjøpet er gjennomført. I tillegg oppgir 6 prosent at de har brukt spillgjenstander i veddemål, også kjent som skinbetting (se figur 9). 10 prosent av 9–12-åringene oppgir at de mener de bruker for mye penger på spill.



Figur 9 Barn og medier 2026. Barn i aldersgruppen 9–12 år som har kjøpt ulike gjenstander i et spill. De av barna på 9–12 år som spiller, fikk spørsmålet «Har du kjøpt noe i et spill?» med flere svaralternativer. Svarene oppgis i prosent. Antall som har svart:

4.3.1 «Baddie Pass» i *Dress to Impress*

I mange ulike Roblox-spill er designet lagt opp slik at kjøpsønsker kan oppstå i korte, situasjonsbestemte øyeblikk. Dette skjer blant annet gjennom tidsbegrensede pass, rabatterte kjøpsmuligheter og systemer der barna må hente ut eller «claime» belønninger før tiden går ut.

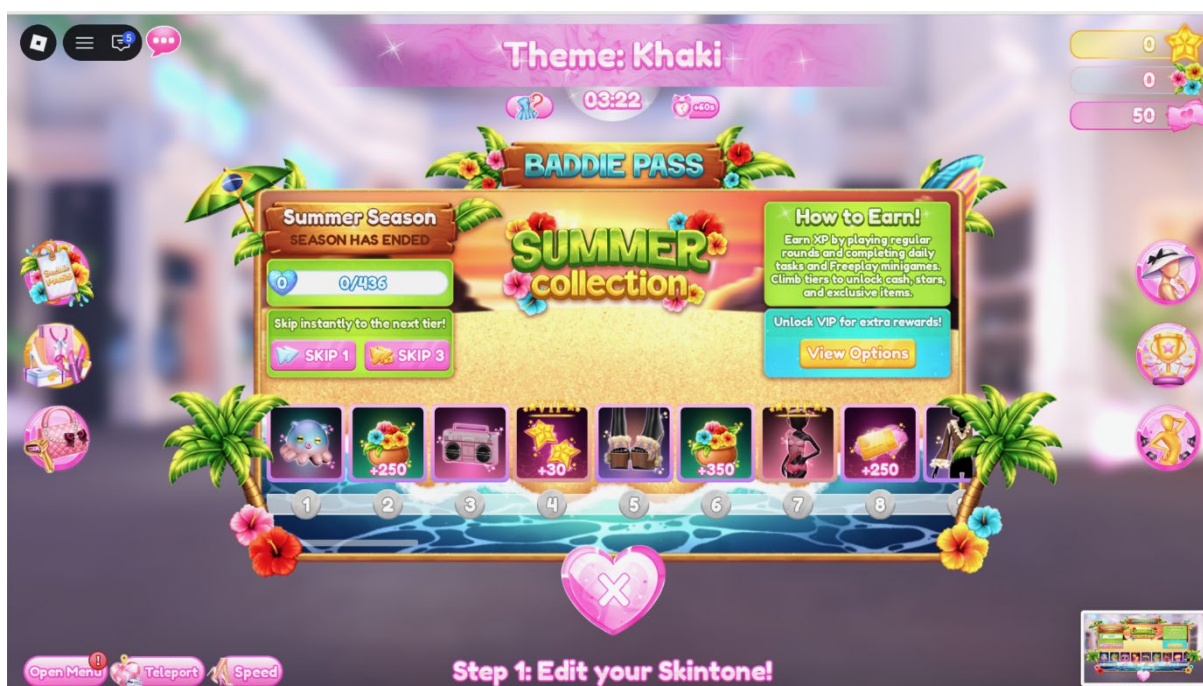
En jente i intervjustudien fortalte at hun ønsket å kjøpe et «Baddie Pass» i spillet *Dress to Impress*. Et «Baddie Pass» er et sesongbasert belønningssystem i det populære Roblox-spillet *Dress to Impress*. I stedet for å være et pass du kjøper én gang for å få en umiddelbar fordel, fungerer det som en tidsbegrenset utfordring der du samler poeng for å låse opp eksklusive moteklær og tilbehør til spillfiguren din. Passet har mange nivåer («tiers»). Du klatrer i nivåene ved å gjøre daglige oppgaver, spille moteshow-runder og samle erfaringspoeng i form av blå hjerter inne i spillet. Hvert nivå du låser opp, gir deg unike belønninger.

Jenta fortalte at hun fikk lyst til å kjøpe Robux code¹⁵ siden det var kort tid igjen av passet, samtidig som hun hadde mange belønninger hun ennå ikke hadde hentet ut:

Jeg hadde lyst til å kjøpe en Robux code på grunn av baddie passene i Dress to Impress. Det er bare to dager igjen, og jeg har sånn tjue ting jeg må claime. I baddie passet er det squishier, fjes, klær og masse sånne ting. – Jente 11 år

Sitatet viser hvordan Roblox kan skape kjøpsønsker ved å kombinere tidsfrist, synlige belønninger og en «høst belønning»-mekanisme. Når barnet ser at det er mange premier tilgjengelige, men at de bare kan hentes ut i en begrenset periode, kan det oppstå en følelse av at kjøpet må skje raskt:

Baddie passet, det er sånn når det går ut, det er limited items så man får sånn 50 dager eller noe på seg. Jeg har ikke spilt så mye, så jeg kan kjøpe sånn skip-ting, og da skipper den, men det koster 200 Robux for å skippe en tier, og for tre tiers så går det an å få for 500 Robux. – Jente 11 år



Figur 10 Her kan du kjøpe «Baddie pass» i Dress to Impress. Skjerm bilde.

4.3.2 Skins til avataren er det mest populære kjøpet

I intervjustudien kom det tydelig frem at skins til avataren er det mest populære å kjøpe på Roblox. Både barn som får bruke Robux, og barn som ikke får det, peker på utseendet til avataren som noe de ofte ønsket å endre eller forbedre. Gjennom skins kan barna tilpasse avatarens visuelle uttrykk og eksperimentere med måter å fremstå på overfor venner og andre spillere. Det tyder på at det er viktig for barna å uttrykke en visuell identitet gjennom avatarene, og at dette er en sentral del av spillopplevelsen på Roblox. En jente på 10 år beskrev hvordan

¹⁵ Robux code fungerer som en rabattkode man kan taste inn for å få gratis ting eller fordeler.

hun ville brukt Robux, dersom hun hadde det, til å endre ansiktet til avataren sin, slik at den ble søtere og mer lik henne selv:

Da hadde jeg aller først brukt det på fjes, fordi fjeset mitt er ganske stygt. Jeg ville hatt et søtt fjes, mer som meg.
– Jente 10 år

Skins har ikke noen påvirkning på prestasjonen i spillet, men kan for eksempel skape positive reaksjoner fra venner. En gutt fortalte at han tidligere hadde kjøpt en stor flodhestavatar fordi den fikk andre til å le:

Man pleide å lage morsomme avatarer og få dem til å le. Så jeg husker jeg en gang kjøpte en veldig stor flodhest som avatar. Da begynte folk å le da vi spilte, fordi da jeg kom inn var jeg en svær flodhest med dress. – Gutt 16 år (eldre bror)

En gutt på 11 år fortalte at han kunne tenke seg å kjøpe en avatar som ser ut som en rev, blant annet fordi det gir andre bevegelser og gjør avataren kulere:

Du kan kjøpe ... Du kan "gain ability into change your avatar into a fox» ... Jeg ville kanskje kjøpt den der. Siden når du changer din avatar, er den som en penguin, eller for eksempel du er en fox. Du har different walk animations, som gjør det kulere [...]. Det er ikke viktig her, det bare får deg til å se kulere ut, det er ikke viktig.

– Gutt 11 år

Selv om gutten understreker at dette ikke er viktig, viser sitatet at det likevel har en verdi å kunne skille seg ut og se kul eller morsom ut.

Til tross for at skins først og fremst handler om utseende og sosialt uttrykk, viser et av intervjuene at enkelte avatarvalg også kan oppleves som nyttige i bestemte spill. En gutt på 9 år fortalte at han ønsket seg en bananavatar fordi den kunne være morsom, men også fordi den kunne gjøre det lettere å gjemme seg i et spill:

Jeg har hatt veldig lyst på en sånn banan her, så man ser ut som en banan. Jeg synes det er litt morsomt å være litt sånn liten i spill, og hvis du spiller sånn der finn-spill, da er du jo veldig liten, og da kan du for eksempel gjemme deg i fruktskåla.
– Gutt 9 år

4.3.3 Det er populært å kjøpe ting som gir en fordel i spillet

Ikke alle kjøp i Roblox handler om utseende. Mange barn ønsker også å kjøpe ting som gir dem en konkret fordel i spillet. Slike kjøp har en funksjonell verdi sammenlignet med skins fordi de påvirker hva barnet kan gjøre, hva det får tilgang til, og hvordan de presterer i spillet.

En jente på 10 år fortalte at kjøpet av en lommelykt i spillet *99 Nights in the Forest* er et attraktivt kjøp siden lommelykten beskytter mot hjorten, som er en trussel i spillet:

Jeg starter med den lommelykta her [i 99 nights], og da kan jeg skremme vekk den hjorten. Den blir redd av lys, den tåler ikke lys, så da er jeg trygg. Men den

*kan gå tom for batteri, og da må man bytte.
– Jente 10 år*

Intervjuene tyder på at barna ikke alltid er positive til kjøp som kan gi deg fordeler, snarveier eller som fjerner alle utfordringer. Det er imidlertid attraktivt å kjøpe seg til et bedre utgangspunkt. Mange ønsker seg tilgang til ting som gjør det lettere å mestre spillet.

Et eksempel på en spillfordel som det er populært å kjøpe, er et pass. Et pass i Roblox – offisielt kalt et Game Pass eller spillpass på norsk – er en spesiell billett du kjøper for å låse opp ekstra fordeler, krefter eller gjenstander inne i et spesifikt spill. I motsetning til vanlige klær og skins som du kan bruke overalt i Roblox, fungerer et spillpass kun i det spillet det ble kjøpt for.

Et annet eksempel som barna trekker frem i intervjuene, er en klasse. Å kjøpe en klasse («class») i Roblox betyr at du kjøper en bestemt rolle, en karaktertype eller et yrke inne i et spesifikt spill. Dette er mest vanlig i rollespill, kamps spill og simulatorspill. Når du kjøper en ny klasse, endres ofte både utseendet og startutstyret ditt, i tillegg til hvilke unike evner eller krefter du har i spillet. Eksempler på klasser kan være krigere, trollmenn, leger, jegere eller tyver. Mange klasser kan låses opp gratis ved at du tjener opp mynter eller diamanter mens du spiller, men eksklusive eller spesielt kraftige klasser selges ofte som et spillpass (game pass) for Robux. Slike klasser kan ikke brukes på tvers av ulike spill.

