



AKADEMIN FÖR UTBILDNING OCH EKONOMI  
Avdelningen för humaniora

---

# The Big Picture

En kvalitativ undersökning angående första intrycket av datorspel

Linda Hallqvist

2014

Examensarbete: Uppsats  
Nivå: C  
Poäng: 15 HP  
Huvudområde: Medie- och kommunikation  
Program: Informatörsprogrammet  
Kursnamn: MKV 60-90 HP

Handledare: Gabor Bora  
Examinator: Mathias Sylwan

---



# Abstract

Författare: Linda Hallqvist

Handledare: Gabor Bora

Projekt: C-uppsats

Title: The Big Picture: En kvalitativ undersökning angående första intrycket av datorspel

Innehåll: Undersökningens syfte är att se föräldrarnas första intryck av ett datorspel, dess omslag. De metoder som används i undersökningen är en bildanalys med en semiotisk inriktning samt gruppintervjuer med fokusgruppen föräldrar. Materialet som förekommer är tre stycken slumpmässigt utvalda omslag till spel för barn i åldrarna 3-6 år (PEGI 3). En enskild bildanalys har gjorts av författaren samt en analys av föräldrarnas åsikter av de det ser på omslaget. Detta resulterar i att föräldrarna förknippar det de redan känner till som någonting positiv då de känner trygghet av det tack vare sina erfarenheter medan i andra fall kan det de redan känner till leda till någonting negativt.

Nyckelord: Datorspel, föräldrars syn på datorspel, bildanalys, semiotik, omslag.

# Innehållsförteckning

1. <u>Inledning</u>	Sida 4
1.1 Syfte och frågeställningar	Sida 4
1.2 Bakgrund	Sida 5
1.2.1 Vad är PEGI?	Sida 5
1.2.2 Vad innebär märkeringarna?	Sida 5
1.2.3 PEGI 3	Sida 5
2. <u>Tidigare forskning</u>	Sida 6
2.1 Populärmagasin	Sida 6
3. <u>Metod</u>	Sida 7
3.1 Urval	Sida 7
3.2 Bildanalys	Sida 7-10
3.3 Gruppintervjuer/Fokusgrupper	Sida 10-12
4. <u>Teori</u>	Sida 13
4.1 Semiotik	Sida 13
4.2 Retorik	Sida 13
4.2.1 Ethos, pathos och logos	Sida 14
4.3 Datorspel	Sida 14-15
5. <u>Material</u>	Sida 16
5.1 Bildanalys	Sida 16
5.1.1 Karaktärer	Sida 16-17
5.1.2 Omgivning, miljö och färger	Sida 17-18
5.1.3 Text och symboler	Sida 18-19
5.2 Intervju	Sida 19
5.2.1 Bakgrunds information	Sida 19-20
5.2.2 Sammanställning av intervju med familj A	Sida 20-21
5.2.3 Sammanställning av intervju med familj B	Sida 21-22
5.2.4 Sammanställning av intervju med familj C	Sida 22-23

6. <u>Analys</u>	<u>Sida 24</u>
6.1 Bildanalys	Sida 24-25
6.1.1 Likheter och skillnader	Sida 25
6.2 Analys av intervju	Sida 25-27
7. <u>Summering</u>	<u>Sida 28</u>
8. <u>Förslag på fortsatt forskning</u>	<u>Sida 29</u>
9. <u>Litteraturlista/Referenser</u>	<u>Sida 30</u>
9.1 Litteratur	Sida 30
9.2 Internet	Sida 30
9.3 Bilagor	Sida 31
10. <u>Bilagor</u>	<u>Sida 32</u>
10.1 Bilaga 1	Sida 32
10.2 Bilaga 2	Sida 33
10.3 Bilaga 3	Sida 34
10.4 Bilaga 4	Sida 35

# 1. Inledning

Runt om i världen har e-games väckt debatt i många kretsar. Som så ofta fallet är när nya tekniker visas förvirras samhällen, dess känslor, reaktioner och frågor allt från obehag, ilska, glädje, till föräldrarnas oro och allvarliga missbruksproblem. Inom dessa ramar växer den etiska debatten kring e-games. Det är en risk att debatten blir frysen då i vissa fall stelnar en obefogad karakterisering av e-games och dess konsekvenser. Å andra sidan genom alltför enkla etiska analyser som skulle tvinga oss att välja mellan manikeisk polariteter av ondska kontra godhet.<sup>1</sup>

På PEGIs hemsida har de en kategori kallad råd där man finner tips och kontrollverktyg till föräldrar. De nämner att deras system angående åldermärkning är råd om spelens lämplighet för olika åldrar, dock att alla barn är olika. Deras första råd som står uppspaltat är ”Titta alltid efter åldersmärkningen på spelets förpackning eller via sökmotorn på den här webbplatsen.”<sup>2</sup> De tar även upp punkter så som hur länge, när och vilka spel du som förälder bör ställa dig till. Även att titta upp, så som olika trailers eller recensioner om spelet innan det köps och spelas samt att spela tillsammans med ditt barn.<sup>3</sup>

## 1. Syfte och frågeställningar

I media finner man artiklar om exempelvis tonåringar som som har grova spelberoenden.<sup>4</sup> Hur ser det ut bland de yngre barnen, barn i sina första år innan grundskolan? Syftet med den här undersökningen kommer fokusera på föräldrars första intryck av omslagen av datorspel för barn i åldrarna 3-6 år för att se vad som är ett vinnande omslag och hur föräldrar tänker om det första intrycket av ett spel, dess omslag eftersom det är föräldrarna som har sista talan om ett spel skall köpas eller inte.

- Vad fångar föräldrarnas intresse och påverkar deras åsikter angående spelet?
- Skillnader och likhet av de olika spelens omslag?
- Skillnader och likheter med bildanalyserna och föräldrarnas analyser.
  - Motsvarar föräldrarnas tankar bildanalyserna?

---

<sup>1</sup> E A, Buchanan. C, Ess. Introduction: The Ethics of E-Games. *International Review of Information Ethics*, vol 4. 12/2005.

<sup>2</sup> <http://www.peginfo.info/sv/index/id/444/>

2014-05-18

<sup>3</sup> <http://www.peginfo.info/sv/index/id/444/>

2014-05-18

<sup>4</sup> <http://www.aftonbladet.se/nyheter/article10872872.ab>

2014-05-23

## 1.2 Bakgrund

### 1.2.1 Vad är PEGI?

PEGI står för Pan-European Game Information. Det är en åldersmärkning skapad för att vägleda föräldrar i Europa vid köp av datorspel för sina barn. Åldersmärkningen lanserades våren 2003. Systemet ersatte ett antal nationella markeringar med detta gemensamma system som idag används i större delen av Europa, totalt 30 länder var av att Sverige är en av dem. Detta system stöds av olika konsoltillverkare exempelvis Sony, Microsoft och Nintendo. Systemet av åldersmärkning är framtaget av den europeiska branschorganisationen, ISFE (Interactive Software Federation of Europe), för tv- och datorspel.<sup>5</sup>

### 1.2.2 Vad innebär markeringarna?

På förpackningens fram- och baksida visas PEGI-märkningen. Det finns fem åldersgrupper: 3, 7, 12, 16 och 18. Indikationen som märkningen ger är om spelet är lämpligt med hänsyn till skydd av minderåriga. Svårighetsgraden är ingenting åldersmärkningen anger. Inte heller angående hur skicklig man måste vara för att spela spelet.<sup>6</sup>

### 1.2.3 PEGI 3



Spel som är lämpliga för alla åldersgrupper bär denna åldersmärkning. I de fall där det förekommer våld så handlar det om våld i ett komiskt sammanhang exempelvis våld som finns i tecknade serier så som Snurre Sprätt eller Tom och Jerry. Figurerna skall vara helt fantasibetonade, barn skall inte kunna känna ett samband med varelser på skärmen och verkliga livet. Ljud eller bilder som kan skrämna småbarn skall inte heller förekomma i denna kategori av spel. Ej innehålla grovt språk, nakenhet eller någon form av sexuell aktivitet.<sup>7</sup>

---

<sup>5</sup> <http://www.statensmedierad.se/aldersgranser/aldersmarkning-av-datorspel/>

2014-05-03

<sup>6</sup> <http://www.statensmedierad.se/aldersgranser/aldersmarkning-av-datorspel/>

2014-05-03

<sup>7</sup> <http://www.statensmedierad.se/aldersgranser/aldersmarkning-av-datorspel/>

2014-05-03

## 2. Tidigare forskning

*I kapitlet om tidigare forskning kommer en liknande undersökning att presenteras.*

### 2.1 Populärmagasinet

*Populärmagasinet - vad kännetecknar ett säljande omslag* är en undersökning gjord av Anna Larsson och Johanna Angeria vid Högskolan i Jönköping. Även då undersökningen är gjord på ett annat medium är deras utgångspunkt detsamma som denna undersökning, ett säljande omslag. Deras syfte är att granska omslagen till tidningarna MåBra och Leva för att urskilja vad som kännetecknar de bäst och sämst sålda numren.

