

Spillfrelste tenåringsgutter og jenter som faller fra

Slik gamer barn og unge

BARN OG MEDIER 2022





Innhold

◆ Forord	3
◆ Sammendrag: Resultater fra Barn og Medier 2022	4
◆ Sammendrag: Resultater fra Foreldre og medier 2022	5
◆ Om undersøkelsene	6
◆ Færre jenter gamer	7
◆ Hvorfor oppstår kjønnsforskjellene?	9
◆ Flere forklaringer på frafall	11
◆ Populære spill	13
◆ Positive og negative sider ved spill	16
◆ Få stenges ute	18
◆ Tidsbruk	19
◆ Aldersgrenser	21
◆ Kjøp i spill	23
◆ Veien videre	24
◆ Referanser	26



Forord

Dataspill er en svært viktig del av hverdagen for mange barn og unge, og en arena for både underholdning, læring, sosialt samvær og vennskap. Tre av fire 9-18-åringer spiller dataspill i en eller annen form. Men andelen er noe lavere i 2022 enn i 2020, viser Medietilsynets undersøkelse Barn og medier 2022. Den største endringen har skjedd blant jentene. Mens 76 prosent av jentene spilte dataspill i 2020, oppgir kun 59 prosent det samme i årets undersøkelse. Til sammenligning gamer 92 prosent av guttene.

Nettopp kjønnsforskjellene vies særlig plass i denne rapporten. For hvorfor er det slik at nesten alle gutter spiller dataspill, mens mange jenter faller fra? Rapporten presenterer resultater fra undersøkelsene Barn og medier 2022 og Foreldre og medier 2022, om barn og unges dataspillvaner. Undersøkelsene viser betydelige forskjeller både i gutters og jenters spillevaner og jente- og gutteforeldres opplevelse av spillingen. I denne rapporten belyses mulige årsaksforklaringer, og resultatene sees også i sammenheng med andre gamingstudier.

Medietilsynet håper at denne rapporten kan bidra både til økt kunnskap om barn og unges dataspillvaner og kjønnsforskjeller, og en videre diskusjon om hva som skal til for at gaming skal være en attraktiv arena for barn og ungdommer, uavhengig av kjønn. Våre undersøkelser tyder på at det fortsatt er et stykke igjen før vi har en inkluderende dataspillkultur, der både jenter og gutter kan finne seg like godt til rette. Det må vi jobbe sammen om for å få gjort noe med.

Fredrikstad, 10. november

Mari Velsand
direktør i Medietilsynet



Barn og medier 2022: Dataspill

- ◆ 76 prosent av 9–18-åringene spiller spill på pc, Playstation, mobil, nettbrett eller lignende. Ti prosentpoeng færre barn og unge gamer i år sammenlignet med 2020-undersøkelsen.
- ◆ En betydelig høyere andel gutter enn jenter spiller spill (92 mot 59 prosent). Kjønnforskjellen øker med barnas alder og er aller størst i aldersgruppen 15–18 år. Mens over seks av ti jenter i alderen 15–18 år gamet i 2020, er det under halvparten i 2022.
- ◆ 57 prosent av 9–17-åringene som spiller spill, har spilt spill med aldersgrense 18 år. I 2020-undersøkelsen var det 51 prosent som svarte det samme. Andelen øker betydelig med alder, og er klart størst blant guttene.
- ◆ Tre av fire blant 9–18-åringene som gamer, mener at gaming gjør dem flinkere i engelsk. Over seks av ti mener at gaming er sosialt og bidrar til at de har kontakt med venner. Rundt halvparten mener de får nye venner gjennom gamingen.
- ◆ 17 prosent av de som gamer i alderen 9–18-år, svarer at de bruker «for mye» tid på gaming. Andelen er klart høyere hos gutter enn blant jentene. Sju prosent svarer at de ofte blir lei seg av stygge kommentarer, og seks prosent at de ofte opplever å bli utestengt av sine venner fra gamingen.
- ◆ Fortnite er det mest spilte spillet blant 9–18-åringene. Roblox er det mest spilte spillet blant jenter under 14 år. Minecraft er også mye spilt blant både jenter og gutter under 14 år. For øvrig er spill som FIFA, Counter Strike og Grand Theft Auto populært blant gutter over 14 år, og Hay Day spesielt populært blant jenter over 14 år.
- ◆ Til sammen har 63 prosent av 9–18-åringene som spiller spill, kjøpt noe med ekte penger i spill. Tilsvarende andel i 2020-undersøkelsen var 58 prosent.
- ◆ 45 prosent av de som gamer i alderen 9–18 år, svarer at de har kjøpt spillgjenstander de visste hva var (som rustning/skins eller våpen). 24 prosent har kjøpt ting i spill hvor det var en overraskelse hva de fikk (lootbokser, som kortpakker i FIFA, osv.).



Foreldre og medier 2022: Dataspill

- ◆ 81 prosent av 9–17-åringene spiller spill på pc, Playstation, mobil, nettbrett eller lignende, ifølge foreldrene. De fleste oppgir at barnet spiller spill hver dag (36 prosent), mens 29 prosent oppgir at barna spiller ukentlig.
- ◆ En litt høyere andel gutter enn jenter spiller dataspill, ifølge foreldrene. 83 prosent av gutter i alderen 1–17 år spiller daglig, ukentlig, månedlig eller sjeldnere. Tilsvarende tall for jenter er 78 prosent.
- ◆ Gutter spiller dataspill hyppigere enn jenter, ifølge foreldrene. Nesten halvparten av guttene gamer daglig, noe bare en fjerdedel av jentene gjør. 73 prosent av guttene gamer ukentlig, mot 56 prosent av jentene.
- ◆ Gruppen 9–12 år har den høyeste andelen som spiller daglig eller ukentlig (over 90 prosent), ifølge foreldrene. Den høyeste andelen av dem som ikke spiller dataspill, er i den yngste gruppen (1–4 år), hvor 63 prosent aldri spiller dataspill.
- ◆ Fra og med 13-årsalderen fortsetter andelen som «gamer» å være høy hos gutter, men tydelig dalende for jenter. Når barna når 17-årsalderen, er det ni av ti gutter som gamer, men bare fem av ti av jentene
- ◆ Over to av ti foreldre mener deres barn bruker for mye tid på dataspill. Andelen som mener dette, er dobbelt så høy blant gutteforeldre som blant jenteforeldre (henholdsvis 30 prosent mot 15 prosent).
- ◆ Nesten halvparten av foreldre til barn i alderen 1–17 år svarer at de «ofte» eller «av og til» (46 prosent) har vært i situasjoner hvor de er uenig med barna om tidsbruken på dataspill.
- ◆ En gjennomgående høyere andel gutteforeldre enn jenteforeldre angir uenighet om tidsbruk på dataspill. 54 prosent av gutteforeldre og 38 prosent av jenteforeldre er ofte eller av og til uenig med barnet om tiden barnet bruker på dataspill.



Om undersøkelsene

For å bidra til et oppdatert kunnskapsgrunnlag om barn og unges medievaner, har Medietilsynet siden 2003 jevnlig gjennomført landsomfattende kartlegginger blant både barn og unge selv og blant foreldre.

I Barn og medier 2022 har cirka 3200 9–18-åringer fra 78 skoler over hele landet deltatt. Datainnsamlingen ble gjennomført i perioden 7. mars–20. mai 2022.

Parallelt med denne undersøkelsen har Medietilsynet gjennomført en foreldreundersøkelse med cirka 2200 voksne med barn i alderen 1–17 år. Datainnsamlingen ble gjennomført i perioden 22. juni–14. august 2022. Undersøkelsen er gjennomført på Kantar Publics panel Gallup-panelet. Respondentene er trukket tilfeldig fra panelet uten bruk av kvotering. Foreldrene ble bedt om å besvare spørsmål om det barnet i hjemmet som hadde bursdag sist. Respondentene har svart på undersøkelsen via et nettbasert spørreskjema.

Formålet med undersøkelsene er å gi en samlet fremstilling av barn og unges digitale mediebruk. Dette omfatter både barns medievaner og digitale deltakelse og foreldres deltakelse

og regulering av barn og unges mediehverdag. Temaer som kartlegges, er blant annet barns medievaner (sosiale medier, spill, tv) og deres opplevelser på nett.

Medietilsynet er faglig ansvarlig for spørsmål og spørsmålsutforming, metode, gjennomføring og rapportering. Datainnsamling og rapportering er gjennomført av Kantar Public, i samarbeid med Medietilsynet. Barn og medier 2022 og Foreldre og medier 2022 er gjennomført av Kantar Public på oppdrag fra Medietilsynet.