4.3.4 Angrekjøp og feilkjøp

Det er enkelt å gjennomføre kjøp i Roblox. I intervjuundersøkelsen er det foreldrene som styrer tilgangen til Robux, men når valutaen først er på konto, er det barna selv som styrer de videre kjøpene. Disse kan gjøres med noen få tastetrykk og gir barna liten tid til å tenke seg om. Samtidig er det ingen garanti for at det de kjøper, faktisk fungerer slik de forventer, eller gir den verdien de så for seg. Dette kan særlig gjelde kjøp som skjer i impulsive øyeblikk, når barnet handler raskt fordi noe frister der og da.

En jente på 10 år fortalte om et kjøp som ikke fungerte slik hun forventet:

Jeg skulle kjøpe en sånn ballong, sånn at man kunne fly over hele banen uten å bli tatt, og så tok jeg den frem, men da funka den ikke. Så tok jeg den tilbake igjen, og da forsvant den. Og den kostet 499 Robux, det var alt jeg hadde. – Jente 10 år

Et annet eksempel handler om feilkjøp. En gutt forteller at han skulle kjøpe en avatar, men endte opp med å kjøpe feil avatar. I tillegg beskriver han en annen situasjon der en venn tullet med telefonen hans og kjøpte en avatar inne på Roblox-kontoen hans mens han var på toalettet.

Jeg skulle kjøpe en avatar, og så greide jeg å kjøpe feil avatar. Da ble jeg litt irritert over meg selv. – Guttt 11 år

Dette eksempelet viser at det er svært lett å gjennomføre kjøp på Roblox, noe som kan øke risikoen for både feilkjøp og impuls kjøp uten at barnet rekker å tenke seg om.

Materialet viser også at barn i noen tilfeller kan gjennomføre kjøp uten fullt ut å forstå at Robux representerer virkelige penger. Barnet angrer dermed ikke nødvendigvis på kjøpet selv, men kan ha brukt mye penger uten å være klar over det.

4.3.5 Robux som forhandlingsmiddel i familien

Gjennom intervjuene blir det tydelig at Robux har en verdi utenfor plattformen også. I flere av familiene brukes Robux som en belønning og forhandlingskort i hverdagen.

En gutt fortalte at han brukte penger han fikk i bursdagsgave, og et Roblox-gavekort han fikk av en venn, til å kjøpe Robux. Disse brukte han blant annet til å kjøpe en skin til avataren sin som han vanligvis ikke ville hatt råd til:

Jeg fikk penger av tanten min som jeg brukte på Robux. Og av vennene mine fikk til bursdag et 1000 kroners gavekort på Roblox. Da kjøpte jeg en bedre avatar og bedre ting i spillet, som nå starter jeg med et sverd og kastestjerner liksom. Det gjør man ikke til vanlig, det koster ekstra. – Gutt 10 år

I en familie med tre barn beskrives Robux som en intern valuta mellom søsknene. Fordi det bare er den eldste som har tilgang på Robux, gjør det ham til en økonomisk nøkkelperson for de andre. De yngre søsknene forsøker derfor å få Robux fra storebror som betaling for å gjøre små tjenester, for å spørre foreldrene om noe på hans vegne eller for å hjelpe ham med å dekke over noe overfor foreldrene. Lillesøsteren forteller at hun vurderer hvor mye hun kan kreve for ulike tjenester, og har et slags regnskap over hva broren skylder henne:

Storebror skylder meg masse. Først skylder han meg fordi jeg gikk til deg [moren] og pappa og spurte om vi kunne spille Roblox på iPad-en, 5 Robux. Så da jeg måtte sprinte hjem og gi ham telefonen min. Det blir egentlig 50 Robux, så da er det 55. Og så var det den gangen, ikke si dette til storebror, at jeg skjulte at lillebror hadde sølt noe på en av de stolene. Da får jeg 15 Robux. Så da får jeg til sammen 70 Robux. – Jente 10 år

Materialet tyder på at Robux inngår i barnas hverdagsøkonomi og er en attraktiv valuta både for barna og familiene. I noen familier brukes Robux som betaling for å hjelpe til hjemme, som premie for innsats på skolen eller i moskeen, og i ett tilfelle betaler også tannfeen for melketenner med Robux.

4.4 YouTube og FlippKlipp er viktige inspirasjonskilder for spillingen

Mange av barna i intervjustudien følger gamere på YouTube som spiller Roblox. Gjennom slike videoer oppdager barna nye Roblox-spill, lærer hvordan spillene fungerer, og plukker opp tips om hvordan de kan skaffe seg fordeler i spillet. Når barn ser spill eller aktiviteter på YouTube, kan dette bli noe de tar med seg inn i vennegruppen – noe de vil teste, snakke om eller vise andre. Dette gjør at de lettere beveger seg videre fra ett spill til et annet, tester nye aktiviteter og tar med seg ideer inn i egen spilling.

Man får liksom flere ideer til hva man kan gjøre. For eksempel Animal Hospital er jo et nytt spill, og jeg pleier å se på folk spille det sånn at jeg liksom lærer meg hva jeg skal gjøre. – Jente 11 år

Flere av barna forteller at de synes det er gøy å se på spillere som har muligheten til å spille ulike Roblox-spill med ubegrenset tilgang på Robux. Slike videoer kan av og til også inspirere til ønsket om å foreta egne kjøp.

Det er gøy å se på for de har massevis av penger i spillet, så det er bare gøy å se hva de gjør og sånne greier. Jeg kan få lyst til å kjøpe ting i spillet hvis det ikke koster så mye penger. – Gutt 11 år

YouTube kan også lære barna andre tips som de kan få bruk for, for eksempel hvordan de kan omgå foreldrenes betalingsløsning ved å kjøpe fysiske gavekort. Et barn fortalte også at hun gjennom YouTube fant ut av at man kan kjøpe Robux-gavekort i butikk med egne penger, og kunne derfor omgå foreldrenes betalingsløsning og eventuelle restriksjoner på pengebruk på plattformen.

Ved siden av YouTube er NRKs program FlippKlipp stedet barna i intervjustudien oftest nevner som inspirasjonskilde for sin egen Roblox-spilling. Her kan barna følge gamere mens de spiller ulike spill, en rekke av disse i Roblox-universet. Foreldrene ser ut til å ha større tillit til NRK Super enn YouTube, selv om man også her får presentert gaming i et lignende format.

Datteren min så folk spille Roblox på NRK Super en god stund på før hun begynte å spille det selv. Det er et program [FlippKlipp] hvor de streamer at de spiller spill [ofte Roblox-spill], i tillegg til at de utfordrer hverandre i ting som å spise ekle ting eller lage verdens største is og sånn. Tidvis ganske underholdende. Men veldig bråkete. – Mor til jente 10 år



Fire casestudier



5 Fire casestudier

Medietilsynet gjennomførte egne analyser av utvalgte spill. Fire Roblox-spill ble valgt ut som caser: *99 Nights in the Forest*, *Brookhaven RP*, *Adopt Me* og *Clip It*. Spillene var blant de mest populære Roblox-spillene i Norge per mai 2026¹⁶, og *Adopt Me* og *99 Nights in the Forest* ligger dessuten på listen over de mest populære spillene i *Barn og medier 2026*. Gjennom disse casestudiene identifiseres funksjoner og elementer i spillene som kan bidra til å skape et unødvendig press på barn og dermed undergrave barnas mulighet til å ta autonome og informerte valg.

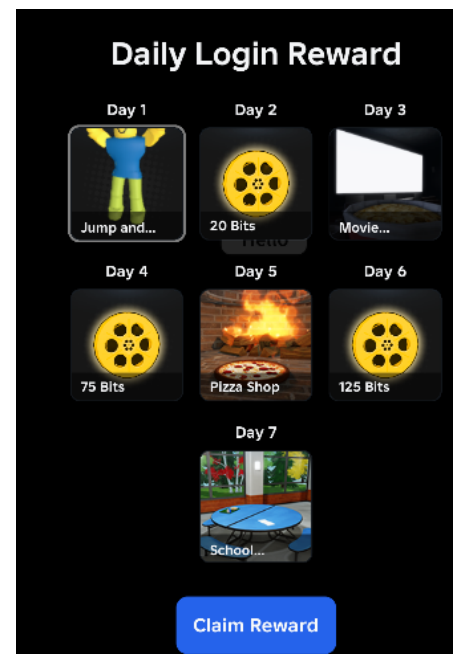
5.1 *Clip It* – «TikTok-spillet» på Roblox

5.1.1 Poenget med spillet

Clip It er som en spillversjon av TikTok. I spillet kan man skrolle gjennom en uendelig strøm av videoer som er laget og delt av andre spillere. Videoene består i hovedsak av scener som er spilt inn i *Clip It* ved hjelp av spillernes egne avatarer. Man kan søke etter innhold basert på søkeord. Det er også mulig å redigere og legge ut eget innhold og å kjøpe antrekk til avataren sin.

5.1.2 Daglige belønninger

Spillet inneholder flere fastholdelsesmekanismer. Et eksempel er daglige belønninger, der spilleren må trykke på «Claim reward» før hen kan gå videre. Dette er en typisk streak-funksjon som belønner daglig innlogging og gjør belønningene mer attraktive jo flere dager på rad spilleren kommer tilbake. Slik oppmuntrer spillet til hyppig og regelmessig bruk.