Resultatet de kommer fram till tyder på att utformningen av omslagen att rådande teorier om layouten. De bäst sålda och sämst sålda numren skiljer sig på det plan textpuffarna är placerade och innehållet samt den betydande bilden på omslaget. När det kommer till de två magasinerna har Levas betydelse av försäljning berott på innehållet i textpuffarna och deras placering. Många inslag av retoriska grepp finnes på bådas omslag. MåBras omslag domineras av pathos, vilket väcker känslor. Helhetsintrycket hamnar inte alltid i harmoni även då de båda tidningsmakarna är medvetna och vilka verktyg som bör användas.<sup>8</sup>

---

<sup>8</sup> A, Larsson. & J, Angeria. *Populärmagasinet – Vad kännetecknar ett säljande omslag?* 2007.



### 3. Metod

De metoder som valts till denna undersökning har ett kvalitativt förhållningssätt. Det betyder att undersökningen bygger på tolkningar med hjälp av bildanalys och gruppintervjuer av det insamlade materialet som består av omslaget av datorspel, endast dess framsidor. Bildanalysen kommer användas som grund i undersökningen och intervjuerna som kommer stödja bildanalysen för att få svar på frågeställningen. Valet av dessa två metoder är för att komplettera varandra för att som innan nämnt få svar på frågeställningen.

#### 3.1 Urval

De omslag som kommer analyseras är tre stycken. Med hjälp av företaget CDON.com kommer spelen att väljas slumpmässigt. De har en kategori som heter barnspel på sin hemsida under PC och Mac spel.<sup>9</sup> Spelen som väljs kommer vara för barn i åldrarna 3 till 6 år gamla, PEGI 3+.

För gruppintervjuerna kommer sex stycken föräldrar som är sambos med barn i den överstående åldern intervjuas. De kommer bli intervjuade i par (med sin respektive). Totalt kommer det bli tre intervjuer. Föräldrarna har sina barn på ett kommunalt dagis i Gävle kommun.

#### 3.2 Bildanalys

Dagligen möts vi av bilder och visuella uttryck bland annat i reklam, via TV och på nätet. Bara för att vi utsätts för bilder i olika sammanhang innebär det att vi inte alltid reflekterar på en djupare nivå över dess betydelse. Under vår uppväxt lär vi oss att tolka de olika visuella elementen som något. Det vill säga att när man läser av bilder så finns det sociala och kulturella konventionerna samt symboler i kulturen som vi använder oss av i tolkningen. Att bära med de sociala och kulturella konventionerna ger de oss egna mentala bilder vilket ger oss en samlad kunskap när en bild i ett visst sammanhang tolkas. Till skillnad från ord kan bilder även väcka olika typer av känslor på ett mer direkt sätt och på så sätt får vi oftast en idé om bildens innehåll. Språket och bilder har den likhet att de är uppbyggda med ett symbolsystem, i språket använder vi oss av det för att kunna kommunicera med varandra. Den visuella kommunikationens

---

<sup>9</sup> [http://cdon.se/spel/barnspel/pc\\_%26\\_mac/](http://cdon.se/spel/barnspel/pc_%26_mac/)

symbolsystem bygger på etablerade symboler och konventioner. Beroende på vem som betraktar bilden kan den tillskrivas olika betydelser med hjälp av de kulturella koderna lika såväl som individuella erfarenheter.

I omfattningen har studier av den visuella kommunikationen ökat sedan 1990-talet som har benämnts i termer av visuell kultur. Meningsskapande och dess roll i samhället har den visuella kommunikationens roll satts i fokus. Medvetenheten är något som är centralt, att en bild aldrig endast är en illustration eller avbildning av någonting. Vid skapandet av en bild och hur den tolkas sker i ett sammanhang med ett visst perspektiv samt en viss inramning, bilden har sällan en fixerad betydelse då särskilda föreställningar uppstår. Analyser av det visuella är inte alltför sällan styrt utifrån teorier som innefattar maktrelationer vilket betyder att den visuella kommunikationen relateras till sociala, politiska och kulturella betydelser i ett visst historiskt sammanhang. Genom det ökade fokuset på det visuella har forskare inom olika discipliner fått större intresse för populärkultur vid studier av multimodal kommunikation, exempelvis hemsidor. Det finns olika utgångspunkter att studera den visuella kommunikationen utifrån kunskapsintresse. Vid en studie av reklam utifrån en semiotisk metod blir det en mycket detaljerad analys av just det visuella då det visuella upptar stort utrymme. I andra fall kan intresset gälla olika fenomen eller företeelser som framställs på ett mer övergripande plan. Vid en visuell analys är det viktigt att se alla detaljer i allt från text, bilder, linjer, färger, kroppshållning, blick, etc för att studera hur koder och tecken kan frambringa olika föreställningar om någonting. Vid en sådan företeelse innebär det också att relatera bilden till sin kontext samt de kulturella associationer en bild ger upphov till.

Den första frågan man måste ställa sig till analysen är vilken typ av text man har framför sig. Är det en nyhetstext, reklam eller bilder i en modeblogg? Detta är för att se vilket sammanhang och i vilken genre bilden förekommer i. Sedan går man igenom och beskriver de betydelsebärande elementen för att inte missa detaljer i texten. Denna nivå av analys kallas för *denotation* inom semiotisk metod som är för att identifiera vad bilden föreställer. De semiotiska resurserna i texten analyseras utifrån *framing*, eller *inramning*. Det vill säga information om bilder, linjer, färger, typsnitt och faktarutor. Detaljerna i texten, hur förhåller de sig till varandra? Därför är det viktigt att studera relationen mellan bild och text. Hur och vilka färger, typsnitt, linjer används? Element i

bilden som binds samman? Hur olika delar av är placerade i relation till varandra? Går bilden att förstå utan text? Eller behövs texten för att göra en läsning av bilden? Vad är visuellt betonat i texten?

Ett hjälpmedel att ta till sig är att fundera om det finns en hierarkisk ordning i texten. Kress och Van Leeuwen menar att i väst ”läses” oftast bilder från vänster till höger. Med det menas att informationen till vänster är någonting som är självklart för betraktaren och det till höger är någonting nytt. Man kan undersöka detta på samma sätt om den viktigaste informationen står längst upp i en text och längre ner finna den mer specifika informationen. Att studera bilder kan det också vara till hjälp, vad som finns i förgrunden och vad som finns i bakgrunden. Genom detta kan vi också fråga oss vad som är typiskt för den genre vi valt att studera och ifall bilden vi analyserar lånar stildrag från andra verksamheter och genrer. Då talar vi om *interdiskursivitet*.

Vilken relation som skapas mellan bild och betraktaren beror på hur fotot är taget. Är bilden tagen underifrån, ögonkontakt eller ovanifrån? Utifrån detta kan man studera om övertaget ligger hos betraktaren eller objektet (om det föreställer en människa). Även vinkeln, kroppshållningen och graden av engagemang den avbildade personen har. Blickar personen mot betraktaren eller bort mot fjärran? Vilken mental ställning personen har och är det mer än en person, vilken relation de har till varandra? Att väga samman de olika elementen är också viktigt för att se hur bilden skapar mening. Vilka kulturella föreställningar och sociala normer uttrycks och förekommer i bilden? Underliggande betydelser är någonting man måste ta i förakt.