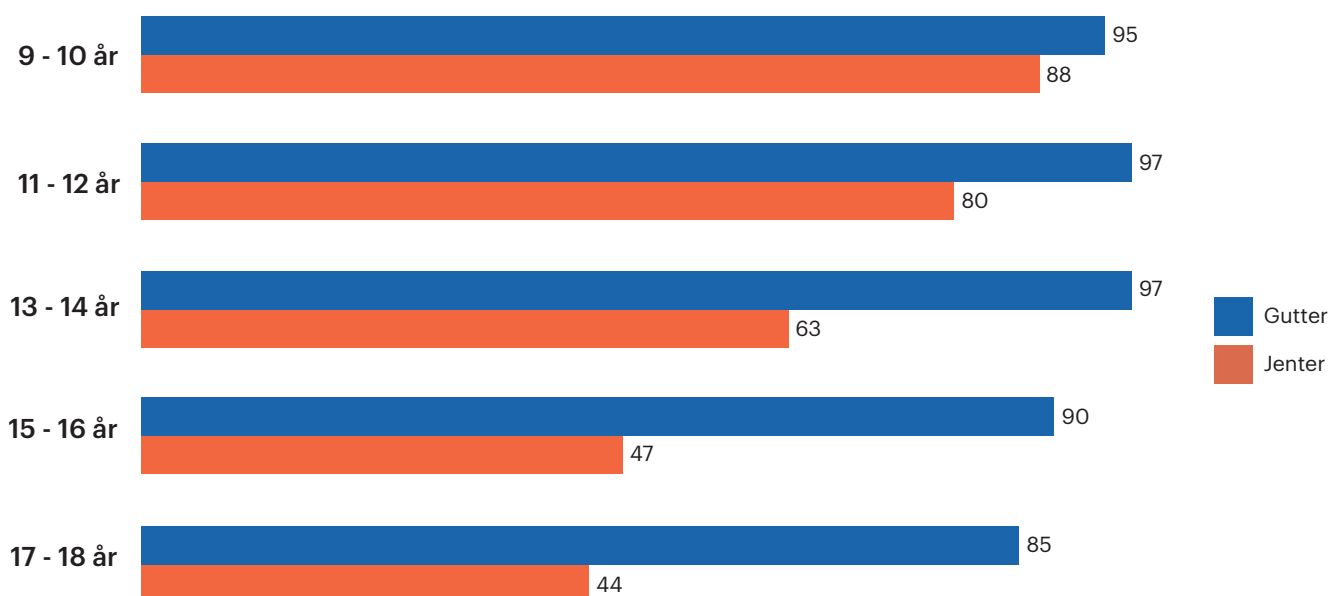
Martin Bergesen, spilljournalist, dataspillekspert og forfatter av boka *Alle kan spille*, har bidratt i arbeidet med å se resultatene fra disse undersøkelsene opp mot andre studier.



Færre jenter gamer

Gaming er en viktig og utbredt aktivitet blant barn og unge. Tre av fire (76 prosent) 9-18-åringene spiller dataspill i en eller annen form, enten det er på mobil, datamaskin eller spillkonsoll, ifølge Barn og medier 2022. Dette er ti prosent færre enn i 2020.

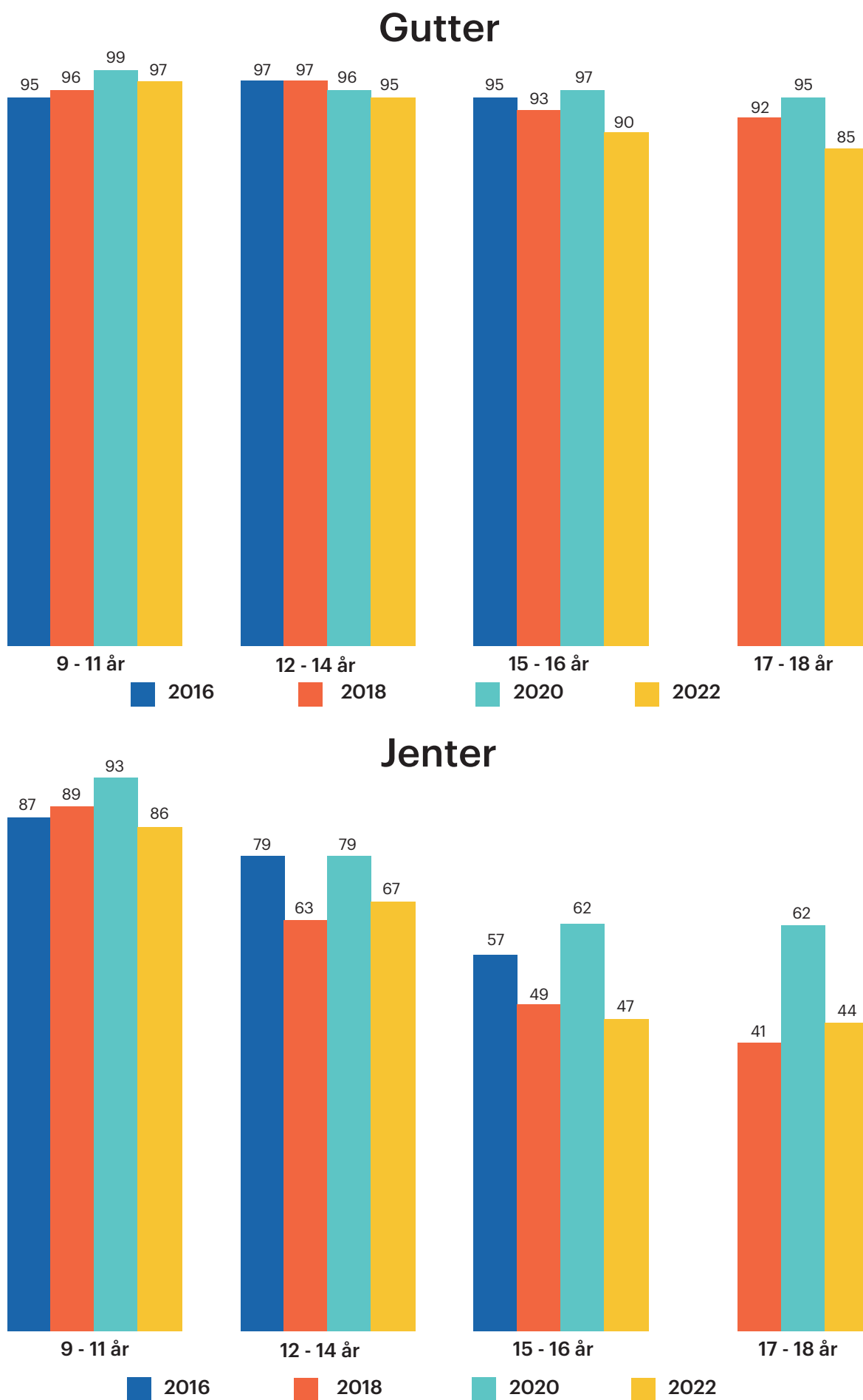
Figur 1: Prosentandel gutter og jenter i ulike aldersgrupper som spiller spill (gamer). (n= 3195)



Andelen gutter som spiller, er svakt redusert fra 2020, fra 96 til 92 prosent. Den store nedgangen er blant jentene. 76 prosent av jentene spilte dataspill i 2020, mot 59 prosent i 2022, altså en reduksjon på 17 prosentpoeng. Dette er også lavere enn andelen i 2018, som var på 63 prosent. Reduksjonen fra 2020 til 2022 er imidlertid ikke jevnt fordelt: Mens jenteandelen i aldersgruppen 9–11 år er relativt stabil, har andelen blant jenter 15–18 år falt fra seks av ti i

2020 til under halvparten i 2022. Det er også en lavere andel jenter som gamer i aldersgruppen 12–14 år i 2022 (67 prosent) sammenlignet med 2020 (79 prosent).

Figur 2: Prosentandel gutter og jenter i ulike aldersgrupper som spiller spill. Tidsserie.





Hvorfor oppstår kjønnsforskjellene?

Forskningen på dataspill gir ulike forklaringer på hvorfor forskjellene mellom jenters og gutters spilling oppstår.

Dataspill og gamingkulturen har alltid vært dominert av gutter og menn. I lang tid var spillene i hovedsak rettet mot dem når det gjaldt både innholdet – med få kvinnelige spillfigurer og perspektiver – og måten spillene ble markedsført på.