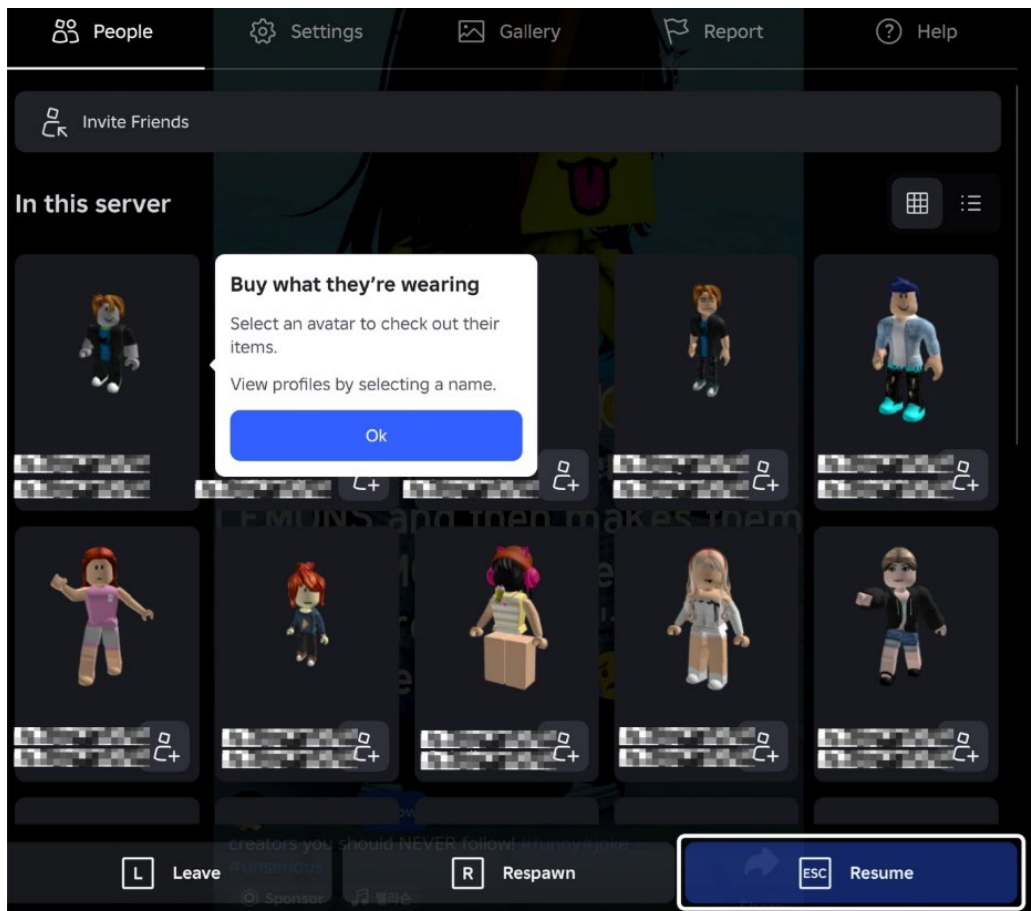


Figur 11 *Clip It*s streak-funksjon. For hver dag du logger inn, får du en belønning. Belønningene blir mer attraktive for hver dag. Skjerm bilde.

¹⁶ Hentet i mai 2026 fra Roblox' side over mest populære spill: <https://www.roblox.com/charts/top-playing-now>. Merk at disse listene oppdateres kontinuerlig, noe som innebærer at innholdet på siden kan ha endret seg siden tidspunktet da dataene ble hentet.

5.1.3 Sosial sammenligning

I katalogen over klær og tilbehør til spillerens avatar blir også andre spilleres avatarer synlige. Her oppfordrer spillet brukerne direkte til å kjøpe de samme klærne som andre brukere har, gjennom meldingen: «Buy what they're wearing». Dette kan forstås som en form for kommersielt og sosialt press, der sosial sammenligning brukes for å stimulere til kjøp.



Figur 12 Oversikten over de andre spillerne som vises i Clip It-serveren, spiller direkte på sosial sammenligning ved at spilleren oppfordres til å kjøpe det samme som de andre avatarene har på seg. Skjermbilde.

5.1.4 En skrollefeed

I feeden kan du skrolle deg gjennom videoer som er laget og delt av andre tilfeldige spillere. Du kan like, kommentere og dele videoene i tillegg til å følge andre spillere. Videoene består i utgangspunktet av opptak og bilder fra Roblox-scener. Under Medietilsynets observasjoner av spillet dukket det for eksempel opp en video der en jente formidlet en historie gjennom scener som hun spilte ut med avataren sin og med tekst på skjermen. Historien handlet om en sykkelulykke der hun skadet beinet og måtte til legevakten for å få en sprøyte, noe som endte med at hun kastet opp. På slutten av videoen var det lagt ved et bilde av beinet hennes med bandasje. Dette tyder på at det er mulig å laste opp bildefiler som ikke er opptak eller bilder fra inni spillet.

Videoen hadde 47 000 visninger. Innhold på Clip It skal, ifølge spillskaperne, modereres etter Roblox' retningslinjer for innhold¹⁷.

Et av barna i intervjustudien viser stolt frem hvordan hun lager en video inne på *Clip it*. Videoen er av avataren hennes. Hun filmer avataren fra ulike vinkler mens den går, hopper, danser og gjør andre bevegelser. Så bytter hun det digitale miljøet avataren filmes i, et par ganger og gjentar prosessen for hvert miljø. Hun filmer fra flere vinkler og bestemmer hvor lange hvert av klippene skal være. Etter at hun er ferdig med filmingen, går hun videre til redigering. Her kan hun endre rekkefølgen på klippene, klippe dem til, legge til overganger og effekter, osv. Hun kan også legge til valgfri tekst og lydspor på videoen. Til slutt publiserer hun videoen og viser oss at den havner på profilen hennes og vises i feeden for andre spillere på *Clip It*.

Et annet barn i undersøkelsen hadde nylig begynt å bruke *Clip It*. Hun sa at hun ennå ikke var så flink til å lage videoer. Hun ønsket å bli bedre og viste stolt frem en video der hun hadde lagt inn en engelsk tekst om at hun ikke var så flink til å produsere videoer. Hun hadde fått flere oppmuntrende kommentarer på engelsk fra ukjente brukere som hadde sett videoen hennes. En av dem skrev at hen kunne hjelpe henne med å bli bedre på videoproduksjon. Jenta som viste oss dette, hadde ikke tilgang til chatten fordi foreldrene hadde deaktivert den ved hjelp av foreldrekontroll. Roblox gjorde det likevel mulig for henne å kommunisere med fremmede ved å motta kommentarer i *Clip it*. Eksempelene viser at begrensninger på den ordinære chatten ikke nødvendigvis hindrer barna i å ha kontakt med ukjente, fordi kommunikasjonen også kan skje gjennom kommentarer, profiler og respons på publisert innhold.

Foreldrene vi har snakket med, synes i liten grad å være klar over at Roblox rommer spill som *Clip It*, der sosiale mediefunksjoner er bygd inn i selve spilldesignet. Samtidig forteller flere av dem at barna ikke har tilgang til tradisjonelle sosiale medier. Eksempelet viser at mange av de samme risikoene som finnes i sosiale medier også kan oppstå i spilltjenester. *Clip It* fungerer i praksis som et sosialt medium, med profiler, deling av innhold, kommentarer, følgere, en innholdsfeed og uendelig scrolling. Barn kan dermed produsere innhold, bli evaluert av andre og komme i kontakt med ukjente brukere innenfor en tjeneste som i utgangspunktet forstås som et spill. Samtidig viser eksempelet at foreldrekontroll som primært er rettet mot chattefunksjoner, har en klar begrensning: Selv når chatten er slått av, kan spillerne kommunisere med andre spillere gjennom andre spillfunksjoner. Risikoen er med andre ord ikke begrenset til separate kommunikasjonsverktøy, men ligger også innebygd i selve spillets struktur og funksjonalitet.

¹⁷ <https://www.roblox.com/games/11765402359/Clip-It>

5.2 99 Nights in the Forest: når spilldesignet skaper stress og press

Roblox-spillet 99 Nights in the Forest er et tydelig eksempel på hvordan et spilldesign kan gjøre det vanskelig å avslutte spillingen. Det var dette spillet barna i intervjustudien snakket mest om, og som så ut til å skape det største engasjementet.

5.2.1 Poenget med spillet

Poenget med spillet er å overleve hundre netter i en farlig skog. For å overleve hundre netter må man samle inn ressurser og bygge og lage ting å forsvare seg med. Spilleren har en base med et bål som hen skal fylle på med ved og andre brennbare ting hen finner i skogen for å gå opp i nivå. Når man går opp i nivå, utvides skogens grenser, og man kan utforske mer av kartet. Jo lenger spilleren beveger seg fra leirplassen, desto flere farelementer dukker opp. En av guttene i intervjustudien forklarte at det nettopp er denne spenningen og følelsen av at noe står på spill, som er grunnen til at spillet er gøy:

Du må survive, og det er gøy siden jeg liker survival games. Jeg liker å fighte for livet mitt. – Gutt 11 år



Figur 13 Du må fylle på bålet for å gå opp i nivå. Deretter må du hele tiden fylle på bålet for ikke å gå ned i nivå. Samtidig må du sørge for å spise for å holde deg i live. Behovene dine og bålet vises som barometer som kontinuerlig tømmes. Skjerm bilde.

5.2.2 Hastverk og mye som står på spill

Tre elementer ved spilldesignet skaper spesielt stort press for å fortsette spillingen.

For det første foregår spillrundene i sanntid. Dagene man spiller for å overleve, foregår parallelt for alle som deltar i samme runde, og spillet kan derfor ikke settes på pause. Dette gjør det vanskelig å avbryte spillingen uten at det får konsekvenser for det som skjer i spillet der og da.

For det andre er spillet tydelig designet for flerspill og samarbeid. For å holde bålet i gang og samtidig forsvare seg mot angrep og andre farer er spillerne avhengige av å være flere. Mengden oppgaver, farer og ressurser som må håndteres, er så stor at det i praksis er svært vanskelig, om ikke umulig, for én spiller å klare alt alene. Når de andre spillerne i tillegg er avhengige av din innsats for å lykkes i runden, skapes det et betydelig sosialt press for å fortsette å spille.

Jeg pleier aldri å spille dette alene, det er nesten umulig å gjøre. Det er veldig vanskelig å spille alene, for hvis du dør, da kan ingen komme å redde deg. – Gutt 11 år

Barna finner løsninger for å overleve og bevare progresjonen i tilfeller der de må følge foreldrenes beskjed om å forlate spillet:

Hvis jeg må gå og vennene mine fortsatt spiller, så bygger vennen min en sånn greier rundt meg, og så er jeg inni der. Hvis jeg dør, så pleier han å ha bandages, så han kan komme og redde meg. Men hvis jeg dør og han har ikke det, så pleier jeg å vente litt til han finner én og gjør så jeg overlever. – Gutt 11 år

For det tredje mister man all progresjon i spillet når man dør. Dette skaper en stor risiko ved at man står i fare for å miste progresjonen man har brukt flere minutter og kanskje timer på å oppnå. Barna som er inne i en pågående overlevelsesrunde, som vil si at de har investert tid i å bygge opp leiren sin og samle utstyr, er avhengige av hverandre for å overleve så mange netter som mulig. Jo flere netter de overlever, desto høyere blir terskelen for å avslutte spillingen fordi stadig mer står på spill. At spillet verken kan settes på pause eller lagres på en enkel måte, forsterker denne opplevelsen ytterligere. Å avslutte spillingen kan dermed innebære tap av fremgang, samarbeid og i noen tilfeller også penger som er brukt i spillet.