*Konnotationer* eller konnotativa nivåer i en bildanalys är det vi utläser bilden av de kulturella associationerna. Som tidigare nämnts bär vi med de kulturella associationerna tillsammans med individuella erfarenheter som är en ram för ”kulturell kompetens”. Detta används när vi tolkar bilder. Svårigheter kan uppstå då vi är vana vid de bilder som omger oss i det samhälle och kultur vi lever i. Genom att göra ett *kommutations*test kan man få kännedom om kulturella föreställningar och vad som har betydelse i bilden. Det handlar till största del om att bryta ned olika betydelsebärande element i en text när

man gör en bildanalys. För tolkningsprocessen är detta ett grundläggande led och en viktigt del av det analytiska arbetet.<sup>10</sup>

### 3.3 Gruppintervjuer/Fokusgrupper

Personer som tillhör samma kategori kan intervjuas i grupp i stället för att göra enskilda intervjuer. Flera former av gruppintervjuer förekommer exempelvis fokusgrupper som är att man samtalar med en eller flera grupper om ett och samma specifika tema. Fokusgrupper kan definieras som en form av forskningsteknik. Genom gruppinteraktioner kring ett visst ämne, som forskaren bestämmer, samlas data in. Ämnet i detta fall är omslag av datorspel för barn. Datainsamling genom fokusgrupper kan vara en kompletterande form (triangulering) tillsammans med exempelvis observation. Den här metoden kan användas för att studera innehållet i åsikter, attityder, diskussion, tankar och uppfattningar. Det kan även användas för att studera interaktionen mellan deltagarna i gruppen, föräldrarna som par, hur de argumenterar och bemöts om de är eniga eller oeniga. Framför allt är denna metod användbar om man vill undersöka människors uppfattningar och handlande exempelvis när olikheter uppstår. Intervjuaren får en roll som samtalsledare som även kallas moderator. Man fördelar ordet och på löpande band ställer frågor för att styra och hålla igång diskussionen. För att styra diskussionen i gruppen kan man använda sig av stimulansmaterial som exempelvis texter, bilder eller filmer. I den här undersökningen kommer bilder att användas. Syftet med att använda sig av stödmaterial är för att väcka frågor och diskussion inter för att argumentera eller ge svar.

Forskningsprocessen kan delas in i fyra steg: planering, rekrytering, diskussionsledning och analys. En omfattande planering krävs vid en fokusgruppstudie. Där exempelvis samman sättandet av grupperna kan ofta vara ett omständligt moment. Till att börja med bör man bestämma eller i alla fall ange den övergripande forskningsfrågan för sin studie. Därefter styr forskningsfrågan designbeslut bland annat hur grupperna ska komponeras och i vilken grad intervjun bör vara strukturerad. Man bör ställa sig i tre olika aspekter. Den första är hur många grupper man skall ha. Tre eller fyra grupper är lämpligast enligt metodexperterna på området. En mättnad av material kan lätt uppstå om det är fler grupper. Sedan gäller det frågan om antalet deltagare i en grupp.

---

<sup>10</sup> Ekström, M. & Larsson, L. *Metoder i kommunikationsvetenskap*. 2. Uppl. Lund: Studentlitteratur, 2010. Sida 179-183

Fokusforskare är under den här punkten oeniga. Endel anser att en grupp bör innehålla max fyra personer för att alla ska kunna vara delaktiga i samtalet medan andra menar att maxantalet är 12 personer. Minst fyra och högst sex personer anser Wilbeck är ett lämpligt deltagarantal. Det finns en risk att subgrupper bildas om antalet är mer än sex, tillbakadragna personer kommer inte till tals. För det tredje och sista aspekten är angående hur en grupp sätts samman. Skall det vara homogena eller heterogena grupper exempelvis ålder och socioekonomisk bakgrund eller intressen och erfarenheter? Oftast tillämpas homogena grupper då det anses ge bättre kontakt mellan de samtalande. På så sätt blir deltagarna i grupperna mer benägna att dela med sig av åsikter och informationen som delas ut är av en mer personlig art.

På flera olika sätt kan rekryteringen av deltagare ske. Delvis beroende på ämnet för studien. *Slumpmässigt urval* är tänkbart att tillämpa speciellt vid sociala ämnen, men *ändamålsenligt urval* är det mer normala. Då utgår man listor till exempel personal-, medlems- och sajtlister. Genom *kontaktpersoner* få fram namn eller med hjälp av *snöbollsurval* ta ett första namn man känner till. Man kan även använda sig av ”*på-plats*” rekrytering med det menas att man snabbt söker upp personer. Ett ytterligare alternativ kan var en *öppen ansökan* genom annonsering. För denna undersökning har på-plats rekrytering valts med hjälp av kontaktpersoner.

Den tredje av de fyra aspekterna av gruppintervju är genomförande, hur skall man lägga upp fokusgruppintervju? Det första man måste göra är att besluta om man skall använda sig av strukturerad eller ostrukturerad intervju. Undersökningen kommer vara en ostrukturerad intervju. Med det menas att den som är moderatören ställer en eller ett fåtal övergripande frågor för att det är deltagarna som skall leda diskussionen. Deltagarnas mening kommer här fram i hög grad men det kan även hända att konversationen blir rörig och utsvävande. En intervjumanual behöver göras och användas även till en ostrukturerad intervju. Då innehåller den endast ett begränsat antal frågor. I denna manual bör fem typer av frågor finnas med: öppnings-, introduktions-, övergångs-, nyckel-, och avslutningsfrågor. Eftersom stimulans material kommer användas är det viktigt att visa det inledningsvis.

Sista delen är analysen. Materialet kodas, det vill säga att texten delas upp i olika bitar utifrån teman och mönster. Sedan går analysen ut på att söka identifierade kontexter och

mönster utifrån diskussionen kring de olika frågeområden för att sedan kunna jämföra olika åsikter så som specifika inslag, betydelsefulla uttalanden, tydliga oenigheter samt uppnådd samstämmighet. Iakttagelser om intressant tystnad samt språkbruk bland deltagarna, även noteringar angående kroppsspråk och så vidare som finns i eventuella anteckningar skall räknas in. I följd av detta kommer momentet att göra en samlad tolkning och dra slutsatser. Texten som tar form bör disponeras utifrån teman och/eller frågeområden som tidigare har angivits i intervjumanualen och som utöver uppkommit i sessionssamtalen. <sup>11</sup>

---

<sup>11</sup> M, Ekström. & L, Larsson. *Metoder i kommunikationsvetenskap*. 2. Uppl. Lund: Studentlitteratur, 2010. Sida 79-84.

## 4. Teori

*I detta kapitel kommer teorier som kommer användas vid analysen av materialet.*

### 4.1 Semiotik

Vi använder olika verktyg för att tolka och skapa betydelser av bilder. Vi använder dessa verktyg ofta för att titta automatiskt utan att analysera dem för mycket. Bilder tillverkas enligt sociala och estetiska konventioner. Konventioner är som vägs skyltar. Vi måste lära oss deras koder för att de ska vara meningsfullt/till någon nytta. Koder som vi lär bli en del av natur. Företag logotyper fungerar enligt denna princip om omedelbar igenkänning, räknar med att den kännetecknande meningen (exempelvis swoosh är likamed Nike) kommer att glida in i den konnotativa betydelse (att swoosh innebär kvalitet och fräckhet) som kommer att öka försäljningen. Vi avkoda bilder genom att tolka ledtrådar. Det kan vara formella element såsom färg, nyanser av svart och vitt, ton, kontrast, sammansättning, djup, perspektiv och stil för att tilltala betraktaren. Vi tolkar också bilder enligt deras sociala historiska sammanhang. Till exempel kan vi tänka på när och var bilden gjordes och visas eller i vilket sociala sammanhang den presenteras. Vi är utbildade för att läsa om kulturella koder, såsom delar av bilden som betyder köns-, ras- eller klassspecifika betydelser.<sup>12</sup>

### 4.2 Retorik

Hur vi använder ord och andra typer av symboler för att påverka är resultatet av retorik. Det en retoriker intresserar sig för är hur vi använder olika former av språk och tecken för att få våran vilja igenom. Exempelvis hur vi ber någon om hjälp, varnar för fara, argumenterar för att få ett bättre pris eller hur man för en konversation vid föreläsning. Publiken spelar ingen roll om det är din livspartner på andra sidan köksbordet eller tusentals människor vid ett politiskt möte. Det finns olika former av verktyg som kan användas för att påverka. Det kan vara det skrivna eller uttalade ordet, gester, bilder eller handlingar så väl som politiska frågor och konstnärliga, även informativa, kommersiella eller vetenskapliga. Alla sorter av språklig och symbolisk påverkan behandlar retoriken.<sup>13</sup>

---

<sup>12</sup> M, Sturken. & L, Cartwright. *Practice of Looking. An Introduction to Visual Culture*. New York: Oxford University Press. 2009. Sida 26-27.

<sup>13</sup> J, Lindqvist Grinde. *Klassisk retorik för vår tid*. Lund: Studentlitteratur. 2011. Sida 25.