I Tristan Donovans historiske gjennomgang¹ anslås det at bare 14 prosent av spillerne i 1987 var kvinner. Den kvinnelige spilldesigneren Brenda Laurel mener sterke kulturelle tabuer rundt jenter og teknologi drev jentene bort:

**«Frykten handlet ikke om teknologien, men heller om ydmykelse og ekskludering»
«ideen om at en ekte kvinne ikke rota rundt med sånne ting.»**

Først på midten av 90-tallet ble det tatt spesifikke grep for å lage spill på jentenes premisser, og leketøysfirmaet Mattels dataspill Barbie Fashion Designer er regnet som det

millionselgende gjennombruddet.

Samtidig ble det opprettet rene jentelag i skytespill som Doom og Quake, en direkte reaksjon på hetsen kvinnelige spillere opplevde². Som et medlem av de tidlige jentelagene uttalte om sine mannlige motstandere³:

«Vi setter vår ære i å rive dem i fillebiter.»

Gradvis har spillene beveget seg i en mer likestilt retning, men oppfatningen av spillmediet som et maskulint domene henger igjen hos noen. Deler av spillkulturen holder også på ideen om at den skal være en politisk ukorrekt frisone for ytringer. Dette kommer blant annet frem i Medietilsynets rapport om hatefulle ytringer⁴ hvor en gutt på 16 sier:

«Det kan fort bli veldig grovt siden man i mange spill er anonyme. Da kan man liksom si hva man vil, og så får man en reaksjon, og da blir det gøy, og så gjør man det mer, og så kan det bli altfor ekstremt.»

1 Donovan, 2010, *Replay: The History of Video Games*

2 Donovan, 2010, *Replay: The History of Video Games*

3 Donovan, 2010, *Replay: The History of Video Games*

4 Medietilsynet, 2022: Man må ha tykk hud eller unngå å være på nettet» – en undersøkelse om unges erfaringer med hatefulle ytringer. <https://www.medietilsynet.no/globalassets/publikasjoner/kritisk-medieforstaelse/2022-rapport-hatefulle-ytringer.pdf>



Videre kommer det frem at spill er en digital arena hvor jenter er særlig utsatt for hets. Dette kan for eksempel komme til uttrykk gjennom humor. Samhold blant majoriteten bygges iblant ved at guttene, som gjerne er i flertall, rakker ned på jentene, som ofte er i mindretall.

Som en 16 år gammel gutt formulerer det:

«Hvis man spiller for eksempel Call of Duty, og en jente kommer inn i lobbyen, blir mye rettet mot henne: 'Gå tilbake til kjøkkenet, lag noe mat, stopp å spille!'»

Det faller også inn i en dynamikk hvor man i konkurransespill forsøker å finne måter å terge hverandre opp på for å yte bedre i spillet. Som en 17 år gammel gutt sier:

«Jeg tror ikke gutter ønsker at jenter ikke skal spille, men det er noe enkelt å gå etter.»

En studie fra NTNU⁵ viser at spesielt kvinner opplevde at nettopp seksuell trakassering hindret deres mulighet for å «koble av» i spillet. I rapporten «Bug or feature?» Seksuell trakassering i online dataspill⁶ kommer det frem at mange kvinnelige spillere føler seg som en minoritet i spillet og velger strategier for å bøte på det. Kristine Ask og Stine H. Bang Svendsen skriver her at «mange kvinnelige spillere har strategier for å unngå seksuell trakassering som en del av deres spillpraksis. For i underkant av halvparten av deres kvinnelige respondenter innebar dette at de skjulte informasjon om eget kjønn.

5 Ask, Kristine, Stine Helena Bang Svendsen og Henrik Karlstrøm, 2016: Når jentene må inn i skapet: Seksuell trakassering og kjønnsfrihet i online dataspill. Norsk medietidsskrift 23 (01): 1-21.

6 Ask, K. & Svendsen, S.H.B., 2014. «Bug or feature?» Seksuell trakassering i online dataspill. NTNU. Hentet fra https://www.academia.edu/9040572/Bug_or_feature_Seksuell_trakassering_i_online_dataspill



Flere forklaringer på frafall

I en rapport fra KORUS øst⁷ utforskes spillvanene til gutter og jenter i 9. klasse på ungdomsskolen og 1. klasse på videregående skole. Rapporten, som er basert på resultater fra flere år av Ungdata-undersøkelsen, lister disse hovedårsakene til frafallet blant jenter mellom 13 og 16 år:

- ◆ Sosiale medier erstatter en tidligere spillinteresse.
- ◆ Spilling anses som barnslig blant jentene, men gir høy status blant guttene.
- ◆ Jenter har færre spillfigurer å identifisere seg med – kvinnene i spillene fremstår som hjelpeløse eller mer seksualisert enn mennene.
- ◆ Det legges større vekt på lagspill.

Ifølge KORUS Øst vil jenter som liker å spille, men som ikke finner andre jenter å spille med, og som opplever at spillingen gir lav sosial status, undertrykke spillinteressen sin.

⁷ Talberg, N., 2021: The princess is not in any castle – Kjennetegn ved jenter og gutter på 9. trinn og vg1 som bruker mye tid på dataspill. KORUS Øst.



Foto: Lisbeth Michelsen, 15 sekunder / Medietilsynet



Populære spill

I undersøkelsen Barn og medier 2022 ble barna som svarte at de spiller, bedt om å oppgi hvilke spill de spiller mest. Fortnite, Roblox og Minecraft er de tre mest populære spillene blant 9–18-åringene i 2022, men mangfoldet er stort og varierer med kjønn og alder.

For jenter i aldersgruppen 9–14 år er Roblox det mest spilte spillet (44–70 prosent), mens Minecraft er en god nummer to med i overkant av en firedel av spillerne (24–31 prosent). Et fellestrekk ved disse spillene er at de er kreative spill som legger stor vekt på sosiale funksjoner. For gutter i samme aldersspenn er skytespillet Fortnite mest populært (37–44 prosent av dem som spiller). Etter Fortnite er det Roblox og Minecraft som dominerer blant guttene i denne aldersgruppen, i likhet med jentene. Fortnite har noen kreative elementer som er sammenlignbare

med Roblox og Minecraft, men handler i større grad om kjappe reaksjoner, ferdighetsbasert konkurranse og strategisk lagarbeid. Blant gutter i aldersgruppen 15–18 år er FIFA, Fortnite, Minecraft, Grand Theft Auto og Counter-Strike mest spilt.

Blant de eldste jentene (15–18 år) er bondegårdsspillet Hay Day mest spilt. Deretter følger Minecraft, Fortnite og The Sims. Et likhetstrekk mellom The Sims og Hay Day er at begge er en type livssimulator. Slike spill er mindre preget av prestasjoner og fremhever i stedet aktiviteter som å pleie og utvikle en åker eller en husholdning over tid, samtidig som man følger de virtuelle livene til spillfigurene. I den grad disse spillene har flerspiller-elementer, handler det gjerne om at spillere skal hjelpe hverandre heller enn å konkurrere.



Foto: Lisbeth Michelsen, 15 sekunder / Medietilsynet

Figur 3: Hvilke spill spiller du mest? Topp 5 nevnt blant gutter og jenter i ulike aldersgrupper. Prosentandelen er beregnet blant de som har svart at de gamer. (n=2267)