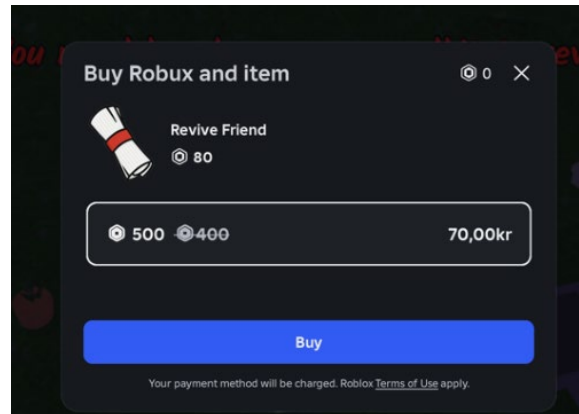
Poengscorene og progresjonssporingen i spillet er også viktige elementer for barna. De sammenligner gjerne hvor lenge de har overlevd, og hvilke rekorder de har. Når man skal velge lag i starten av spillet, vises spillernes rekord i antall netter de har overlevd over avatarene deres. Dette gjør det enkelt for spillerne å sammenlikne seg med hverandre, og kan få betydning for om andre velger å være på lag med deg eller ikke. Disse blir dermed elementer i spillet som kan brukes til å sammenligne seg med andre, og som kan skape et behov for å spille mer og overgå tidligere rekorder.

Jeg har klart 324 netter. Jeg spilte så lenge. Jeg måtte lade min egen iPad siden den skulle til å dø. Jeg ville ikke dø, det var derfor jeg spilte så lenge. Så man får mer scores [...]. Jeg spilte så lenge at jeg fikk vondt i hodet. Men selv om det tok veldig lang tid, så ga jeg ikke opp. – Gutt 11 år

Gutten mente selv at det tok ca. 9 timer å nå rekorden på 324 netter i *99 Nights in the Forest*.

5.2.3 Et uimotståelig kjøpstilbud: å kjøpe seg tilbake fra de døde

Når man dør i *99 Nights in the Forest*, dukker det opp et fristende kjøpstilbud. Du får muligheten til å gjenopplive deg selv mot betaling i Robux. Du kan gjenopplive andre lagkamerater med et førstehjelpsskrin som du kan finne i skogen. Men du kan ikke gjenopplive deg selv på andre måter enn å bruke penger. Dette kjøpstilbudet blir veldig fristende siden det inntreffer på et punkt der du mest sannsynlig vil være mer tilbøyelig til å gjøre et impulskjøp, spesielt hvis andre lagkamerater er avhengige av deg.



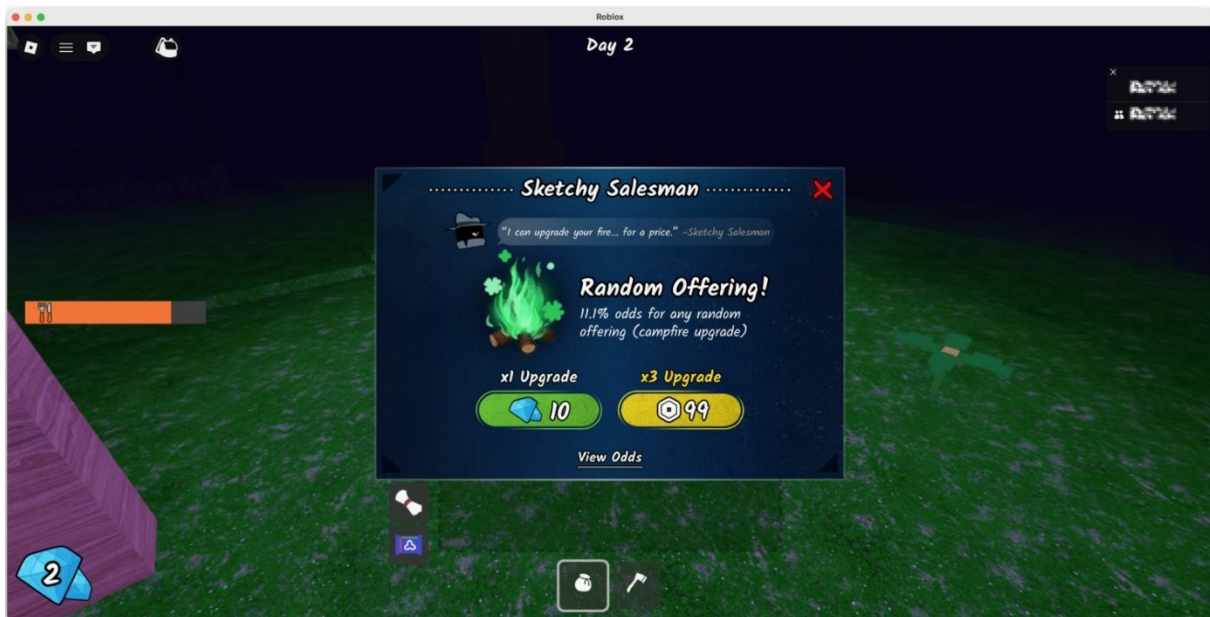
Figur 14 Når du dør, får du muligheten til å kjøpe tilbake livet ditt. Du får også samme mulighet hvis en av vennene dine dør. Kjøpstilbudet blir ekstra attraktivt siden det tilsynelatende er rabattert.

En slik plassering av kjøpsmuligheten kan fremme impulskjøp uten at man nødvendigvis synes det var verdt det i ettertid. Et av barna i intervjustudien fortalte at hun angret på å ha brukt Robux på å gjenopplive seg selv og andre spillere i *99 Nights in the Forest* fordi de uansett tapte like etterpå. Selv sier hun det slik:

Eller kanskje når jeg kjøper sånn ... Når man dør i 99 Nights, og så kommer man seg ikke til 99 netter, så man forlater bare spillet. Hvis begge to dør, så koster det 200. Da angret jeg på at jeg kjøpte en revival, for jeg gidder ikke liksom å bruke 200 Robux på å revive alle. – Jente 11 år

5.2.4 Overraskelsespakke

99 Nights in the Forest inneholder en lootboks-funksjon i form av «Sketchy salesman». Dette er en figur som oppholder seg like utenfor leiren din. Han tilbyr seg å fylle på bålet ditt uten at du vet om det vil føre til at bålet blir større eller mindre. Dermed vet du heller ikke om du vil gå ned eller opp i nivå. Du må betale penger for at han skal fylle på bålet, enten med valutaen i spillet eller med Robux. «Sketchy salesman» er med andre ord en lootboks siden du betaler for noe og ikke vet nøyaktig hva du får. Dette er noe som fører til at spill som følger PEGI-merkingen, får 16-årsgrense.



Figur 15 «Sketchy salesman» er en lootboks. Figuren tilbyr seg å fylle på bålet ditt. Du vet ikke om kjøpet vil påvirke bålet ditt positivt eller negativt.

5.3 Adopt me: et byttehandelsspill

Adopt Me er et av de mest spilte spillene på Roblox i Norge per mai 2026.

5.3.1 Poenget med spillet

I *Adopt Me* eier du kjæledyr som du skal ta vare på slik at de går opp i nivå. Spillere kan bytte kjæledyr og følge opp dyrenes behov som sult, søvn og hygiene. De kan tjene spillpenger, såkalte «Bucks», og bruke disse på nye dyr, egg eller hus. Når du gjennomfører en aktivitet, belønnes dette med en fyverkerianimasjon av pengesedler på skjermen, og du tjener «Bucks» for hver handling du fullfører.

For barna i intervjustudien som liker spillet, ligger mye av appellen i å samle sjeldne eller søte dyr, bytte med andre og gjøre huset sitt til sitt eget sted.

5.3.2 Stor vekt på penger og byttehandel

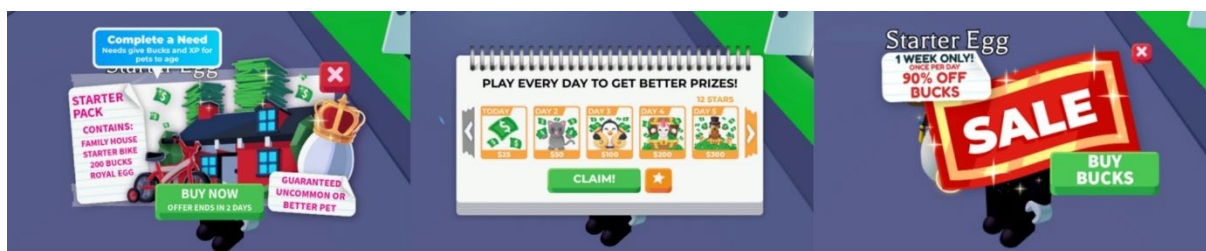
Adopt Me handler i stor grad om å byttehandle kjæledyr. Kjæledyr kan byttes direkte med andre spillere eller på spillets kasino. Man kan også kjøpe kjæledyr med ekte penger. Man kan se andres byttehandel i «trade chats» mellom spillere som byttehandler med hverandre, og andre spillere kan sende deg invitasjoner til å bytte. Dette er mulig selv om man ikke har tilgang på kommunikasjonsmuligheter som chat.

Spillet opererer med et rangeringssystem der kjæledyr og gjenstander kan ha ulik grad av sjeldenhet. Kjæledyr rangeres i verdi fra vanlige til ekstremt sjeldne. Hvis man skal byttehandle ultraverdifulle gjenstander, er man nødt til å ha en sikkerhetslisens. Da må man innom «the safety hub» i spillet og svare på noen spørsmål om byttehandel. Dersom man er i ferd med å

gjøre en byttehandel som er ubalansert, dukker det opp en advarsel som informerer deg om at dette er en utrygg handel.

5.3.3 Mange salgstilbud som kan skape kjøpepress

Spillet inneholder mange salgstilbud. I løpet av det første minuttet i spillet eksponeres spilleren for flere tilbud og tidsbegrensede kampanjer som dukker opp midt på skjermen og må krysses ut for at spillingen skal kunne fortsette. Eksempler på slike budskap er «Buy bucks», «1 week only!» og «90% off bucks». Spillet bruker røde varselikoner og andre virkemidler for å trekke spillerens oppmerksomhet mot disse salgstilbudene. Flere av tilbudene handler om å kjøpe «Bucks» med Roblox' egen valuta, Robux.



Figur 16 Når du logger inn i Adopt Me, blir du bombardert med salgstilbud, muligheter for å høste daglige belønninger og andre kjøpstilbud. Skjerm bilde.

5.3.4 Belønning for å bli, bruke tid og returnere

Spillet inneholder også mange fastholdelsesmekanismer. Man får «Bucks» for hvert tiende minutt man har spilt. Adopt Me har også en streak-funksjon. Man får egne belønninger for å åpne spillet daglig. Da kan man få bonus i form av «Bucks» eller andre attraktive gjenstander. Utenfor huset ditt i spillet står innloggings-streaken din.

I tillegg må du hele tiden utføre repetitive oppgaver i et høyt tempo for å sørge for at kjæledyret ditt har det bra. Kjæledyret ditt blir raskt sultent, tissetrengt, skittent og trøtt. Spilleren blir fortalt dette gjennom flere barometer som tømmes raskt, og som skaper et tidspress for å utføre handlinger. Spillet krever at spilleren gjennomfører handlinger om og om igjen. Hvis man ikke rekker å dekke kjæledyrets behov før barometeret tømmes, blir kjæledyret tydelig trist, noe som kan skape stress og et press om å utføre oppgaver for å dekke kjæledyrets behov.