#### 4.2.1. Ethos, pathos och logos

De övergripande tekniker som används i grund och botten är tre olika strategier eller *retoriska bevismedel*. Dessa är *ethos*, *pathos* och *logos*.<sup>14</sup>

Ethos: För att påverka en person, hur använder jag min egen karaktär? Denna fråga är intill nästan omöjlig att besvara på ett generellt sätt. I alla samhällen värderar man skilda saker som pålitligt eller värda att lyssna på. Vi alla har olika typer av egenskaper att bygga på. Exempelvis en polis i vissa sammanhang kan använda sitt yrke för att framstå som trovärdig. De *icke retoriska* bevismedlen bör ej bli inblandade i det så kallade ethos. Så som etnicitet, ålder, utbildning, klasstillhörighet skall ej påverka talarens personlighet. Ethos handlar om det talaren kan kontrollera. Det ethos betecknar är de strategier som talaren skapar och använder i talet.<sup>15</sup>

Pathos: Känslor spelar en viktig roll när vi gör omdömen eller fattar livsavgörande beslut. Retoriken måste därför ta in känslornas betydelse för att veta vad som påverkar en viss publik eller förstå hur en viss text kan förändra historien. Åhörarnas åsikt angående det du talar om kan med hjälp av endast emotionerna avgöra om du har rätt bara genom att få dem att känna för din sak. Det som styr det vi vill är känslor, inte förnuftet.<sup>16</sup>

Logos: De påståenden vi uttalar oss om måste vara bevis eller sakskäl (argument). Logos är inte det samma som logik utan dess betydelse är mindre klar och formell betydelse.<sup>17</sup>

### 4.3 Datorspel

I Jonathan Bignells bok *Media Semiotics an Introduction* har han dedikerat en del till datorspel. Han berättar att nöjet med spelande är konkurrens, prestation, behärskning av spelets kontrollsystem och dess fiktiva värld, nöjet av berättelsen och de visuella njutningars spektakulära effekter. Vissa av dessa effekter är identifierbara med

---

<sup>14</sup> J, Lindqvist Grinde. 2011. Sida 29.

<sup>15</sup> J, Lindqvist Grinde. 2011. Sida 88-89.

<sup>16</sup> J, Lindqvist Grinde. 2011. Sida 80.

<sup>17</sup> J, Lindqvist Grinde. 2011. Sida 79.



traditionella medier exempelvis som televisionens berättande tillfredsställelse eller bions effekter.<sup>18</sup>

---

<sup>18</sup> J, Bignell. *Media Semiotics an Introduction*. New York: Manchester University Press. 2002. Sida 216.

## 5. Material

### 5.1 Bildanalys

*I den första delen av materialet kommer en bildanalys ske med hjälp av den valda metoden. Analysen är utförd av författaren och dess erfarenheter med hjälp av de begrepp som nämns i metoden.*

#### 5.1.1 Karaktärer

*Bamse och sjörövarskatten* (se bilaga 1): Omslagt innefattar tre djur. En björn, en sköldpadda och en kanin. Den mest framträdande figuren är björnen. Färgen på hans päls är brun och han har ett par blåa hängselbyxor samt en mössa i samma färg. Hens ögon har kontakt med kameran. Kroppen står riktad åt samma håll. Ögonen är svarta men hen ger uttrycket av lycka då hen ler glatt. Den vänstra handen vilar på locket av en öppen skattskista och i den vänstra håller hen i endel av skatten. Bakom björnen finner vi en sköldpadda som blickar mot björnen. Färgen i hens ansikte, ben och armar har samma nyans av matt turkos, hens skal är mörkgrönt med svarta fläckar på. På huvudet har hen till synes en något sliten gul höghatt med ett rött band om. Det syns inte om hens ögon är stängda eller halvt öppna, nästan som om hen nyligen vaknat. I sin hand håller hen ett pappersark. Längst bak på bilden står en vit kanin med rosa nos och svans. Om halsen har hen en röd fluga. Där hen står, längst bak vid vatten, tittar hen åt ett helt annat håll än sköldpaddan och ser en aningen rädd eller uppmärksammat ut.

*Viva Piñata* (se bilaga 2): I förgrunden ses tre figurer. Det går inte klart och tydligt att se vad det är för djur men av ren chansing av vad det ser ut som: en räv, en åsna och en igelkott. Rävens päls är i varma färgerna gul, orange och på gränsen till röd. Vita toppar på öronen samt svansen. Hen blickar in i kameran och ser en aningen elak ut. Intill räven står en åsna med ett stort leende. Åsnan bryter av rävens varma frägar med kalla så som blå, grön och lila. Längst fram på mulen är den vit. Det som skall föreställa man är gul och röd. Även hen blickar in i kameran. Sedan på åsnans vänstra sida finns en igelkotts liknande figur. I själva ansiktet har hen två olika nyanser av grönt. Baktill till det som nog ska föreställa en kropp är varma och kalla färger blandade. Hela färgpaletten finns på denna karaktär, så som gul, blå, rosa, lila och grön. Förskräckt tittar hen in i kameran. I bakgrunden finns ytterligare två figurer. Figuren till vänster har likheter med räven, hen är en aning rundare om kroppen och färgnyanserna är mörkare med ett hånande leende. På andra sidan bakom igelkotten är en liten kanin, så pass liten

att den nästan smälte in i den gröna omgivningen med sin blåa päls. De här karaktärerna är vända mot varandra. Situationen kan läsas av som att den mörkare räven jagar kaninen.

*Zoombinis – Mysteriet I grottan* (se bilaga 3): Total på omslaget är fyra karaktärer synliga var av att två är i förgrunden och två i bakgrunden. De karaktärer som syns bäst är två figurer som ser ut som lila geléböner med ben. Deras hår är av en mörkare nyans av lila. Den ena har mer av en kill frisyr och den andra har långt hår som en tjej. Något mer som styr deras könsroller är de klassiska pojk- och flickfärger. Karaktären längst fram har en grön näsa medan den andra har en rosa. Han med grön näsa har ett par snowboard goggles som har mörka glas och på så vis syns inte hans ögon. Halsduken runt hans kropp är mörkröd och svart. Tjejen har också ett par snowboard goggles med transparent glas. På så vis ser man hur hon tittar åt sidan. Hela hennes kropp är inlindad i en orange och röd halsduk. Båda dessa karaktärer står på varsin snowboard. Bakom dem syns en hårig figur på snowboard. Pälsen är brun och på huvudet har hen en mörkare brun frisyr. Ovanpå det har hen en grön mössa med gul topp. Längst bak på bilden finns ännu en till lila geléböna på snowboard. Eftersom denna karaktär är så pass långt bak är det svårt att se hur han eller hon ser ut mer än långt hår och rosa näsa.

### 5.1.2 Omgivning, miljö och färger

*Bamse och sjörövarskatten*: En ljusblå himmel och ett klart hav. En båt står ute i vattnet, tom. På stranden där karaktärerna står finnes två växter, en i mångas ögon vanlig buske och något som ser mer tropiskt ut eller kanske rent av en form av ormbunke. I skattkistan som står intill björnen är fylld till toppen med guldpengar, pärlhalsband i olika färger och diverse olika sorters juveler, en del av dessa ligger på marken, kanske har de ramlat ur vid öppnandet av kistan. Kistan i sig är grönrandig och hörnen föreställer någon form av metal, hänglåset av samma material. Utifrån skuggan som faller på marken verkar det som om solen står rakt ovanför dem. Bilden innehåller mycket grönt och blått. Färgerna är klara och inga avancerade färgskiftnings nyanser synes förutom på himlen och vattnet.

*Viva Piñata*: Naturen är grön och blomstrande, bak till vänster ses även snötäckta berg. De befinner sig förmodligen i någon form av dal. Både en biodling och ett litet trädgårdsland finns med. I trädgårdslandet syns bara ett par morötter som fortfarande

sitter i jorden och en av de ligger uppdragen. Ur biodlingen får man se hur ett bi i en väldig fart flyger ut och upp mot skyn. Bilden i helhet är mycket färgglad, ljus- och skuggsättning tillfaller på hög grad.

*Zoombinis – Mysteriet I grottan:* I det snötäckta landskapet finnes några objekt långt bak på bilden, alla dessa bakom de tre första karaktärerna. Fyra snötäckta granar och längre bak en brun låda. Ovanpå lådan finns ytterligare fyra objekt. En silvrig skruv, ett timglas där sanden är i det översta glaset, en guldning megafon och rosa lampa. Det skall nog föreställa någon form av start och tidsräkningsapparat vilket kan vara förståeligt då det ser ut som om de har ett race. Majoriteten av färgerna på bilden är lila och vit. Den vita färgen är pågrund av det helt snötäckta landskapet.

### 5.1.3 Text och symboler

*Bamse och sjörövarskatten:* Huvudtiteln *Bamse* är skrivet i guld med en svart lutning bakom för att få en 3D-effekt. I rött med en svart utkant med en skugga bakom står *och sjörövarskatten*. Utöver själva titeln på spelet finns fyra olika textområden, ett i varje hörn av omslaget. Uppe till vänster får vi informationen om PC/MAC CD-ROM. Detta betyder att spelet går att installera och spela på både PC och MAC datorer. Sedan i det högra hörnet står det Runa A. Detta står för Rune Andréasson som är skaparen av Bamse. I det nedre vänstra hörnet finner en grön ruta med siffran 3 i, under en webbadress [www.pegi.info](http://www.pegi.info). Informationen som ges här är för att veta vilken ålder spelet är rekommenderat ifrån. Sista, i det nedre högra hörnet syns texten Nordic. Under denna text är det inte klart var det står då texten är för liten och otydlig.