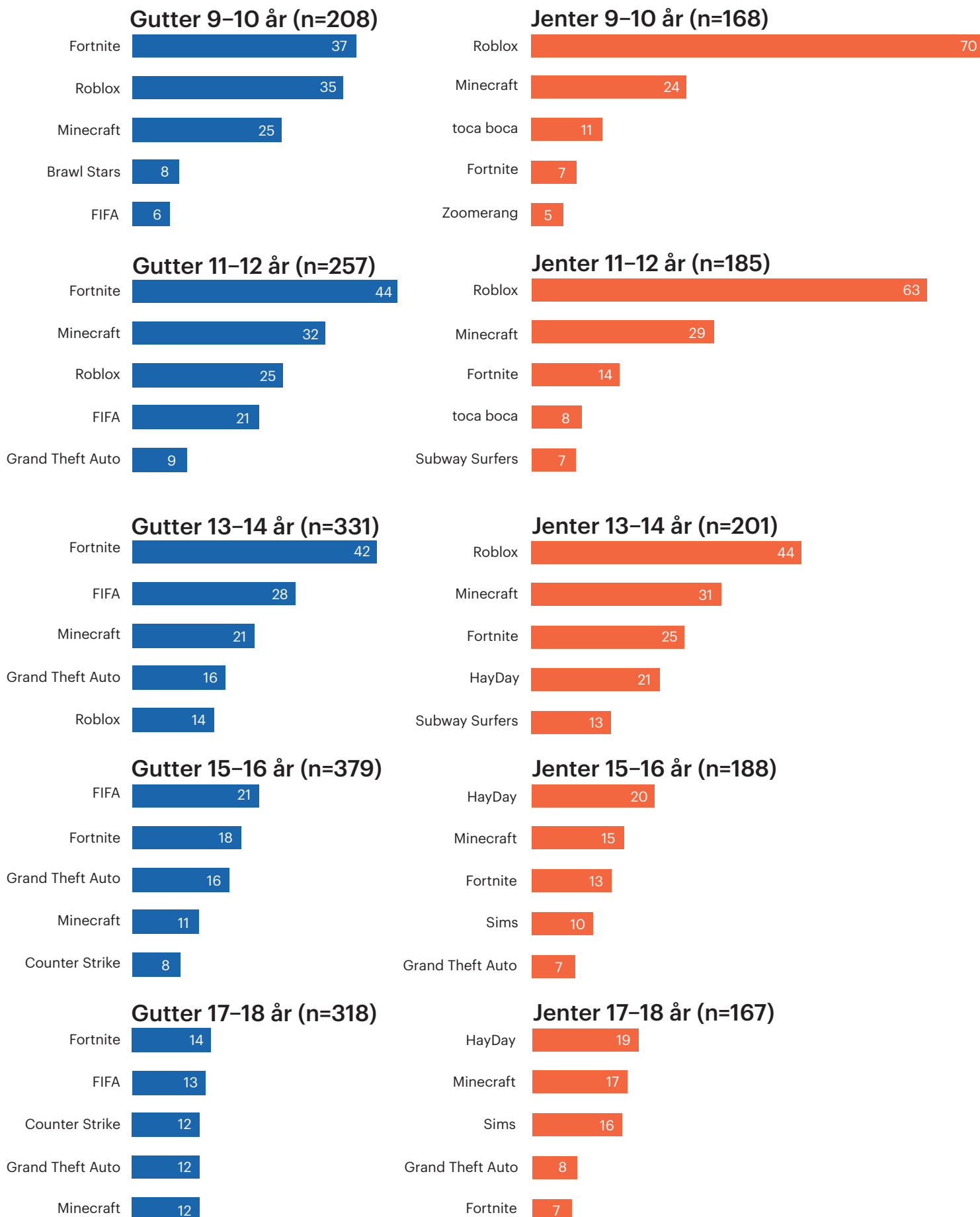




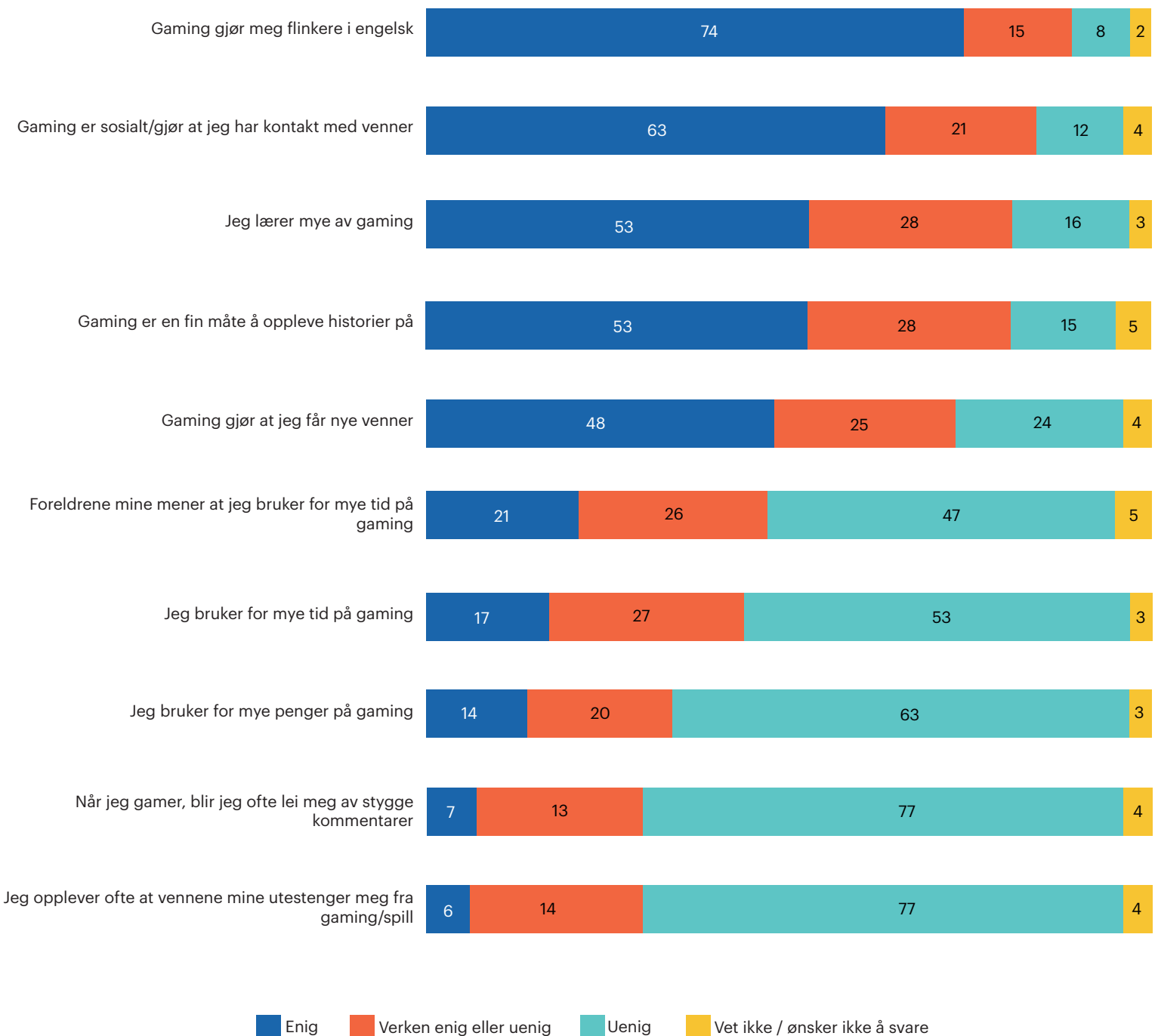
Foto: Lisbeth Michelsen, 15 sekunder/Medietilsynet
Illustrasjon: Hatti Bailey, Newslab AS



Positive og negative sider ved spill

I Barn og medier 2022 tok barn og unge stilling til ulike påstander om positive og negative sider ved spill.

Figur 4: Er du enig eller uenig i dette? Prosentandel 9–18-åringer som spiller spill sine meninger om ulike egenskaper ved gaming. (n=2267)





Det er stor enighet blant 9–18-åringer som spiller spill, om at gaming gjør dem flinkere i engelsk. Over sju av ti er enig i denne påstanden. Over seks av ti mener også at spilling er sosialt og en måte å ha kontakt med venner på, mens rundt halvparten har fått nye venner gjennom spill. Tallene bekrefter at dataspill stadig er en viktig sosial arena for dagens unge.

Når det gjelder påstanden om at man blir lei seg på grunn av mange stygge kommentarer, svarer sju prosent at de er enig i dette. En langt høyere andel av de yngste jentene (9–10 år) rapporterer dette (20 prosent) enn

blant guttene i samme aldersgruppe (8 prosent).

Selv om få rapporterer at de blir lei seg av stygge kommentarer i spill, kan det være en tøff tone blant noen, noe en 14 år gammel gutt forklarer i Medietilsynets rapport om hatefulle ytringer⁸:

«En vi spilte FIFA med, spilte litt dårlig. Så vi satte ham ofte til å spille back. Vi sa 'Spill fra deg ballen, du har null IQ, null fotball-IQ'. Han gikk over til Fortnite.»