I enkelte spill kan begrenset tilgang til Robux gjøre progresjonen tregere eller gjøre det vanskeligere for barna å få tak i gjenstander de opplever som sentrale for spillet. Et barn fortalte for eksempel at mye av poenget med Adopt Me forsvant da egg og andre gjenstander ble dyrere, og at barnet trolig fortsatt ville spilt dersom det var mulig å få tak i dem.

5.3.5 Overraskelsespakker

Adopt Me inneholder en lootboks-funksjon. I spillverdenen finnes det et slags marked der du har muligheten til å kjøpe en gave fra julenissen. Man vet ikke hva pakken inneholder, men innholdet kan variere fra en vanlig til en ultraverdiful gjenstand. Man kjøper disse overraskelsespakkene uten å vite nøyaktig hva man får, men det er en liten sannsynlighet for å få sjeldne gjenstander. Som tidligere nevnt vil dette ifølge PEGI-merkingen føre til at spillet får 16-årsgrænse.



Figur 17 Julenissen på markedsplassen i Adopt Me er en lootboks. Her kan du kjøpe gaver du ikke vet hva inneholder,

5.4 Brookhaven RP: et sted å henge med vennene sine

Brookhaven RP er et av de mest spilte Roblox-spillene i Norge per mai 2026. Det er også et av spillene som nevnes ofte i intervjuene med barna.

5.4.1 Poenget med spillet

Brookhaven RP er et rollespill der spilleren beveger seg rundt i et nabolag. Spillet gir tilgang til eget hus, egne biler og til steder som butikker, politistasjon og sykehus. Aktiviteten består i stor grad av å utforske byen og spille ut ulike scenarioer sammen med andre. Mye av spillingen handler om rollelek, for eksempel familielek eller iscenesettelse av hendelser i byens ulike institusjoner.

5.4.2 En sosial møteplass

I Brookhaven RP handler det først og fremst om å henge, utforske og skape situasjoner sammen med andre. Her ligger det også en motivasjon i muligheten til å kunne gjøre voksenting eller å iscenesette situasjoner som barna ikke har tilgang til i egne liv. Det er for eksempel populært å leke familie. Spillet lar deg definere rollen din som enten forelder, besteforelder, tenåring, barn osv. Det er også vanlig å spille ut mer dramatiske rollespill, som å rane en bank, spille hjemløs, bli mobbet eller mobbe eller å begå kriminalitet:

Du kan egentlig gjøre hva du vil i Brookhaven RP, som du ikke kan gjøre i det vanlige livet. [...]. Nå skal jeg kjøpe et hus. – Gutt 11 år

At spillet fungerer som et åpent rollespill, gjør at det fungerer best når barna har noen å spille med eller har en idé til rollelek. Uten dette opplever barna spillet som formålsløst.

Brookhaven RP skiller seg fra spill som *99 Nights in the Forest* ved at det ikke har den samme typen målbare progresjon, og ved at spillerne ikke risikerer å miste noe vesentlig dersom de går ut. Fordi aktiviteten i større grad skapes der og da og ikke er bundet til en runde som må fullføres, virker det også lettere å avslutte:

*Mens i Brookhaven kan jeg avslutte når som helst, jeg mister liksom ingenting. –
Gutt 10 år*

5.4.3 Premium-abonnement

Spillere kan betale for et premium-abonnement for å få tilgang til flere gjenstander og funksjoner i spillet. Dersom man har et premium-abonnement, kan man for eksempel kjøpe kulere biler og hus, og spillerens brukernavn får sin egen farge i chatten. Siden *Brookhaven RP* først og fremst er et sosialt spill og et rollespill, er det grunn til å anta at kjøpepresset kan forsterkes gjennom sosial sammenligning med andre spillere som har tilgang til mer attraktive gjenstander, flere funksjoner eller mer spennende roller.



Figur 18 *Brookhaven RP* tilbyr et premium-abonnement. Hvis du abonnerer på det, får du tilgang til kulere biler og hus, og brukernavnet ditt får en egen farge i chatten. Skjerm bilde.

5.4.4 Veier rundt stengt chat

Siden spillet er et rollespill, krever det at man har muligheten til å kommunisere med de man spiller med. I *Brookhaven RP* kan man kommunisere med andre spillere selv om man ikke har tilgang på chat. Dette kan man gjøre gjennom «Quick chat». «Quick chat» er en chattefunksjon i *Brookhaven RP* hvor man kan sende korte og ferdigskrevne meldinger. Disse meldingene er for eksempel «Thank you», «Sorry», «Be my child» og «Follow me».



Figur 19 Brookhaven RP har en «Quick chat»-funksjon der du kan sende korte, ferdigskrevne meldinger. Skjermbilde.

Brookhaven RP åpner også opp for kommunikasjon gjennom andre tekstflater enn chat. For eksempel kan man skrive tekst på plakater som avatarene kan holde. Det som står på disse plakatene, er synlig for alle i spillet. Teksten på disse plakatene modereres, og dersom du for eksempel forsøker å skrive «Add me on snap», dukker dette opp som #####. Denne modereringen fremstår som maskinell.

Et av barna i intervjuundersøkelsen forteller om venner som ikke har tilgang til den vanlige chatten, men som likevel kommuniserer med andre ved hjelp av slike plakater. En annen sier at både spillere og Roblox selv kan sette opp slike plakater, og at det ikke alltid er tydelig hvem som er avsender. Det virker dermed som om flere av barna er usikre på hvor budskapene kommer fra, og om de er en del av spillet eller skrevet av andre spillere. Spillere kan med andre ord kommunisere på andre måter enn gjennom chatten også i dette spillet.



Figur 20 Det finnes måter å kommunisere på selv om man ikke har tilgang på chat. I Brookhaven RP kan avatarene holde plakater, hvor spillerne kan skrive egne meldinger. Skjermbilde.

Samlet viser disse eksemplene hvordan tekstbaserte funksjoner inne i spill kan fungere som alternative kontaktflater mellom barn og andre spillere, også i situasjoner der chatten er begrenset, eller foreldrene antar at kommunikasjonen er under kontroll.

Spillet Pls Donate viser en annen variant av den samme mekanismen. Her går spillet ut på å be andre spillere om Robux-donasjoner, noe som skjer ved at spillerne skriver oppfordringer på synlige plakater eller stander inne i spillet. Også i dette tilfellet fungerer teksten som en måte å henvende seg til andre spillere på, også for barn som ikke har tilgang på den vanlige chatten.



Foreldreregulering



6 Foreldreregulering

6.1 Roblox havner i foreldrenes blindsoner

6.1.1 Foreldre spiller ikke Roblox-spill sammen med barna

Selv om Roblox er en av de mest brukte digitale tjenestene blant barn i alderen 9 til 12 år, ser mange foreldre i intervjustudien ut til å ha begrenset innsikt i hva barna faktisk gjør der.

Få av foreldrene i intervjustudien har selv forsøkt å spille Roblox-spill. Det er også få som i noen særlig grad har observert barna spille noen av spillene på plattformen. Enkelte foreldre er ikke klar over at Roblox er en spillplattform med mange ulike spill, men tror det er snakk om et enkelt spill.

Når familiene spiller sammen, er det andre spill som velges. Flere forteller at de spiller for eksempel Super Mario, Lego-spill, Minecraft eller EA Sports FC sammen. Dette er spill som foreldrene opplever som lettere å forstå, mer meningsfulle eller bedre egnet til felles aktivitet.

Minecraft trekkes for eksempel frem som et spill der foreldre og barn kan bygge sammen og samarbeide. EA Sports FC beskrives som en sosial konkurranseaktivitet, mens Super Mario-spill og Lego-spill fremstilles som mer familievennlige.

Bare 25 prosent av barn og unge som spiller dataspill, er enige i at foreldrene følger godt med på deres bruk på dataspill, mens 42 prosent er uenig. Foreldreregulering av barnas spilling er tydeligst blant 9–12-åringene, der 45 prosent svarer at de er enige i at foreldrene følger godt med på dataspillingen deres, mens 22 prosent er uenig (Barn og medier 2026).

6.1.2 Foreldre opplever Roblox som uoversiktlig og lite meningsfull

En av grunnene til at foreldre ikke har spilt Roblox-spill med barna, er at de synes at spillplattformen er uoversiktlig, kjedelig eller formålsløs. Spilldesignet i Roblox-spill skiller seg fra andre spill som Minecraft, EA Sports FC og Super Mario. Grafikken på Roblox er svært enkel i mange av de populære spillene, og oppgavene man skal utføre, kan være repetitive, enkle og lite spennende i voksnes øyne. Foreldrene som har forsøkt å gjøre seg litt kjent med plattformen og spillene der, beskriver Roblox som billig utformet og spillene som hjernedøde siden de ikke utfordrer det kognitive:

Roblox er så veldig hjernedødt. Hadde det vært noe som utfordret hjernen litt, så er det noe annet. Men de Roblox-spillene er så veldig sånn at du bare skal sitte og trykke og ta ting. Det er så veldig kortsiktig, du trenger ikke å tenke ordentlig, og det er også veldig intenst. – Far til jente 10 år

En forelder opplever at Roblox, på linje med andre spill, er designet for å gjøre folk avhengige av spillene:

Spill er jo designet for å få folk avhengige og spille mer og kjøpe ting. – Far til gutt 11 år

Nettopp fordi plattformen fremstår som lite meningsfull for de voksne, blir Roblox en arena foreldrene i liten grad får lyst til eller klarer å delta i:

Jeg synes jo selv spillene ser veldig kjedelig ut. Så jeg har ikke hatt lyst til å engasjere meg, selv om jeg sitter med dårlig samvittighet, for jeg vet at jeg burde ha engasjert meg mer. Men jeg skulle ønske at hun spilte bra spill. – Mor til jente 10 år

Når foreldrene i liten grad spiller selv og synes det er vanskelig å følge med på spillingen siden den oppleves uoversiktlig, havner Roblox lett i foreldrenes blindsoner. Konsekvensene er at Roblox blir en arena der barn i stor grad er alene, og at det er vanskelig for foreldrene å ha oversikt over hva barna gjør på plattformen.

6.1.3 Roblox versus sosiale medier

Alle foreldrene i intervjustudien ser ut til å vurdere barnas bruk av spill mindre kritisk enn barnas bruk av sosiale medier, også når det gjelder spill med høyere aldersgrense enn barnets alder. Ingen av barna i utvalget har kontoer på sosiale medier som Snapchat, Facebook, Instagram eller TikTok. Dette er et område der foreldrene har satt tydelige grenser, og flere forteller at de ønsker å utsette barnas tilgang til sosiale medier så lenge som mulig. Dette samsvarer med funn i *Barn og medier 2026*, som viser at en langt større andel 9–12-åringer bruker Roblox og YouTube enn Snapchat og TikTok.