*Viva Piñata:* Detta omslag innefattar totalt nio texter med titeln inräknad. Den mest utmärkande är själva titeln *Viva Piñata* som är otroligt färgrik. Alla bokstäver utom Ñ, som är fylld med blå, är fyllda med gult. De har alla också en färgad utkant med skuggning för att skapa en 3D-effekt. Högst upp på omslaget är en vitfärgad rektangulär ruta som sträcker sig över hela omslaget. Där finns två olika texter. Till vänster bredvid Windows loggan står det Games for Windows och till höger står det PC DVD. Detta betyder att spelet är utformat för PC datorer. Under PC DVD står det LIVE i guld text. Det kan vara för att spelet går att spela online. Ungefär på mitten av omslaget finns ytterligare en röd ruta till höger. I denna runta står det Alla pratar svenska. Informationen som tilldelas där är behövlig då titeln på spelet är ej svenskt. I botten av omslaget finns

fyra texter och symboler. Först till väster en ruta där det står 3+ och under webbadressen till pegi.info. Sedan finner vi texten/loggan för Climax, Microsoft game studios samt Rare.

*Zoombinis – Mysteriet i grottan*: Den största texten som tar upp ungefär halva omslaget är titeln. *Zoombinis* är skrivet i en blålila färg. Runt denna text är det en del skuggning och ljusa highlights för att ge effekt. Texten ligger ovanpå ett gult lager format efter texten, sedan ytterligare ett lager som är blålila och till slut ett lila lager. *Mysteriet i grottan* är i vit färg med en tunn svart utkant som ligger ovanpå ett lager som ser ut som vatten eller kanske is. Uppe till vänster står SPELA TÄNKA LÖSA i röd färg med en vit utkant. Till höger finns en röd ruta där det står The Learning Company. På botten av omslaget finnes fyra text typer. Först en mörk rutan med texten 3+, under www.pegi.info. Under den står det CD. Bredvid CD står det en pixlig text som är nästan omöjlig att tyda där av har jag valt bort att skriva dit den. På mitten av nedre delen av omslagen i en vit ruta står det Från 7 år. Och tillslut till höger är loggan till Levande böcker samt dess text.

## 5.2 Intervju

Deltagarna i intervjuer är anonyma, därav nämns de med bokstäver och siffror. Alla intervjuer utfördes i respektives hem. Samtalen skedde mellan mig och föräldrarna, inga barn deltog och har inte haft någon inverkan på intervjuerna.

### 5.2.1 Bakgrunds information

Män defineras som 1 och kvinnor defineras som 2. Respektive familj defineras som A, B och C.

A1 och A2: Gifta i två år, sambos i sex år. Totalt har de två barn, ett barn inom urvalsgruppen (dotter, fyra år). A1 arbetar som butiksbiträde och A2 som vårdbiträde.

- Intervju utfördes den 1 maj 2014

B1 och B2: Ej gifta, sambos i fem år. Totalt ett barn (dotter, tre år). B1 arbetar inom industri och B2 som sjuksköterska.

- Intervju utfördes den 3 maj 2014

C1 och C2: Giftna i nio år, sambos i 12 år. Totalt tre barn, ett barn inom urvalsgruppen (son, fem år). C1 arbetar inom IT och C2 som butiksbiträde.

- Intervju utfördes den 4 maj 2014

### 5.2.2 Sammanställning av intervju med familj A

I familjen As hem får barnen spela datorspel max en timme om dagen. De vet att det finns tillgång att spela på dagis men det påverkar inte en timmes regeln hemma då deras dotter ibland spelar på dagis. För det mesta spelar hon på spel på föräldrarnas Facebook konton så som Candy Crush. Dock har de köpt några spel till henne. De säger att det är enklare att bara öppna upp Facebook eftersom hon kan även spela det på exempelvis deras surfplatta. Vid köp av datorspel har föräldrarna tillsammans valt vad hon får spela. Bådas röst är lika viktiga. Det viktigaste är att spelet på något sätt skall vara lärorikt så som att träna upp minnet med memory eller enkel matte. Många utav spelen de ser i butikerna är just lärande för barn. De är även noga med att se till att åldern är rätt på omslaget så att det inte blir för svårt. Hon borde klara av det mesta själv utan att behöva be någon vuxen om hjälp med vad hon skall göra. Deras åsikt skiljer sig från varandra agående könsdefinierade spel. A1 tycker att hon ska spela "tjejiga" spel, äventyrsspel är nog ingenting för deras dotter medan A2 tycker att det inte spelar någon roll alls, bara det är lärorikt och inte skadar deras barn på något sätt.

Det första speleomslaget som visades upp var *Bamse och sjörövarskatten*. Båda föräldrarna namnger alla tre karaktärer på omslaget med egennamn. De nämner inte vad för typ av djur de är. Själva är de uppvuxna med Bamse och tycker av egen erfarenhet att det är någonting bra. Ansiktsuttrycken på karaktärerna är självklara för de är så dem är i barnprogrammet som de är själva uppvuxna med. Allmänt säger titeln och omgivningen sig själva. Bilden är inte avancerad utan enkel att läsa. Utifrån vad de ser kan de tänka sig att spelet går ut på att leta reda på skatten.

Vid visning av det andra omslaget *Viva Piñata* börjar de skratta. De tycker kombinationen av djur är rolig. En slug räv, en dum åsna och någonting som ser ut som en igelkott säger de. De gör kopplingen mellan titeln och åsnan på bilden. Ofta är det åsnor som är det man slår sönder i piñatas, säger de. Inte riktigt förstår det vad spelet i sig går ut på. Ska man slå på ett av djuren till de går sönder? Eller är det kanske någon form av hinderbana så de är olika miljöer med på bilden? A2 tycker att det är för

mycket som pågår på bilden, det blir alldeles rörigt med de starka färgerna och de olika mönstren. Mycket att titta på helt enkelt. Bara det gör att det känns som att den avancerade nivån kommer vara för hög för deras barn även då spelet är PEGI 3+.

Sista omslaget som visads var *Zoombinis – Mysteriet i grottan*. Direkt reagerar både A1 och A2 på att spelet är från sju år även då det står 3+. A1 säger undrande att nästa PEGI är 7. De tycker det verkar konstigt att då sätta 3+ istället för 7+ då spelet är rekommenderat för barn som är sju år och uppåt. Utöver det tycker de att spelet verkar intressant med tanke på landskapet.

I frågan om de var i en butik och skulle köpa något av dessa tre spel skulle de välja *Bamse och sjörövarskatten* då de tycker det är ett säkert val av den enkla anledningen att de är uppvuxna med Bamse.

### 5.2.3 Sammanställning av intervju med familj B

Hos familjen B får dottern spela datorspel hur mycket hon vill. Hon har inte något stort intresse för datorn och det händer ett fåtal gånger i veckan att hon vill spela. De gånger hon spelar brukar vara när hon är sjuk eller på dagar då det är dåligt väder. Totalt har föräldrarna bara köpt henne fem spel. Dessa har hon fått vid tillfällen som gåva exempelvis födelsedagspresent eller julklapp. När de har köpt spelen är de noga med att kolla upp spelets innehåll. B1 är den som har köpt henne spelen. Han tittar alltid upp på baksidan av spelet för att se dess innehåll om det är passande. Självklart säger han att det är omslagets framsida som fångar han uppmärksamhet. De är noga med detta då det är deras första och för tillfället enda barn. B2 förklarar att det är lite som ett första försök då de bara har ett barn. Spelen det köper ska vara rogivande för dottern. Eftersom hon tycker om färger tittar de efter spel som är rik på färger och fina miljöer.

När *Bamse och sjörövarskatten* visas upp för föräldrarna nämner de figurerna vid egennamn. Dock säger de att björnen heter Bamse, sköldpadda Skalman och kaninen Lilleskutt. Båda två är uppvuxen med Bamse som barnprogram men visste ej att det fanns som datorspel. Visserligen var de ej förvånade då många gör spel av filmer och dylikt. De tycker däremot att omslaget ser tråkigt ut, alldeles för enkelt men det är såhär Bamse ser ut säger de.