Foto: Lisbeth Michelsen, 15 sekunder / Medietilsynet

8 Medietilsynet, 2022: «Man må ha tykk hud eller unngå å være på nettet» – en undersøkelse om unges erfaringer med hatefulle ytringer. <https://www.medietilsynet.no/globalassets/publikasjoner/kritisk-medieforstaelse/2022-rapport-hatefulle-ytringer.pdf>



Få stenges ute

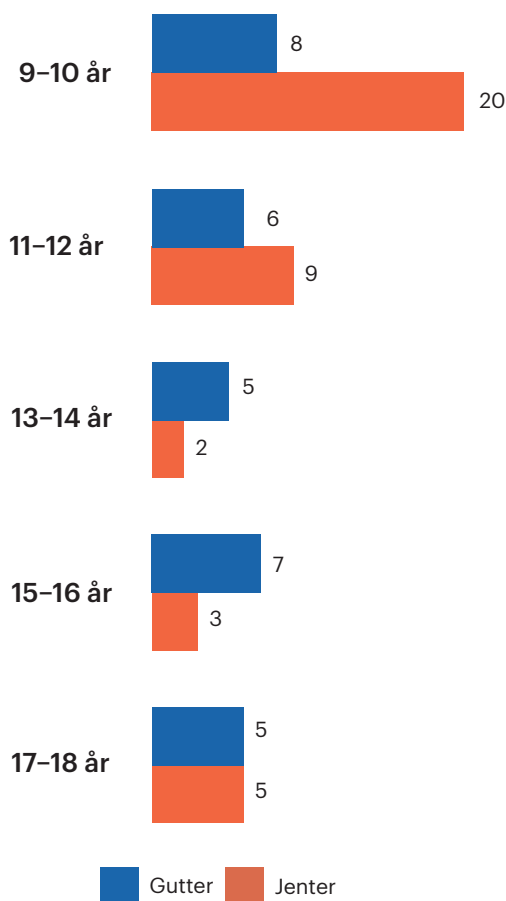
Et spørsmål i Barn og medier 2022 som er nytt av året, handler om sosial ekskludering i spillsammenheng. På samme måte som at barn på en fotballbane kan få beskjed om at de ikke får være med, kan man også sperres ute i et dataspill, for eksempel ved å ikke få være med på et Fortnite-lag eller slippe inn på en Minecraft-server.

Seks prosent av spillerne oppgir å bli utestengt fra vennene sine. Selv

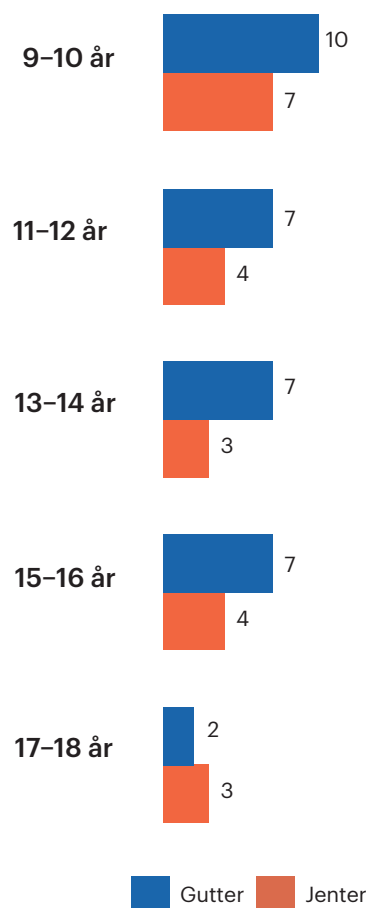
om andelen ikke er så høy, er dette alvorlig for dem det gjelder, og et godt argument for at voksne bør være mer til stede også på digitale arenaer. En høyere andel gutter enn jenter har opplevd å bli utestengt fra gaming/spill i aldersgruppen 9–16 år. Utestengelse er noe mer vanlig blant de yngste guttene enn i andre grupper: Ti prosent av guttene mot syv prosent av jentene som spiller i aldersgruppen 9–10 år rapporterte om dette.

Figur 5: Prosentandel av gutter og jenter i ulike aldersgrupper som spiller spill, som er enige i ulike påstander om gaming (n=2267)

Når jeg gamer, blir jeg ofte lei meg av stygge kommentarer



Jeg opplever ofte at vennene mine utestenger meg fra gaming/spill





Tidsbruk

Gaming og tidsbruk blir ofte diskutert når det gjelder bekymringer rundt barn og unges spillvaner.

I Foreldre og medier 2022 mener to av ti foreldre at barna deres (1–17 år) bruker «for mye tid» på spill. Andelen er dobbelt så høy blant foreldre til gutter sammenlignet med foreldre til jenter (henholdsvis 30 prosent og 15 prosent). Det er særlig når barnet er i 11–12-årsalderen, at mange foreldre opplever tidsbruken på dataspill som problematisk. Over halvparten av foreldrene til 11–12-årige gutter opplever tidsbruken som problematisk. Imidlertid halveres andelen av foreldre som er bekymret for tidsbruken på dataspill, når barnet deres når 17-årsalderen.

I Barn og medier 2022 fremkommer det at i underkant av to av ti barn og unge (9–18 år) mener de bruker for mye tid på gaming. I overkant av to av ti barn og unge svarer at foreldrene deres mener at de bruker for mye tid.

Videre svarer nesten halvparten av foreldre til barn i alderen 1–17 år at de «ofte» eller «av og til» har vært i situasjoner hvor de er uenig med barna om tidsbruken på dataspill (46 prosent). Også her er det tydelige alders- og kjønnsforskjeller. En gjennomgående høyere andel gutteforeldre enn jenteforeldre opplever uenighet om

tidsbruk på dataspill. Dette mønsteret er det samme blant andelen som svarer at de «ofte» er uenige om tidsbruken. Når barna er i alderen 9–10 år svarer 77 prosent av gutteforeldre og 67 prosent av jenteforeldre at de pleier å være uenige om tidsbruken på dataspill, ofte eller av og til. Andelen halveres nesten når barnet er 17 år.

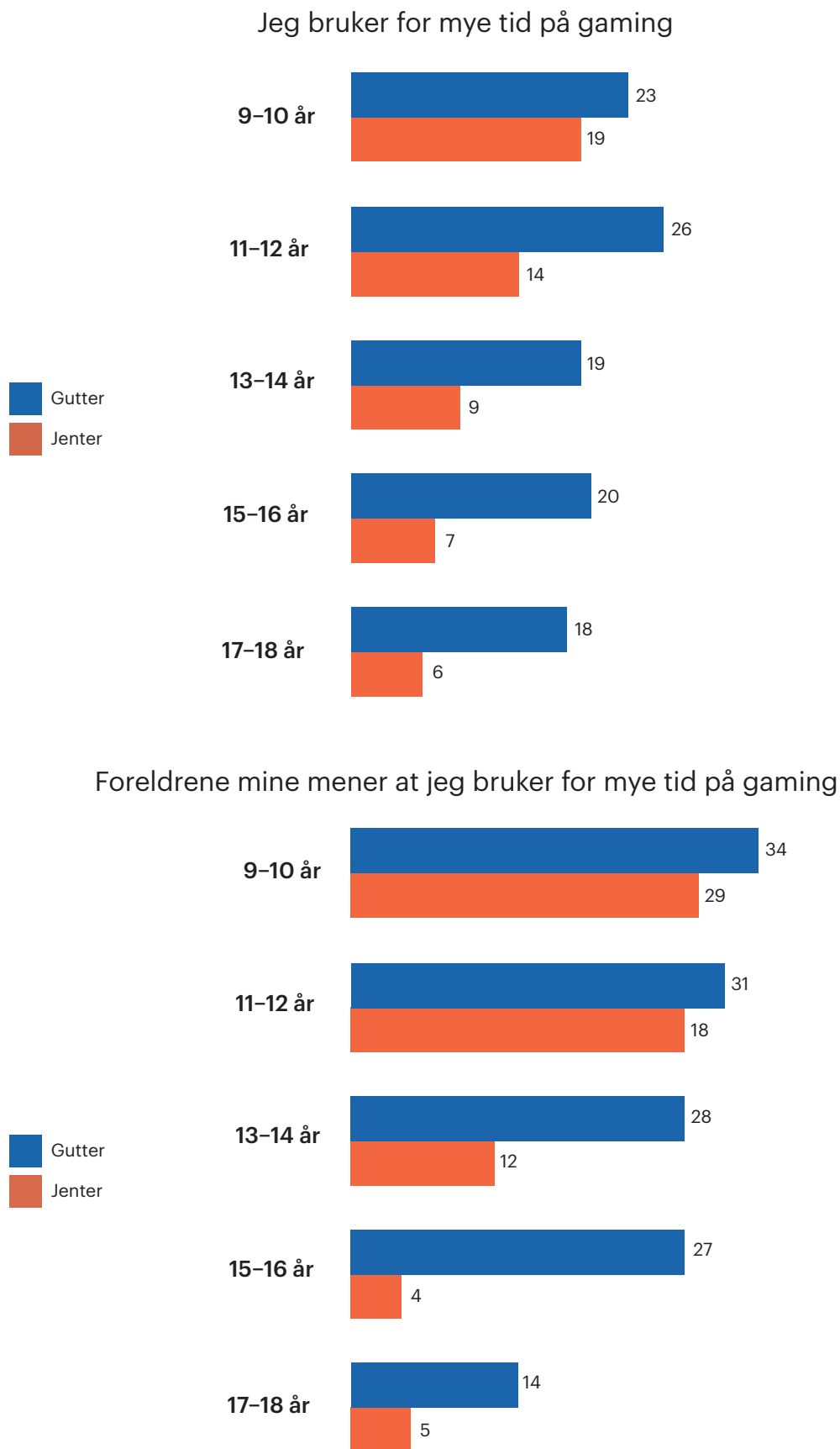
Selv om tidsbruk kan gi en viss indikasjon på problematisk spilling, argumenterer fagfolk for at å bruke mye tid på spill ikke nødvendigvis er noen målestokk på hvor skadelig forholdet til spill er. Psykologspesialist Gaute Godager legger større vekt på hvorvidt man mestrer balansen mellom spillhobby, jobb, skole, venner og familie, og mener det er en avgjørende faktor⁹:

«Er du singel, har jobb uten hjemmearbeid og møter venner, kan du spille 8–9 timer om dagen uten problem. Er du pappa med tre små unger og krevende jobb, blir du problemspiller om du spiller tre timer på ettermiddagen. Driter du i å gi ungene mat når kona er på trening, er du avhengig. Alt kommer an på livet ditt.»

⁹ Bergesen, M. (2017). Spilltrøbbel – ti fagfolk om dataspillrikets tilstand. Medietilsyn



Figur 6: Prosentandel av gutter og jenter i ulike aldersgrupper som spiller spill, som er enige i ulike påstander om gaming (n=2267)



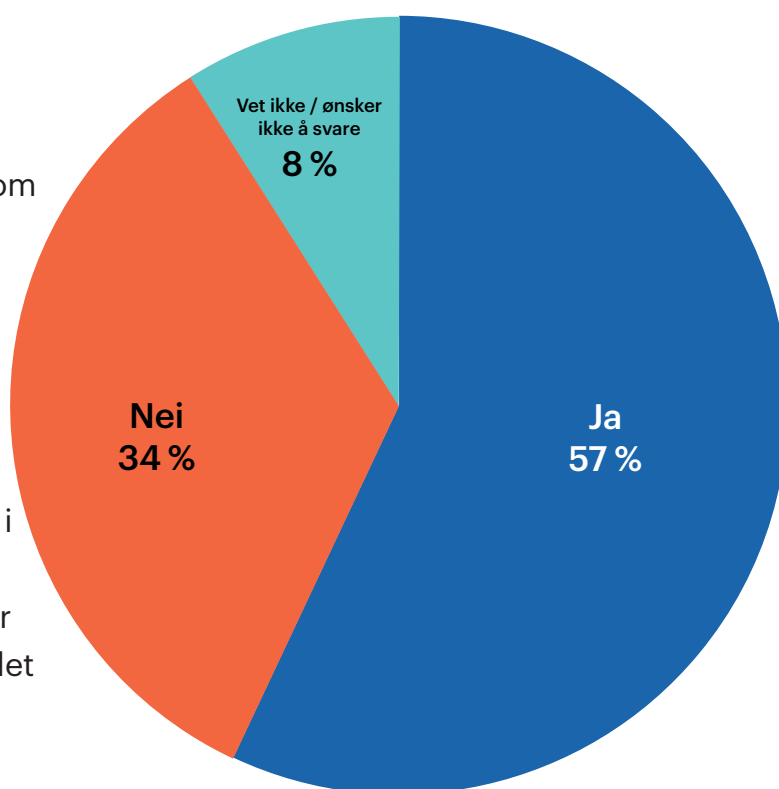


Aldersgrenser

I Norge følger vi PEGIs aldersmerking av spill, et europeisk samarbeid mellom over 38 land. Aldersgrenser på spill i Norge er anbefalinger, og er primært ment som en hjelp til foreldre som vurderer å kjøpe spill til barna sine. Gjennom merkeordningen gis det informasjon om hvem spillet passer for, og hva slags type innhold som er i spillet. Merkingen inkluderer om man kan snakke med fremmede, om det er mulig å gjøre kjøp i spillet, samt om det er direkte opplæring i pengespill.

I Barn og medier 2022 kommer det frem at nesten seks av ti av 9–17-åringene som gamer, har spilt spill med aldersgrense 18 år. I 2020-undersøkelsen svarte 51 prosent det samme. En signifikant høyere andel gutter enn jenter har spilt spill med 18-års aldersgrense (70 mot 36 prosent). Kjønnsforskjellen er tydelig i alle aldersgrupper. Allerede fra 9–10-årsalderen har 31 prosent av guttene spilt et spill med 18-årsgrense, mot 7 prosent av jentene.

Dette samsvarer med typen spill som er populære på ulike alderstrinn fordelt på kjønn. Av 18-årsspillene er krim-sandkassen Grand Theft Auto på femteplass blant de mest spilte spillene allerede i 11–12-årsalderen



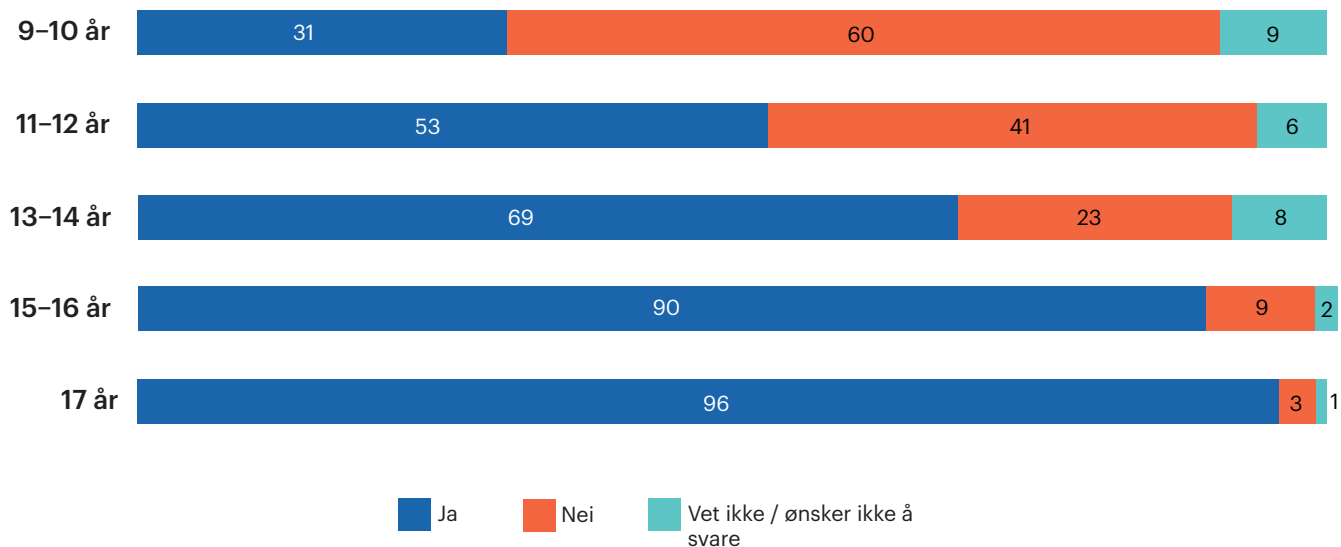
Figur 7: Har du spilt spill med aldersgrense 18 år? Prosentandel av 9–17-åringene som spiller spill. (n=2267)

blant guttene. Fra 16-årsalderen er også skytespillet Counter-Strike blant de mest spilte. Hos jentene er Grand Theft Auto det eneste 18-årsspillet som figurerer blant topp fem. Dette er på fjerdeplass blant jenter på 17–18 år.