Selv om Roblox regnes som en spillplattform, ligner den på flere måter på sosiale medier. Plattformen bygger på brukerskapt innhold, krever at brukeren oppretter en konto, og har nettverksfunksjoner som gjør det mulig å legge til venner og følge andre brukere. Den inneholder også flere fastholdelsesmekanismer, som varslinger, popularitetsindikatorer, anbefalingsalgoritmer og en katalog av tilgjengelige spill og opplevelser som legger til rette for tilnærmet uendelig skrolling. Barn kan dermed møte mange av de samme risikoene på Roblox som på sosiale medier.

6.2 Foreldrenes reguleringspraksiser

At Roblox i stor grad havner i foreldrenes blindsoner, betyr ikke at foreldrene er uten bekymringer.

6.2.1 Tidsbruk

Barnas tidsbruk på Roblox fremstår som en sentral utfordring i foreldrenes regulering av barnas spilling.

Bare tre av de tolv familiene som ble intervjuet, hadde tydelig definerte grenser for barnas spilletid. Disse familiene hadde tydelig formulerte regler for hvor mye barna får spille, når på døgnet, og når i uka de får spille. Slike grenser kunne være formulert som muntlige avtaler eller settes teknisk gjennom foreldrekontroll i Roblox eller skjermtidsinnstillinger på barnets enheter. Et av barna vi møtte, hadde regler om at han ikke fikk spille mandag til og med torsdag, men hadde deretter fri spilling fra fredag til og med søndag. En annen hadde fått tildelt en ramme på maks to timer i ukedagene.

Likevel er det flere av foreldrene som beskriver at de aktivt tilrettelegger for at barna skal få avsluttet i tide uten at konfliktnivået skal bli for høyt. I praksis innebærer dette ofte en gradvis nedtelling: først beskjed om at det er middag om 20 minutter, deretter om 10 minutter, om 5

minutter og til slutt at maten står klar. Denne typen forhåndsvarsling ser ut til å gjøre overgangen lettere fordi barnet får tid til å avslutte det de holder på med, varsle venner eller finne et naturlig stoppunkt i spillet. Når kommunikasjonen derimot oppleves som uklar eller for brå, kan det raskt oppstå konflikt. En forelder forteller for eksempel at sønnen tolket en middagsbeskjed som et krav om å avslutte spillet umiddelbart, noe som førte til frustrasjon og motstand.

Men hvis de bare har sittet og spilt hele dagen, så, nei, nå får dere gi dere, dere vet at vi spiser middag. Dere vet at det er leggetid [...]. Det kan bli ordentlig dårlig stemning hvis vi sier at nei nå er det slutt, nå er det nok, ikke sant. Da kan det bli ganske heftig diskusjon. – Mor til gutt 10 år

Samtidig viser materialet at noen foreldre forsøker å unngå slike konflikter ved å tilpasse familiens rutiner til barnas spilling. I enkelte familier får barna spise på rommet mens de spiller i stedet for å delta i et felles måltid, eller de får ha med seg mobilen eller nettbrettet til bordet.

6.2.2 Kontakt med fremmede

Foreldrenes mest uttalte bekymring knyttet til Roblox handler om risikoen for at barna skal komme i kontakt med fremmede.

De fleste foreldrene vi har snakket med, uttrykker at barna først og fremst bør spille og kommunisere med venner, familie eller andre de kjenner fra før. Et søskenpar beskrev det som at «vi får lov til å spille og chatte med hvem vi vil, unntatt fremmede». Mange har også snakket med barna om hva de bør gjøre dersom fremmede tar kontakt, og bruker konkrete hendelser de har hørt om via medier eller sosiale nettverk som utgangspunkt for samtaler om risiko, grenser og trygghet. Rent konkret forsøker foreldrene å regulere barnas kommunikasjon gjennom muntlige regler, foreldrekontroll og løpende dialog.

6.2.3 Kjøp i spill

Robux er et stadig tilbakevendende forhandlingspunkt i familien fordi barna hele tiden møter nye ting de ønsker seg, og foreldrene må ta stilling til hvert enkelt kjøpsønske. Flere foreldre bruker derfor barnas ønsker om å kjøpe og bruke Robux som en oppdragelsesarena. De er opptatt av å vise barna pengenes verdi og vil at de skal få en forståelse av at Robux er reelle penger. Dette kan skje både gjennom regler for bruk av egne penger, gjennom belønning eller gjennom mer situasjonsbestemte vurderinger når barnet ber om et konkret kjøp.

Hvis barna gjør noe hjemme eller noe som jeg tenker de kan tjene penger på, så kan jeg gi dem Roblox-penger [...]. Det funker veldig bra for å motivere dem til å gjøre noe. – Mor til jente 10 år

For enkelte foreldre er det viktig å legge til rette for reflekterte kjøp. Barnet har et betydelig selvstendig handlingsrom når det gjelder kjøp i spill, selv om foreldrene må godkjenne kjøp av Robux. Når Robux først er på kontoen, kan barnet bruke valutaen uten ny foreldregodkjenning. Dette gjelder også Robux fra gavekort siden slike innløsninger i utgangspunktet ikke omfattes av foreldrenes beløpsgrense eller godkjenning. For å unngå impuls kjøp ber enkelte foreldre barna om å reflektere en gitt tid før et eventuelt kjøp. Foreldrene har ikke her noen spesifikke restriksjoner om hva som kan og ikke kan kjøpes i Roblox. De er heller opptatt av at barna tar gjennomtenkte valg.

Det er liksom den forståelsen for at det faktisk er verdt penger i spillet, og at hun ikke må sløse med dem. Så før hun forstod det, så kunne hun bare trykke vilt, og så hadde hun kasta bort Robuxen på et eller annet hun ikke visste at hun kjøpte. For hun skjønte ikke at det var penger. Men nå skjønner hun det da. – Mor til jente 11 år

Et prinsipp som nevnes av foreldre i intervjuundersøkelsen, er at ekte penger må gå via barna før de veksles inn i Robux. På denne måten skal barna enklere forstå at Robux har en verdi. Dette gjelder selv om selve betalingen skjer via foreldrenes konto. Enkelte foreldre legger vekt på at barna må benytte egne oppsparte penger til Robux. Dette kan være ukepenger, penger de har tjent på å hjelpe til hjemme, eller penger de har fått i gave. Jevnt over ser det ut til at engangssummer på maks 200 til 300 kroner representerer den øvre grensen for engangskjøp blant familiene som åpner for kjøp av Robux, i vår undersøkelse.

6.3 Foreldrekontroll kan være uoversiktlig og mer eller mindre effektivt

Flere foreldre ønsker mer kontroll enn de faktisk klarer å iverksette. Foreldrekontroll ser ut til å fungere best når den er rettet mot konkrete funksjoner på plattformen, som skjermtid, kjøp eller kontoinnstillinger. Samtidig er barnas *faktiske bruk* mer sammensatt. Ettersom barnas spilling på Roblox gjerne foregår over flere enheter og tjenester, kan det være vanskelig å ha oversikt over innstillinger og aldersgrenser alle steder. Foreldrene må forholde seg til både Roblox-kontoen, enheten barnet spiller på, aldersinnstillinger og eventuelle andre apper barnet bruker samtidig. Det gjør kontrollarbeidet mer sammensatt enn å aktivere én enkelt foreldrekontrollfunksjon i Roblox. Denne kompleksiteten tar motet fra mange av foreldrene. Flere gir uttrykk for at de gjør sporadiske forsøk på å sette opp kontroll, men gir opp når det blir for komplisert, tidkrevende eller konfliktfylt å følge opp på tvers av barnets samlede digitale bruk.

På PlayStation så er det 1,5 time. Det er så mange apper man må forholde seg til, fordi ... Dette her er – jo, Xbox-family heter den. Også er det Family-link til Google-tingene, også er det da PlayStation Family eller hva det heter [...]. Jeg lurer på om det ikke er der, jeg lurer på om det er i iPad-begrensningen [...]. Den spilletidsgrensen på Roblox er på to timer... Den snakker jo ikke sammen med PlayStation, så da må man ha litt tunga rett i munnen. – Far til jente 10 år

Barnas liv på Roblox er mangesidig og sammensatt. Som vi har vist gjennom casestudiene av enkeltspill, er det vanskelig å fjerne all risiko gjennom foreldrekontroll, for eksempel når det gjelder chatten. Vi har sett at risikoene foreldrene forsøker å eliminere ved å sette opp begrensninger på et overordnet nivå, gjenoppstår i konkrete spillfunksjoner, for eksempel i *Clip it* og i *Brookhaven RP*. Den samme utfordringen oppstår for de foreldrene som forsøker å regulere skjermtiden. Skjermtid på én enhet betyr ikke nødvendigvis at all spilling opphører. Barna kan flytte seg over på nye digitale enheter eller apper som ikke er omfattet av skjermtiden foreldrene har forsøkt å sette.

Med den der foreldrekontrollen kan du jo ha på tre forskjellige steder. Det er et surr. Vi finner nesten aldri frem, og så vi får nesten aldri låst opp igjen. Så det blir

begrensa, kanskje for mye da, så da må vi slippe litt opp, og da blir det for mye. Så det handler om tillit og kunne stole på og snakke sammen, og følge opp at de faktisk holder det de lover da, og ikke gjør ting som ikke er bra. – Mor til gutt 10 år

I slike situasjoner blir kontrollen ofte mer muntlig og situasjonsbestemt. Foreldrene snakker med barna om hvilke rammer som gjelder, hva som er greit, og hva barnet skal gjøre dersom noe oppleves ubehagelig eller uoversiktlig.

Intervjuene med barn får også frem at de i flere tilfeller klarer å omgå aldersgrensene som er knyttet til Roblox sin alderskontroll. I tillegg kan enkelte spillmekanismer, som tidsbegrensede eventer, belønninger og manglende lagringsmuligheter, gjøre det vanskelig for foreldrene å følge opp ønsket om å begrense spillingen fordi barnet opplever at noe skjer akkurat her og nå. Kontrollmekanismene som ligger i foreldrekontroll-løsningene på Roblox, kan dermed gi foreldrene mer styring over enkelte funksjoner, men ikke nødvendigvis over barnas samlede spillhverdag.

6.4 Barnas metoder for å omgå ulike begrensninger

6.4.1 Barna omgår Roblox' alderskontroll og oppretter alternative spillkontoer

Som tidligere nevnt tilbyr Roblox alderskontroll gjennom ansiktsskanning. Barna i intervjuundersøkelsen beskriver flere måter å omgå denne kontrollen på. De sier det er mulig å manipulere ansiktsskanningen på Roblox, for eksempel ved å sminke seg eller få eldre barn til å skanne ansiktet sitt. Et av barna vi intervjuet, snakker om at hun skal låne ansiktet til en kusine:

Barn og medier 2026 viser at 11 prosent av 9–12-åringene oppgir at de har en profil eller bruker i sosiale medier som foreldrene ikke kjenner til.