B1 säger direkt att *Viva Piñata* är ett spel för deras dotter när han ser omslaget. Färgerna fångar verkligen ögonen och djuren med. Även om de inte förstår vad spelet riktigt kan gå ut på så är det någonting de skulle titta upp. Dock reagerar de båda på spelets namn och det faktum att djuren ser ut som piñatas. Ska de slå djuren undrar de. Båda är helt emot våld och vill verkligen att deras dotter inte skall göra någon koppling mellan att slå djur i verkligheten eller i spel. Även om det kanske inte är det spelet går ut på är de ändå oroliga över det. Hur förklarar man för en tre åring att det finns någonting som heter piñata och det går ut på att slå sönder djurliknande saker för att få godis?

Vid visning av det sista, *Zoombinis – Mysteriet i grottan*, tittar båda föräldrarna på bilden en lång stund. Till slut säger B2 att hon inte förstår bilden alls. Inte en vad de skall föreställa. B1 håller med. De reagerar båda starkt över att det står att spelet är från 7 år även då det är ett PEGI 3+ spel. B1 tycker det verkar konstigt eftersom det finns en PEGI 7. De antar att spelet är någon form av äventyrsspel då de står spela, tänka och lösa på omslaget. Även också tack vara landskapet.

Skulle de behöva välja ett av dessa spel att köpa skulle de välja *Bamse och sjörövarskatten*. Anledningen är att de tycker det känns som ett pålitligt spel för barn i åldrarna tre till sex år. De är också uppvuxna med Bamse själva och tycker de kan måla upp en bild om vad de kan vänta sig från spelet.

#### 5.2.4 Sammanställning av intervju med familj C

C1 och C2 har tre barn. Den yngsta av dem spelar mycket datorspel. De anser att deras äldre barn har påverkat hans tid som han spenderar vid datorn. Flertalet gånger har de satt tidsbegränsning för den yngsta med varje gång har den fallit eftersom det är ”orättvist”. Han tittar gärna på när hans äldsta bror spelar vilket de gärna försöker undvika eftersom vissa gånger kan det vara våldsamma spel. Deras son har fått ärva många spel då det finns mycket från de andra barnens uppväxt. Visst, många är väl omoderna men fortfarande speldugliga och bra för hans ålder. Eftersom de har tidigare erfarenhet med andra barn angående spelande så vet de att PEGI 3 loggan ska vara där. Det händer ibland att sonen får nya spel men bara vid tillfällena som vid hans födelsedag. Så gott de kan försöker de hålla sig till spel som är utvecklande exempelvis spel som innehåller matte, enklare ord att stava och så vidare. De vet att han spelar rätt mycket på



dagis, så pass att personalen får säga ifrån. Intresset för att spela tror de kommer från hans äldre bror.

När *Bamse och sjörövarskatten* visas skiner båda föräldrarna upp. Direkt namnger de karaktärerna vid namn. Bamse, Skalman och Lilleskutt. De är inte uppvuxna med Bamse men deras två äldsta barn är. C2 säger att de har mycket erfarenhet av Bamse och hans vänner. Omslaget ser ut som om det är taget ur Bamses serietidning. Bilden är enkel och de läser in titeln *och sjörövarskatten* och gör en direkt koppling till omgivningen. Bamses båt står där ute på vattnet och såklart skattkistan. Utifrån det lilla säger C1 att han tror att spelet går ut på att leta reda på skatten.

Här näst fick de se *Viva Piñata*. De ser ut som frågetecken och förstår inte alls. Bilden innefattar så många element i både text och symboliskt. Deras blickar vet inte var de ska fokusera. Efter en stunds förvirring och små mumlande med varandra säger C1 att det är självklart att de ska slå djuren för att få godis, men vad är det för typ av spel egentligen? De tycker att det blir en negativ syn av allt i sin helhet. Även då det kanske är en tre åring som inte kan läsa än som ser detta omslag och ropar på sin förälder att han eller hon vill ha det här spelet. C1 som förälder säger att han skulle ha problem att förklara vad en piñata är för sitt barn. Han säger att det kan misstolkas av barnet, att slå djur för godis. I det här tillfället är jag som moderator tvungen att inflika att varken jag eller de vet vad spelet går ut på. Detta sades för att inte tappa fokus på helheten av vad de ser. Till svar fick jag att de inte kan se detta spel utföras på annat sätt.

Slutligen får de se omslaget av *Zoombinis – Mysteriet i grottan*. Mer eller mindre direkt säger C2 att detta är något för deras son. Det verkar vara ett fartfyllt spel då karaktärerna, vad de nu än är för någonting, åker snowboard. Känslan de får är spänning av farten på bilden. De märker av att det står att det är från sju år även då det är PEGI 3+. Utifrån de antar det att spelet är en aningen mer avancerat men ändå barnvänligt. En eventuell lösning skulle vara att spela tillsammans med barnet eller liknande.

De är lite kluvna i vilket spel de skulle välja för sin son. Bamse känns han en aningen för gammal för så till slut valde de *Zoombinis* då de känner att det skulle i helhet vara passande eftersom det verkar äventyrligt.

## 6. Analys

*I detta kapitel kommer två analyser att göras, en bildanalys av författaren, en analys av intervjuerna för att se skillnader mellan de separata analyserna.*

### 6.1 Bildanalys

De tre spelen är till synes på omslaget olika. *Bamse och sjörövarskatten* är en enkelt illustrerad bild, *Viva Piñata* animerad och *Zoombinis – Mysteriet i grottan* något mer avancerat illustrerat än Bamse. De två första av dessa bilder består karaktärerna till djur och den sista någonting som inte riktigt går att beskriva då de inte är lik någon form levande varelser. Från det man kan se eventuellt gelébönor. I bakgrunden vad PEGI 3 spel innehåller nämner de att barn inte skall kunna göra någon koppling mellan det verkliga livet och spel. Vid fallet om *Zoombini* går ingen koppling mellan något levande ting att göra medan de andra två innehåller djur. Barn och även vuxna vet vad ett djur är, vi har dem till och med i våra hem runt omkring oss.

Alla karaktärer strålar ut ett visst uttryck. Ingen av dem ger samma ansiktsuttryck. På det första omslaget finns en glad björn, en slö sköldpadda och en rädd kanin. Björnen är placerad längst fram på bilden och är den som tar störst plats. Hens ger en känslan av lycka, framför allt i samband med skatten i hans närhet, en vinnare. De andra två är i bakgrunden och ger inte samma känsla. Mer som att de jobbar för björnen än med den figur. Att de är inte alls lika viktiga som björnen i det här sammanhanget. Även skatten som står vid björnen kan ses som att hen är ledaren i gruppen. I verkligt perspektiv är björnar stora varelser medan sköldpaddor och kaniner är små. Detta spelar också roll vid tolkningen om ledaren, i det här fallet björnen.

Kopplingen mellan texten och miljön känns relevant. Miljön är en strand och hav. En båt står ute till havs. Dock har den inte sjörövarflagga. Den visuella skatten och titeln *och sjörövarskatten* är det enda som går att koppla till. Inga sjörövare synes. Skulle skatten inte synas på bilden skulle den här kopplingen ej gå att göra. Detta är en inkodning som görs automatisk eftersom i många sammanhang använder man sig av en strand, vatten och en skatt i koppling med sjörövare.

*Viva Piñata*, fylld med färg. Att fokusera blicken på en punkt kan vara svårt då det finns mycket att titta på. Karaktärerna i förgrunden är olika i så som storlek, art och färger.

Det första ögat dras till är det största djuret på bilden, åsnan. En direkt koppling mellan åsnan och titeln. En piñata kommer i många olika former, i många fall som en åsna. Eftersom det ordet bara är en del av titeln är det lätt att undgå det första ordet *Viva* som betyder levande på spanska. Direkt översatt Levande Piñata. Det kan vara så att den här åsnan har ett egennamn, Piñata, inte själva akten av användandet av en piñata (slå sönder en pappersmache figur). På de här sättet skapas en mening till karaktären som ger den liv.

Som det tidigare nämnts i bildanalysen går det inte att avgöra vad för någonting karaktärerna på *Zoombinis* omslag är. Dock verkar de levande efter som de åker med full fart på varsin snowboard. I det stora hela är bilden platt, omgivningen syns inte så mycket. Detta göra spelar inte så stor roll eftersom karaktärerna i förgrund samt titeln tar upp mer eller mindre hela sidan. Bilden består av mycket kalla färger vilket passar in eftersom det är ett snölandskap. Det är inte mycket som sticker ut och är lockande mer än att man försöker klura ut av karaktärerna är. Ingen känsla för dem uppstår som exempelvis med djuren på de andra omslagen.