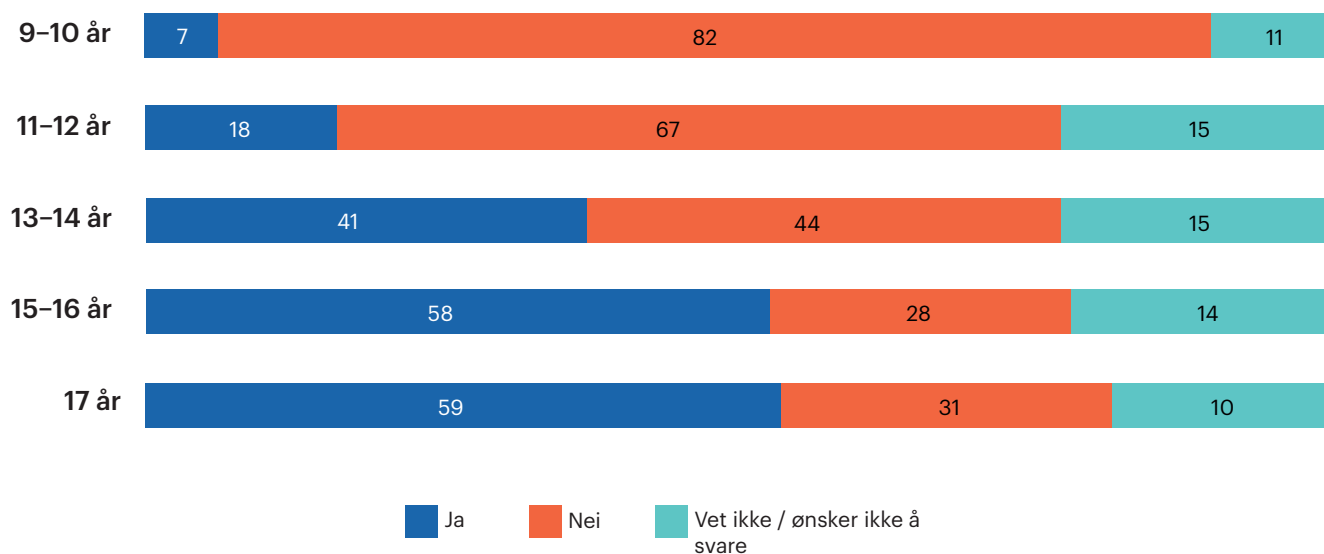


Figur 8: Har du spilt spill med aldersgrense 18 år? Prosentandel av gutter og jenter i ulike aldersgrupper som spiller spill med aldersgrense 18 år. (n= 2267)

Gutter



Jenter





Kjøp i spill

I en rekke av de mest spilte spillene er det muligheter for å kjøpe ytterligere innhold, som i FIFA, Minecraft, Grand Theft Auto og The Sims. Mange av de mest populære gratisspillene, som Fortnite, Hay Day, Counter-Strike og Roblox, baserer mye av lønnsomheten sin på salg av spillgjenstander og annet innhold.

63 prosent av 9–18-åringene som spiller, har kjøpt noe med ekte penger i et spill, ifølge Barn og medier 2022. Tilsvarende andel i 2020-undersøkelsen var 58 prosent.

45 prosent har kjøpt spillgjenstander de visste hva var på forhånd, mens 24 prosent har gjort kjøp hvor det de mottok, var en overraskelse. Betydelig flere gutter enn jenter har brukt penger i spill. Blant dem som spiller, har henholdsvis 60 prosent av guttene og 20 prosent av jentene kjøpt spillgjenstander de visste hva var. 36 prosent av guttene har kjøpt ting i spill hvor det var en overraskelse hva de fikk mot seks prosent av jentene.

Sistnevnte form for «overraskelsespakker», gjerne kalt *lootbokser*, har fått mye oppmerksomhet fra både forskere, forbrukerorganisasjoner, Lotteritilsynet og lovgivere verden over. Diskusjonene har blant annet handlet om i hvilken

grad lootbokser er pengespill. I den nye pengespilloven rammes kun lootbokser av lovgivningen dersom de oppfyller kriteriene for lotteri; betalt innsats, tilfeldig trekning, og premie av økonomisk verdi (utenfor spillet). Forskeren Rune Mentzoni gjorde et prosjekt ut av fotballspillserien FIFA og deres Ultimate Team-pakker i 2018. Dette er virtuelle fotballkort som gir spillerne tilgang på bestemte fotballspillere i spillets mest populære modus. Mentzoni gjennomførte et undersøkende prosjekt hvor han brukte rundt 31 500 kroner i spillet¹⁰. Til tross for den høye summen forskeren brukte, mottok han ingen av de mest verdifulle kortene. Mentzoni konkluderte med at dette er en form for lotteri. FIFA-spillene har 3-årsgrense.

I Barn og medier 2022 er spillerne også spurt om de noen gang har blitt *lurt* til å kjøpe noe med ekte penger i et spill. Her svarer 89 prosent nei, mens 7 prosent svarer ja. En langt høyere andel gutter enn jenter svarer ja, spesielt gutter i alderen 15–16 år (14 prosent oppgir å ha blitt lurt).

¹⁰ Grindhaug, J.H., 2018. Forsker brukte 31 500 kroner på «FIFA Ultimate Team»-pakker. Hentet fra: <https://www.pressfire.no/artikkel/forsker-brukte-38-000-kroner-p-fifa-ultimate-team-pakker>



Veien videre

Dataspillpolitikken i Norge er beskrevet i strategidokumentet *Spillerom – Dataspillstrategi 2020–2022*, utgitt av Kulturdepartementet. Der er det et uttrykt ønske om at Norge skal ha:

- ◆ et variert tilbud av norske dataspill av høy kvalitet
- ◆ en profesjonell og mangfoldig dataspillbransje
- ◆ gjennomslagskraft for norske dataspill
- ◆ en inkluderende og tilgjengelig dataspillkultur

Som vi ser av resultatene av Barn og medier 2022 og forskning på området, gjenstår det fortsatt en del før vi kan si at dataspillkulturen i Norge er inkluderende. Selv om få barn og unge rapporterer at de blir utestengt fra spill, melder sju prosent at de ofte blir lei seg av stygge kommentarer når de spiller. Forskning på dataspill og kjønn viser at kvinnelige spillere møter andre forventninger og reaksjoner i spill enn menn. Kvinner som spiller med andre spillere over nett, er mer utsatt for verbal og visuell seksuell trakassering enn menn. Skjellsord mot kvinner, homofile og personer med funksjonsnedsettelse som spiller, er særlig utbredt¹¹.

En inkluderende spillkultur forutsetter at fordommer motvirkes og mangfold etterstrebes – i spill og blant spillere. At noen slutter med dataspill på grunn av språk, omgangsform eller trakassering basert på kjønn, er en utfordring vi som samfunn bør ta tak i på samme måte som vi tar tak i kulturutfordringer, mobbing og trakassering i andre sammenhenger.

Som del av arbeidet med å følge opp Handlingsplan mot spilleproblemer¹² planlegger Medietilsynet å utvikle informasjonstiltak som skal bidra til en tryggere og mer inkluderende spillkultur for alle. Utvikling av et undervisningsopplegg om dataspill for ungdomsskolen er et av tiltakene

¹¹ Kulturdepartementet, 2019: *Spillerom – Dataspillstrategi 2020–2022*. Hentet fra: <https://www.regjeringen.no/contentassets/42ac0925a3124828a2012ccb3f9e80c9/spillerom---dataspillstrategi-2020-2022.pdf>

¹² Kultur- og likestillingsdepartementet, 2022: *Handlingsplan mot spilleproblemer*. Hentet fra: <https://www.regjeringen.no/globalassets/departementene/kud/idrettsdokumenter/v-1030-handlingsplan-mot-spilleproblemer.pdf>



som planlegges. Gaminghåndboka, en veiledning til deltagere, arrangører og foreldre er et eksempel på tidligere tiltak som er tilgjengelig. Til den ble det laget et sett med Gamingvettregler, som skal bidra til bedre trivsel og økt fokus på positiv atferd når man spiller sammen. Et annet tiltak som skal hjelpe familier med blant annet spillrelaterte dilemmaer er nettspillet Stjernekolonien¹³, som så langt er spilt over 10 000 ganger.

Vi har mye å vinne – også på andre områder enn den sosiale – dersom vi lykkes med å skape en inkluderende dataspillkultur. Ved å spille dataspill og ta aktivt del i spillmiljøer kan spillerne lære mye om samarbeid, bygge digitale ferdigheter og teknologisk forståelse.

Dette er kunnskap og ferdigheter som for mange akkumuleres raskt, og som kan utgjøre en betydelig ressurs i fremtidig oppgaveløsning. I et slikt perspektiv er det også en samfunnsutfordring at mange jenter av ulike årsaker slutter å spille dataspill.

Løsningen på utfordringen må finnes i samarbeid mellom myndigheter, spillere og bransje. Den nåværende statlige strategien for dataspill utløper i år, og en ny er under utarbeidelse. Medietilsynet mener at en mer inkluderende spillkultur fortsatt må være en strategisk prioritering, og vil bidra til å sette problemstillingen på dagsordenen gjennom våre tiltak rettet mot barn og unge på dataspillområdet.