Men jeg det jeg har tenkt til å gjøre. Jeg har en kusine som ligner kjempemye på meg, og hun er mye eldre, så jeg har tenkt til å spørre henne om hun kan gjøre det. – Jente 10 år

Enkelte av barna vi intervjuet, opererer med flere Roblox-kontoer, såkalte «alt accounts». «Alt accounts» er alternative spillkontoer der barna oppgir en annen alder enn den de faktisk har, for å få tilgang til flere funksjoner på spillplattformen. «Alt accounts» er et kjent fenomen blant mange barn, og det finnes en rekke instruksjonsvideoer («tutorials») om hvordan man setter opp slike kontoer, på nettet. At barn oppretter alternative kontoer med en høyere alder enn sin egen, kan gi dem tilgang til funksjoner som foreldrene ikke nødvendigvis kjenner til. Ved å oppgi høyere alder kan de for eksempel få tilgang på talechat som gjør at de kan snakke med andre spillere på Roblox:

Det der er bare en sånn random alt account som jeg fikk voice chat på. Voice chat er sånn at man kan snakke i spill [...]. Jeg tok på sminke og prøvde å se ut som en voksen, og så fikk jeg høyere aldersgrense på Roblox. – Jente 11 år

For foreldrene kan alderskontrollen fremstå som en trygghetsmekanisme, men alternative spillkontoer viser at tekniske sikkerhetstiltak ikke nødvendigvis gir foreldrene den kontrollen de tror.

6.4.2 Barna finner strategier for å bruke mer penger

På tross av at pengebruk er et område hvor foreldrene i stor grad opplever å ha kontroll, ser vi at barna også her har sine metoder for å omgå foreldrenes retningslinjer. Gjennom intervjuene har vi avdekket to måter barna kan tjene opp Robux på som ikke innebærer at foreldrene godkjenner via sin betalingsportal.

6.4.2.1 Spill som lar barna donere Robux

Gjennom Roblox-spillet *Pls Donate* kan barna tjene Robux uten å gå gjennom foreldrenes betalingsløsning. Gjennom spillet kan man be om Robux-donasjoner ved å sette opp en såkalt stand. Når andre spillere ser standen, og dermed forespørselen, kan de velge å godta og donere Robux.

6.4.2.2 Gavekort

Ved å kjøpe fysiske Roblox-gavekort i butikk kan barna få tilgang til Robux uten å være avhengig av foreldrenes godkjenning. Dette forutsetter imidlertid at barna har tilgang til penger.

Basert på disse metodene kan det virke som om flere barn har et større Robux-forbruk enn foreldrene er klar over. Det må imidlertid understrekes at kun en liten andel av barna i utvalget nevnte at de brukte metoder for å omgå begrensninger på pengebruk.

6.4.2.3 Tilgjengelig kortinformasjon

Noen foreldre forteller også om tilfeller der kortinformasjonen deres har blitt lagret og dermed vært tilgjengelig for barna, som igjen har utnyttet dette. Dette ser imidlertid ikke ut til å være et utbredt problem. Foreldrene med slike erfaringer viser til tilfeller tilbake i tid. Foreldrene later til å være svært bevisste på hvilken informasjon de gjør tilgjengelig for barna. Samtlige av barna må, ved direkte kjøp av Robux, gjennom foreldregodkjenning.

6.4.3 Barna finner strategier for å forlenge spilltiden

Mange av barna i intervjustudien har funnet ulike måter å skaffe seg mer spilletid på. Det ser ut til at foreldrene kjenner til noen av strategiene, men at de velger å se gjennom fingrene med dem, mens andre i større grad går under radaren.

Noen barn har for eksempel funnet ut hvilken kode moren bruker for å gi mer skjermtid, og taster denne inn når tiden deres er ute. Barna tror at moren ikke vet at de kjenner koden, men i praksis får hun varsel på mobilen hver gang den brukes. Likevel velger hun å ikke konfrontere dem med dette.

Andre barn har kun skjermtidsbegrensning på Roblox og går derfor over til andre spill når tiden på Roblox er brukt opp. Resultatet er at de samlet sett bruker langt mer tid på skjerm enn det foreldrene egentlig har ment å tillate.

Flere barn har også skjermtidsbegrensninger knyttet til bare én av spillene sine. De kan for eksempel ha brukt opp skjermtiden på iPad-en, men går over til en spillkonsoll for å fortsette Roblox-spillingen. Slik kan de fortsette å spille selv om én teknisk begrensning er nådd.



Oppsummering

7 Oppsummering

Medietilsynets analyser av spill på Roblox og intervjuer med familier der barna bruker denne spillplattformen, tegner et tydelig bilde: Roblox er utformet slik at profitt veier tyngre enn hensynet til barnets beste. Barn som bruker denne digitale tjenesten utsettes for et massivt kommersielt press, og plattformen bruker kyniske designgrep for å holde brukerne pålogget og aktive lengst mulig. Dessuten er dette en plattform som det er vanskelig for foreldre å få god oversikt over, og der foreldreinnstillingene som skal gjøre tjenestene tryggere, bare delvis reduserer risikoer som barna eksponeres for.

Barna er alene på den digitale lekeklassen

Barna beskriver Roblox som en viktig sosial arena. Her er de sammen med venner, spiller rollespill og beveger seg sammen fra spill til spill. Plattformen er dermed mer enn bare et sted å spille; den fungerer også som et sosialt rom der barn tilbringer fritid sammen med både venner og spillere de ikke kjenner fra før. Derfor kan Roblox forstås som en digital lekeplass – men det er en lekeplass der voksne i liten grad er til stede.

De fleste foreldrene vi intervjuet, forteller at de har begrenset innsikt i hva barna faktisk gjør på Roblox, og få har selv prøvd å spille sammen med barna sine. Flere oppfatter dessuten Roblox som ett spill, og er ikke klar over at det er en plattform med mange ulike spill, sosiale funksjoner og kommersielle mekanismer. Når barna samtidig beveger seg raskt mellom spill og andre kontaktflater, blir det vanskelig for de voksne å følge med på hva slags situasjoner barna deltar i. I praksis betyr dette at mange barn navigerer alene i et digitalt univers, som er langt mer komplekst og har en høyere risiko enn slik det framstår på overflaten.

At en del av det som skjer på spillplattformen går under radaren på de voksne, er ikke fordi foreldrene er likegyldige. Tvert imot viser intervjuene at de er opptatt av både å beskytte barna mot kontakt med fremmede og å begrense tids- og pengebruk. Problemet er heller at plattformen og det samlede digitale økosystemet rundt den gjør det urimelig krevende å utøve denne omsorgen i praksis. Når barnas viktigste sosiale arena er i digitale miljøer som voksne knapt forstår, oppstår det et misforhold mellom foreldrenes ansvar og deres reelle mulighet til å ivareta det.

Verktøy for foreldrekontroll lar foreldrene sette opp begrensninger i appen når det gjelder skjermtid, kjøp eller kontoinnstillinger. Men det er ikke lett å avgrense barnas faktiske bruk på denne måten. Intervjuene viser at barn har strategier for å komme seg rundt foreldrenes forsøk på begrensninger. Hvis skjermtiden er brukt opp på én enhet, kan de gå over til en annen. Hvis chatten er begrenset på Roblox, finner de andre måter å kommunisere på. Hvis aldersgrenser stenger for enkelte funksjoner, kan de bruke alternative kontoer for å omgå alderskontrollen. Foreldrene setter begrensninger på spillplattformen på et overordnet nivå, men vi har funnet flere eksempler på at risikoene de forsøker å skjerme barna mot, gjenoppstår i enkeltspill. Foreldrekontroll lar for eksempel ikke foreldre styre over manipulerende og avhengighetsskapende designelementer, som tidsbegrensede events, belønningssystemer og situasjoner der progresjon eller gevinster ikke kan lagres til senere. Slike mekanismer faller dermed utenfor foreldrenes faktiske reguleringsmuligheter. Samtidig er det nettopp disse mekanismene som kan gjøre det vanskelig å håndheve grenser for

spilling, fordi de skaper en opplevelse hos barnet av at noe må gjøres «akkurat nå» for ikke å gå glipp av noe.

Rapporten viser dermed at foreldrekontroll i stor grad blir et reaktivt eller utilstrekkelig verktøy: Foreldrene forsøker å regulere ett ledd av gangen, mens barnas bruk flytter seg, og risiko oppstår på nye steder og på nye måter.

En ulv i fåreklær?

Roblox framstår ved første øyekast som en barnevennlig plattform. Grafikken er enkel og tegneserieaktig, og mange av spillene har et lekent uttrykk. Plattformen forbindes ofte med kreativitet, spinning og sosial moro. Nettopp dette kan gjøre foreldre mindre årvåkne for risiko her enn det de er i møte tradisjonelle på sosiale medier. Men intervjuer og analyser av enkeltspill som er gjort som grunnlag for denne rapporten, viser at Roblox inneholder sterke fastholdelsesmekanismer, omfattende kommersielt press og kontaktrisiko. Roblox tar i bruk flere funksjoner og strukturer for å skape engasjement og holde brukerne på plattformen som vi kjenner fra tradisjonelle sosiale medier: store mengder brukerskapt innhold, anbefalingsmekanismer, muligheter for uendelig scrolling, og ulike former for respons og sosial bekreftelse. Dette blir for eksempel særlig tydelig i spillet Clip it, som har mange likhetstrekk med tradisjonelle sosiale medier.

Selv om flere foreldre vi intervjuet har tatt et bevisst valg om å ikke la barna være på sosiale medier, møter barna altså funksjoner og risiko på Roblox som i stor grad tilsvarer dem de finner på sosiale medier.

I gjennomgangen av spillene har vi funnet eksempler på mange ulike former for kjøpepress, for eksempel at spilleren i løpet av det første minuttet i spillet eksponeres for flere tilbud og tidsbegrensede kampanjer. Vi har sett spill der kjøp og byttehandel er kjernen i spill-logikken, hvor et casino er en del av spillet. Det er også situasjoner der kjøp er direkte knyttet til barns følelser, for eksempel ved å spille på sosial sammenligning, der spillere oppmuntres til å kjøpe akkurat de samme antrekkene som de andre spillerne har. To av spillene som ble analysert inneholder også lootbokser, som er overraskelsespakker der spillerne ikke vet hva de får før de har gjennomført kjøpet.