### 6.1.1 Likheter och skillnader

Den största likheten de olika omslagen delar är PEGI 3 eller PEGI 3+ loggan nere i vänstra hörnet. Visserligen är bakgrunderna i denna logga olika. Eftersom detta system används i Sverige skall alla datorspel vara märkt med en PEGI för att underlätta föräldrar. Detta ger dem en trygghet i sitt val vid köp av spel för minderåriga då det är en form av guide. De delar även lekfulla typsnitt på sina omslag. Visst, de är olika men det är inget klassiskt typsnitt som Times New Roman eller Calibri.

Miljöerna är däremot olika, *Bamse och sjörövarskatten* har en tropisk omgivning, *Zoombinis – Mysteriet i grottan* är ett snötäckt landskap och *Viva Piñata* innehåller både värme och kyla. Det som sticker ut mest och som skiljer *Zoombinis* från de andra omslagen är texten från 7 år. Vart kommer det ifrån och varför?

## 6.2 Analys av intervjuerna

Alla de tre paren känner till karaktärerna på omslaget av *Bamse och sjörövarskatten*. I sin helhet har de alla visat tecken på att de finner i viss trygghet med spelet då de har tidigare erfarenheter på andra sätt med *Bamse*. De nämner alla karaktärer med

egennamn utan att en tänka på att de kanske bara är djur, endast familjen B påpekar detta. På så vis skapar de en meningsfull relation till karaktärerna, framför allt med huvudkaraktären Bamse (björnen). Kopplingar mellan titeln och omgivningen gör de allihopa och på så vis målar det upp en bild av vad spelet innehåller. Bilden de målar upp angående innehållet är att leta efter en skatt. Enkelheten som finns i bilden påpekas var av att familjen B uttrycker sig om att den är tråkig. Även fast de anser det skulle de välja det här spelet för sin dotter eftersom det känns pålitligt. Som tidigare nämnt att alla har en relation till Bamse.

Det omslag som drog till sig mest negativa åsikter var *Viva Piñata*. Alla familjer reagerar kraftigt på namnet och karaktärerna längst fram i bild. Automatiskt gjorde de kopplingen till djurmisshandel eller någon form av våld. Det var bara A och B som pratade om omgivningen. A såg det som rörigt medan B visar positiva känslor för det. Anledningen till varför de tycker så olika på denna punkt är för att de tänker på sina barn. A anser att spelet är för avancerat och B tycker det passa perfekt till sitt barn. Denna bedömning gör de utan att ens veta vad spelet innehåller. Det Bignell säger är att en del av spelandet går ut på att känna skall kunna behärska spelet för att kunna njuta av det. På just detta plan har föräldrarna A och B tänkt olika. A påpekar att de vill att deras dotter skall klara av att spela det mesta själv utan hjälp från vuxen därav att de kan inte se sin dotter spela det här spelet själv. B tänkte mer på sitt barns personliga intressen, färger och mönster, att de därav skulle kunna se henne spela detta själv. C hade starka negativa känslor för detta spel. De tyckte att det var djurmisshandel rakt igenom och kunde inte tänka sig någonting annat, framför allt C1 hade denna starka åsikt.

Rent allmänt tänkte inte någon av familjerna på själva karaktärerna på *Zoombinis* omslag. Det deras blickar drogs till var främst texten från 7 år och PEGI 3+ märkningen. De förstod inte varför just en PEGI 3 märkningen var med på bilden om spelet är från sju år. Det nämns i bakgrunds kapitlet (se sida 5) att PEGI 3 spel är helt barnvänliga, ingenting som skall kunna skrämna barnen, våld, nakenhet eller sexuella handlingar. Men märkningen ska inte ha någonting med svårighetsgraden att göra, så varför har de då valt att skriva sju år? Är det inte då bättre att ändra till PEGI 7 när det ändå rekommenderas för barn från sju år och inte tre år. Endast familjen C valde detta spel för sin son. Deras anledning är att de tycker det skulle passa honom. Det kan även vara för att sonen är fem år gammal och även det äldsta barnet som används i den

undersökningen, att det är mer passande än exempelvis *Bamse och sjörövarskatten*.  
Däremot kommenterar alla landskapet, att det verkar intressant på något vis, att det  
verkar fartfyllt, spännande och äventyrligt.

## 7. Summering

Återgår vi till syftet var det att se föräldrars första intryck av datorspels omslag. Valet av att göra en separat bildanalys med föräldrarnas egna analyser var för att även få en större bild av det hela och för att se vad föräldrarna fokuserar på och ser om det är ett vinnande omslag eller inte.

De frågeställningar som ställdes var följande:

- Vad fångar föräldrarnas intresse och påverkar deras åsikter angående spelet?
- Skillnader och likhet av de olika spelens omslag?
- Skillnader och likheter med bildanalyserna och föräldrarnas analyser.
  - Motsvarar föräldrarnas tankar bildanalyserna?

Det som fångade föräldrarnas intresse var det som de kände igen och hade erfarenhet ifrån. Exempelvis att de kände ett samband med karaktärerna på omslaget till *Bamse och sjörövarskatten* då de namngav dem med egennamn. Eller att de hade en mer negativ syn på *Viva Piñata* eftersom de kopplade spelet till våldshandlingar utan att veta vad spelet egentligen innehåller. Medan de inte över huvudtaget visste vad *Zoombinis – Mysteriet i grottan* var för någonting och därav sa inte så mycket om karaktärerna de såg men istället reflekterade över texten från 7 år på omslaget.

Skillnader och likheter som sågs på omslagen var en del men inte allt för många. PEGI 3 eller PEGI 3+ märkningen var på samma plats på alla spelen vilket är för att de måste vara placerade på omslaget då Sverige använder sig av dessa märkningar. Även typsnitten på omslagen liknande varandra och var i sig inte tråkiga eller klassiska typsnitt. De stora skillnaderna var miljöerna och att *Zoombinis* hade texten från 7 år på omslaget, varför?

Mellan den enskilda bildanalysen och föräldrarnas analyser syns vissa likheter, som tidigare nämnts har föräldrarna i det stora hela fokuserat mer på en sak av vad de ser på bilden istället för helheten. Som vid kopplingen av våldshandlingar och *Viva Piñata* från föräldrarna. Istället för att läsa hela titeln och förstå vad den kanske betyder (*Levande Piñata*).

## 8. Förslag på fortsatt forskning

Vid fortsatt forskning hade det varit intressant att göra en kvantitativ undersökning. Genom att välja ut ett visst antal spel för barn mellan åldrarna 3-6 och endast göra en bildanalys av föräldrarnas synpunkter. Att ställa relativt precisa frågor. Problemet som kan uppstå är att bilden måste ligga framme under hela undersökningen samt att de kan ta relativt lång tid att sätta sig ner och fylla ut.

Någonting annat som skulle vara en god idé för fortsatt forskning är att se vad barnen själva tycker och jämföra det med föräldrarna.

## 9. Litteraturlista/Referenser

### 9.1 Litteratur

Bignell, J. *Media Semiotics an Introduction*. New York: Manchester University Press. 2002.

Buchanan, E A. & Ess, C. Introduction: The Ethics of E-Games. *International Review of Information Ethics*, vol 4. 12/2005.

Ekström, M. & Larsson, L. *Metoder i kommunikationsvetenskap*. 2. Uppl. Lund: Studentlitteratur. 2010.

Larsson, A. & Angeria, J. *Populärmagasinet – Vad kännetecknar ett säljande omslag?* 2007.

Lindqvist Grinde, J. *Klassisk retorik för vår tid*. Lund: Studentlitteratur. 2011.

Sturken, M. & Cartwright, L. *Practice of Looking. An Introduction to Visual Culture*. New York: Oxford University Press. 2009.