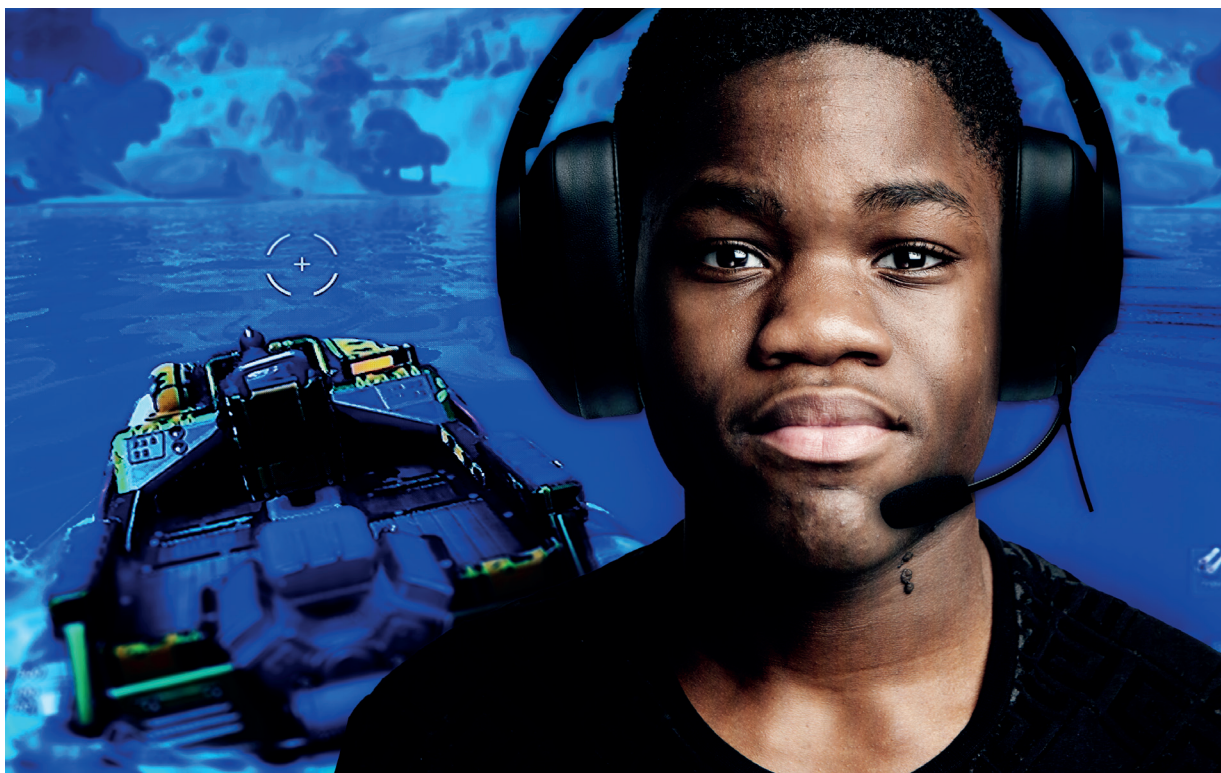


Foto: Lisbeth Michelsen, 15 sekunder / Medietilsynet

13 Nettspillet Stjernekolonien: <https://www.medietilsynet.no/digitale-medier/barn-og-medier/stjernekolonien--et-digitalt-familiespill-om-livet-pa-nett/>



Referanser

Ask, K. & Svendsen, S.H.B. (2014). «Bug or feature?» Seksuell trakassering i online dataspill. NTNU. Hentet fra

https://www.academia.edu/9040572/Bug_or_feature_Seksuell_trakassering_i_online_dataspill

Bergesen, M. (2017). *Spilltrøbbel – ti fagfolk om dataspillrikets tilstand*.

Medietilsynet. Hentet fra

<https://www.medietilsynet.no/globalassets/publikasjoner/dataspill/spilltrobbel-spillproblemer-for-og-na---artikkelsamling-for-magasin-2017.pdf>

Donovan, T. (2010). *Replay: The History of Video Games*. East Sussex: Yellow Ant Media Ltd. (Utdragene er oversatt fra engelsk til norsk av artikkelforfatteren.)

Grindhaug, J.H. (2018). *Forsker brukte 31 500 kroner på «FIFA Ultimate Team»-pakker*. Hentet 04. oktober 2022 fra

<https://www.pressfire.no/artikkel/forsker-brukte-38-000-kroner-p-fifa-ultimate-team-pakker>

Kulturdepartementet. (2019). *Spillerom – Dataspillstrategi*

2020–2022. Hentet fra [https://www.regjeringen.no/](https://www.regjeringen.no/contentassets/42ac0925a3124828a2012ccb3f9e80c9/spillerom---dataspillstrategi-2020-2022.pdf)

[contentassets/42ac0925a3124828a2012ccb3f9e80c9/spillerom---dataspillstrategi-2020-2022.pdf](https://www.regjeringen.no/contentassets/42ac0925a3124828a2012ccb3f9e80c9/spillerom---dataspillstrategi-2020-2022.pdf)

Medietilsynet. (2018). *Barn og medier-undersøkelsen 2018. 9–18-åringer om*

medievaner og opplevelser. Hentet fra [https://www.medietilsynet.no/globalassets/](https://www.medietilsynet.no/globalassets/publikasjoner/barn-og-medier-undersokelser/barn-og-medier-2018-oppdater-versjon---oktober-2019.pdf)

[publikasjoner/barn-og-medier-undersokelser/barn-og-medier-2018-oppdater-versjon---oktober-2019.pdf](https://www.medietilsynet.no/globalassets/publikasjoner/barn-og-medier-undersokelser/barn-og-medier-2018-oppdater-versjon---oktober-2019.pdf)

Medietilsynet. (2020a). *Barn og medier 2020. En kartlegging av 9–18-åringers*

digitale medievaner. Hentet fra [https://www.medietilsynet.no/globalassets/](https://www.medietilsynet.no/globalassets/publikasjoner/barn-og-medier-undersokelser/2020/201015-barn-og-medier-2020-hovedrapport-med-engelsk-summary.pdf)

[publikasjoner/barn-og-medier-undersokelser/2020/201015-barn-og-medier-2020-hovedrapport-med-engelsk-summary.pdf](https://www.medietilsynet.no/globalassets/publikasjoner/barn-og-medier-undersokelser/2020/201015-barn-og-medier-2020-hovedrapport-med-engelsk-summary.pdf)



Medietilsynet. (2020b). *Foreldre og medier 2020. En kartlegging av foreldres erfaringer med 1-17-åringers digitale medievaner*. Hentet fra <https://www.medietilsynet.no/globalassets/publikasjoner/barn-og-medier-undersokelser/2020/201015-foreldre-og-medier-2020-hovedrapport-med-engelsk-summary.pdf>

Medietilsynet. (2022a). «Man må ha tykk hud eller unngå å være på nettet» – en undersøkelse om unges erfaringer med hatefulle ytringer. Henter fra <https://www.medietilsynet.no/globalassets/publikasjoner/kritisk-medieforstaelse/2022-rapport-hatefulle-ytringer.pdf>

Medietilsynet. (2022b). *Foreldre og medier 2022: Nyhetsbruk*. Hentet fra https://www.medietilsynet.no/globalassets/publikasjoner/foreldre-og-medier-undersokelser/2022/resultatdokument_nyheter_foreldre_og_medier_oktober_2022.pdf

Obrestad, A.S., Azam, K.E., Kroglund, J.E., Lerdahl, M., Mentzoni, R., Waterhouse, T. & Felde, T.G.H. (2018). *Rapport om gråsonespill fra Forum for spilltrender*. Kulturdepartementet. Hentet fra https://www.regjeringen.no/contentassets/fec7c5dc-cd6049e2b97e457d5d731201/rapport-om-grasonespill-fra-forum-for-spilltrender_2018.pdf

Talberg, N. (2021). *The princess is not in any castle – Kjennetegn ved jenter og gutter på 9. trinn og vg1 som bruker mye tid på dataspill*. KORUS Øst. Hentet fra https://www.rus-ost.no/uploads/2021_ThePrincessIsNotInAnyCastle_Korus%20%C3%98st%20rapport%20DIGITAL_33afa95b-27f5-4e88-8239-caafeb32e3e4_orig.pdf



Medietilsynet

Nygata 4, 1607 Fredrikstad

post@medietilsynet.no

facebook.com/medietilsynet

twitter.com/medietilsynet

ISBN: 978-82-8428-031-8

Foto: Lisbeth Michelsen, 15 sekunder / Medietilsynet