*Handlingsplan for trygg digital oppvekst (2024)*¹⁸ slår fast at målrettet markedsføring og manipulerende design i reklame må reguleres strengere for å sikre barns forbrukervern og trygge digitale fritidsarenaer. I regjeringens *Handlingsplan mot spilleproblemer 2026-2029*¹⁹ understrekes det dessuten at barn og unge er en sårbar gruppe i møte med manipulerende design i data- og pengespill, og at det er en sammenheng mellom kjøp av lootbokser, skins og lignende mekanismer og utvikling av pengespillproblemer blant unge. Regjeringen har nylig sendt på høring en utredning om å regulere lootbokser og andre pengespill-lignende elementer i dataspill²⁰. Utredningen foreslår at slike mekanismer skal omfattes av pengespilloven, noe

¹⁸ https://www.medietilsynet.no/globalassets/publikasjoner/handlingsplan-digital-oppvekst/241025_handlingsplan_digital_oppvekst.pdf

¹⁹ <https://www.regjeringen.no/contentassets/6f1e8a568e6348dfac0e6526a6cd7208/nn-no/pdfs/handlingsplan-mot-speleproblem.pdf> Handlingsplan mot spilleproblemer(2026-2029)

²⁰ <https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/horing-av-lotteritilsynets-utredning-om-regulering-av-pengespill-lignende-elementer-i-dataspill/id3176704/?expand=horingsbrev>

som kan gjøre det ulovlig å tilby eller markedsføre lootbokser uten tillatelse, og gi Lotteri- og stiftelsestilsynet mulighet til å stanse slike spill.

Denne rapporten dokumenterer at barn som bruker Roblox utsettes for et omfattende kommersielt press, der utformingen av plattformen og enkeltspillene aktivt legger til rette for økt pengebruk. Analysene avdekker flere manipulerende grep som kan svekke barns evne til å ta informerte og selvstendige valg, blant annet kjøpsoppfordringer i situasjoner preget av tidspress og tidsbegrensede tilbud. Når kjøp i tillegg skjer med spillvalutaen Robux i stedet for vanlige penger, blir det vanskeligere for barn å forstå hva de faktisk betaler. Samtidig har foreldre begrenset innsyn i og kontroll over hvordan midlene brukes når barna først har fått tilgang til Robux. Selv i tilfeller der foreldre forsøker å regulere tilgangen til plattformens valuta, finnes det spill der barn kan oppfordres til å be andre brukere om Robux. Til sammen viser dette en kommersiell praksis som ikke bare eksponerer barn for vedvarende kjøpepress, men som også omgår eller svekker foreldrenes forsøk på å beskytte barna, og som utfordrer barns forbrukervern.

Hensynet til barnets beste og «safety by design» som regulatorisk prinsipp

Roblox er en tjeneste som først og fremst brukes av barn. Når en plattform har økonomiske interesser av å maksimere barns engasjement, blir det nødvendig å trekke opp noen grenser for hvor langt kommersielle interesser kan få gå på bekostning barnets beste.

Handlingsplan for trygg digital oppvekst²¹ understreker at staten må arbeide like grundig med oppfølgingen av barns rettigheter på nett som i analoge sammenhenger, og at digitale plattformer skal gjøres ansvarlige gjennom EU-reguleringen Digital Services Act. Handlingsplanen peker også på behovet for aktivt og effektivt tilsyn på digitale plattformer der barn og unge er særlig aktive.

Både intervjuene med barn og foreldre og analysen av spill på Roblox, underbygger behovet for at handlingsrommet til virksomheter som tilbyr digitale tjenester for barn og unge, må begrenses tydeligere enn i dag. Foreldre kan ikke forventes å stå alene mot et marked som er designet for å være engasjerende, uoversiktlig og kommersielt effektivt. Når barn i tillegg utvikler strategier for å omgå begrensninger, viser det at individuelle kontrolltiltak lett blir utilstrekkelige dersom selve tjenestelogikken trekker i motsatt retning.

Både denne rapporten og handlingsplanene²² peker mot samme overordnede konklusjon: Trygghet må i større grad bygges inn i tjenestene fra start. Gjennomføringen av Digital Services Act og EU Kids Act, som nylig er lagt fram av Europakommisjonen²³, er viktige steg i denne retning. EU Kids Act er tenkt å omfatte både sosiale medier, videodelingsplattformer, appstores, online dataspill, og chatbots²⁴. Formålet med reguleringen er å gjøre nettet tryggere

²¹ https://www.medietilsynet.no/globalassets/publikasjoner/handlingsplan-digital-oppvekst/241025_handlingsplan_digital_oppvekst.pdf

²² <https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/handlingsplan-mot-speleproblem-2026-2029/id3154458/> og https://www.medietilsynet.no/globalassets/publikasjoner/handlingsplan-digital-oppvekst/241025_handlingsplan_digital_oppvekst.pdf

²³ <https://www.stortinget.no/no/hva-skjer-pa-stortinget/eu-eos-informasjon/eu-eos-nytt/2026/eueos-nytt---9.-oktober-2026/eu-kids-act--aldersgrenser-og-krav-til-innebygd-sikkerhet-for-sosiale-medier/>

²⁴ Artikkel 2 i den foreslåtte EU Kids Act (<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52026PC0681>)

for barn, og innebærer blant annet aldersgrenser på sosiale medier og krav til innebygd sikkerhet i tjenester som retter seg mot barn (safety by design). Her i Norge har regjeringen varslet at en lov om aldersgrenser i sosiale medier skal legges fram før nyttår. Medietilsynet har i sine innspill til lovforslaget fremhevet at loven ikke bare må omfatte tradisjonelle sosiale medier, men også andre digitale tjenester rettet mot barn der det finnes funksjoner med tilsvarende skadepotensial som finnes på for eksempel på Snapchat og TikTok.

Regjeringen har nylig vedtatt å ta inn i lovforslaget at loven skal få et vilkår om skaderisiko, og at spillplattformer og meldingsapper også kan omfattes av reguleringen. I lovforslaget defineres skadelige sosiale medier som «sosiale medium som gjennom utforming, eigenskapar eller innhald inneber risiko for barns kjenslemessige, kognitive eller helsemessige utvikling eller tryggleik».

For tjenester som er særlig rettet mot eller i stor grad brukt av barn, bør safety by design, altså at tjenesten i seg selv er trygg å bruke, være et grunnleggende prinsipp.

Dataspill er vår tids største felles fritidsarena blant barn og unge. For mange er dette et sted der vennskap bygges, mestring oppleves og tilhørighet skapes. Derfor må denne arenaen være trygg, tilgjengelig og inkluderende, og det må stilles strengere krav til hvordan aktørene utformer sine tjenester. Dataspill kan ikke bygge på manipulerende eller avhengighetsskapende design som gjør det vanskelig å avslutte spillet, eller som skaper press om å vende tilbake eller oppmuntrer til kjøp underveis. I tjenester som i stor grad brukes av barn, må barnets beste være et grunnleggende hensyn i utformingen av spillene. Funnene i denne rapporten tyder på at Roblox i praksis gjør det motsatte, ved å la kommersielle hensyn gå foran barnets beste gjennom et massivt kommersielt trykk og bruk av manipulerende og avhengighetsskapende design, som kan ha en negativ påvirkning på barn.



Om rapporten

8 Om rapporten

Denne rapporten undersøker manipulerende og avhengighetsskapende design på Roblox og hvordan dette kan påvirke barns konkrete spillopplevelser. Rapporten bygger på tre ulike datagrunnlag:

- 1) spillanalyser av Roblox, herunder spillene *Adopt Me*, *Brookhaven RP* og *99 Nights in the Forest* (Medietilsynet, 2026)
- 2) kvalitative intervjuer med tolv familier med barn på 10 til 11 år (Respons Analyse, 2026)
- 3) den kvantitative undersøkelsen *Barn og medier 2026* (Medietilsynet, 2026) og *Foreldre og medier 2026* (Medietilsynet, upublisert)

Spillanalyser. Medietilsynet gjennomførte egne analyser av utvalgte spill. Fire Roblox-spill ble valgt ut som caser: *99 Nights in the Forest*, *Brookhaven RP*, *Adopt Me* og *Clip It*. Spillene var blant de mest populære Roblox-spillene i Norge per mai 2026, og *Adopt Me* og *99 Nights in the Forest* ligger dessuten på listen over de mest populære spillene i *Barn og medier 2026*. Gjennom disse casene identifiserer rapporten funksjoner og elementer i spillene som på ulike måter kan bidra til å skape et unødvendig press på barn og dermed undergrave barnas mulighet til å ta autonome og informerte valg. **De kvalitative intervjuene** ble gjennomført av analysebyrået Respons Analyse.

Datainnsamlingen er gjort i form av tolv dybdeintervjuer/«play-along»-intervjuer med barn i alderen 10 til 11 år samt supplerende samtaler med barnas foreldre i etterkant av barneintervjuene. Intervjuene ble gjennomført av Respons Analyse hjemme hos de respektive familiene i det rommet og på den enheten barna i størst grad spiller på til daglig. Intervjuene fant sted i juni og august 2026.

Kjerneutvalget består av seks gutter og seks jenter. Syv av barna var 10 år, mens fem av barna var 11 år. I åtte av intervjuene bidro også søsken i noen grad. I et av intervjuene snakket vi også med en storebror på 15 år, mens de andre søsknene var i alderen 6 til 8 år. Alle søsknene vi snakket med, hadde selv erfaringer med Roblox.

Familiene representerer ulike sosiodemografiske profiler med tanke på ressurstilgang, geografi og bakgrunn. Utvalget inkluderer også et par familier med ikke-vestlig kulturbakgrunn. Barneintervjuene ble gjennomført som semistrukturerte dybdeintervjuer hvor vi også fulgte barna mens de spilte ett eller flere av de spillene som skulle undersøkes spesielt («play-along»). Vi spilte også andre Roblox-spill som barna fortalte at de var spesielt interessert i på den tiden.

Barn og medier 2026 er en kvantitativ spørreundersøkelse som gjennomføres blant et representativt utvalg 9–18-åringer. Undersøkelsen gjennomføres av Medietilsynet annethvert år og gir innsikt i ulike forhold ved den digitale hverdagen til norske barn og ungdom. I denne rapporten presenterer vi utvalgte resultater fra *Barn og medier 2026*, med et utvalg på 1 753 personer i alderen 9–18 år. Undersøkelsen er gjennomført av Verian på oppdrag fra og i samarbeid med Medietilsynet. Medietilsynet er faglig ansvarlig for undersøkelsens spørsmålsutforming, metode, gjennomføring og rapportering.

Kontakt eller følg oss:

Instagram:
[Instagram.com/medietilsynet/](https://www.instagram.com/medietilsynet/)

ISBN 978-82-8428-077-6

Nettside:
medietilsynet.no

LinkedIn:
[linkedin.com/company/medietilsynet/](https://www.linkedin.com/company/medietilsynet/)

E-post:
info@medietilsynet.no

Facebook:
[facebook.com/Medietilsynet/](https://www.facebook.com/Medietilsynet/)