### 9.2 Internet

<http://www.aftonbladet.se/nyheter/article10872872.ab>

Hämtad den 23-05-2014

[http://cdon.se/spel/barnspel/pc\\_%26\\_mac/](http://cdon.se/spel/barnspel/pc_%26_mac/)

Hämtad 23-03-2014

<http://www.pegi.info/sv/index/id/444/>

Hämtad den 18-05-2014

<http://www.statensmedierad.se/aldersgranser/aldersmarkning-av-datorspel/>

Hämtad den 03-05-2014



### 9.3 Bilagor

[http://cdon.se/spel/bamse\\_och\\_sj%C3%B6r%C3%B6vars-katten-17481239](http://cdon.se/spel/bamse_och_sj%C3%B6r%C3%B6vars-katten-17481239)

Hämtad 12-04-2014

[http://cdon.se/spel/viva\\_pi%C3%B1ata-807216](http://cdon.se/spel/viva_pi%C3%B1ata-807216)

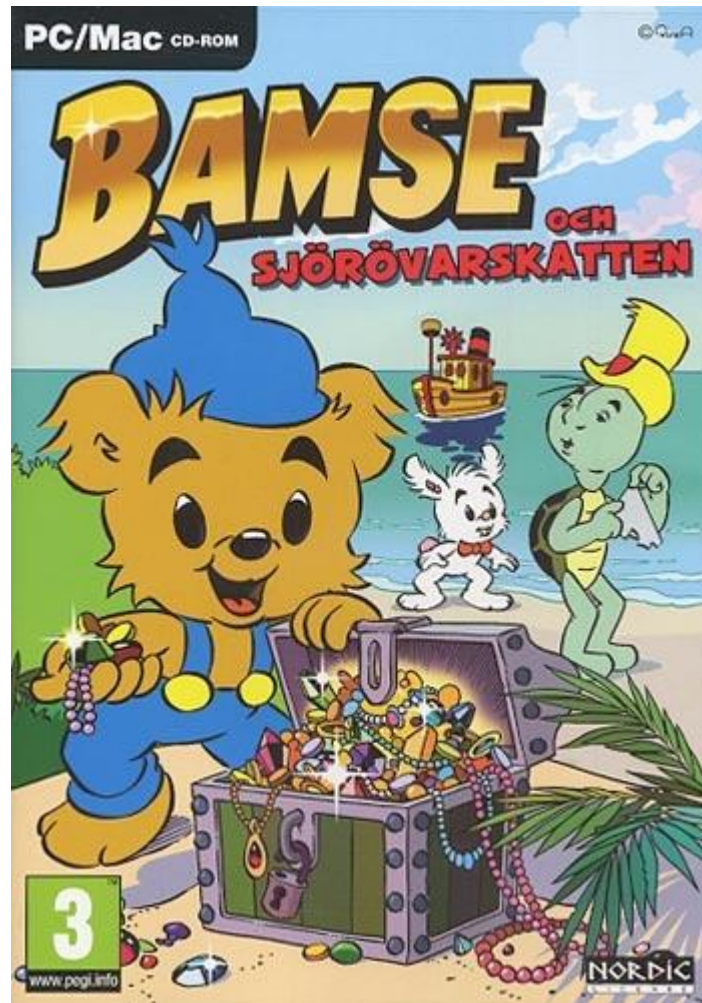
Hämtad 12-04-2014

[http://cdon.se/spel/zoombinis%3a\\_mysteriet\\_i\\_grottan-10497077](http://cdon.se/spel/zoombinis%3a_mysteriet_i_grottan-10497077)

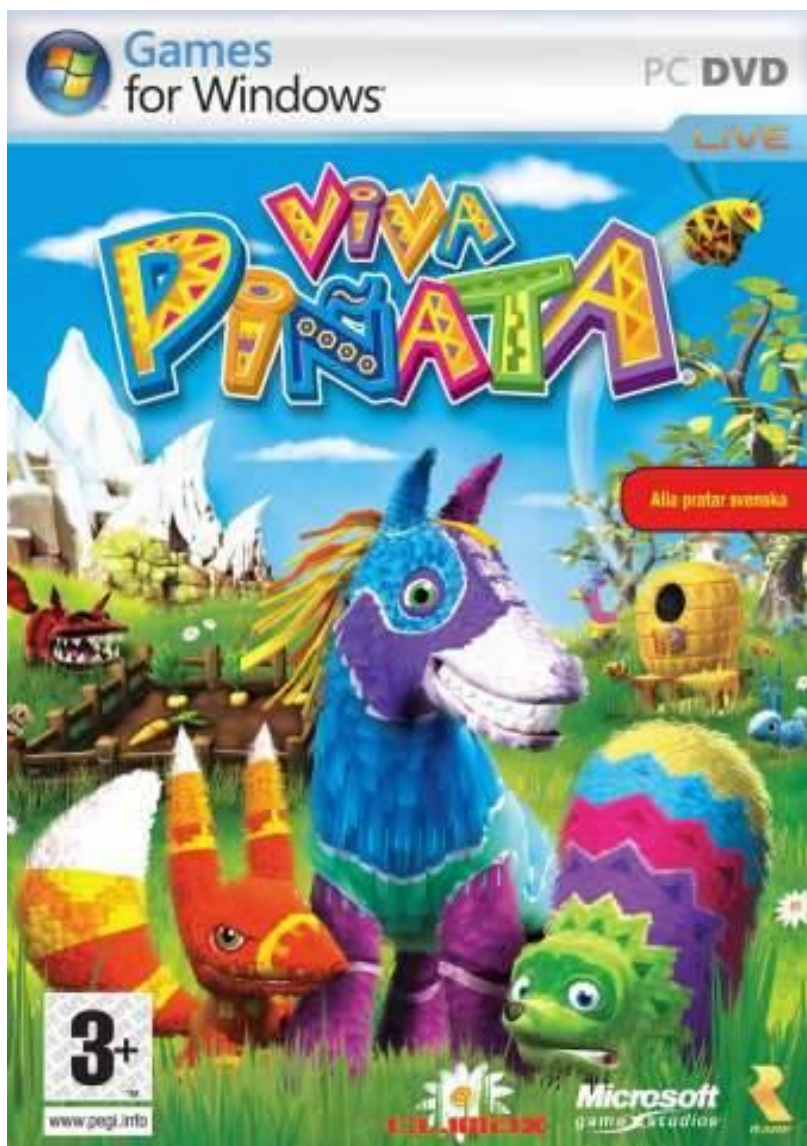
Hämtad 12-04-2014

10. Bilagor

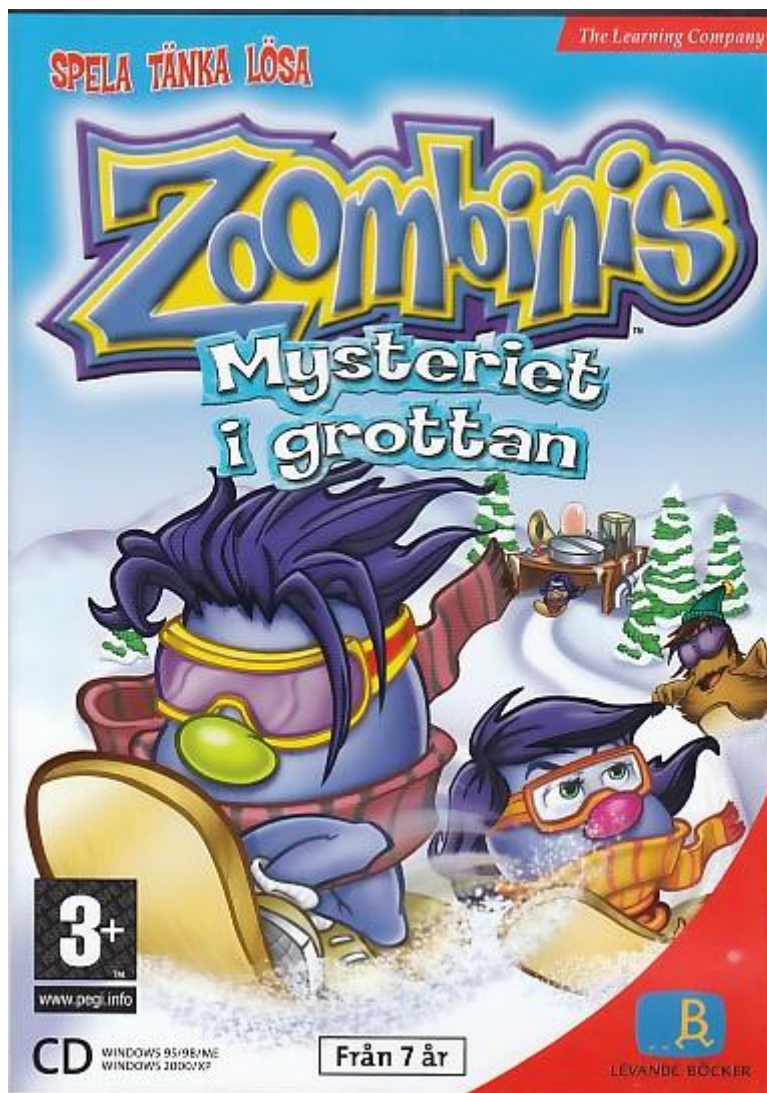
10.1 Bilaga 1



10.2 Bilaga 2



10.3 Bilaga 3



## 10.4 Bilaga 4

Hur tänker ni vid köp av datorspel?

Vad är er åsikt angående datorspel för ert barn i åldrarna 3-6 år?

Vad ska ni kunna se på omslaget vid köp av spel?

Hur ser ert barns spel/datorvanor ut?

Vad ser ni på bilden?

Vad fångar ert intresse?