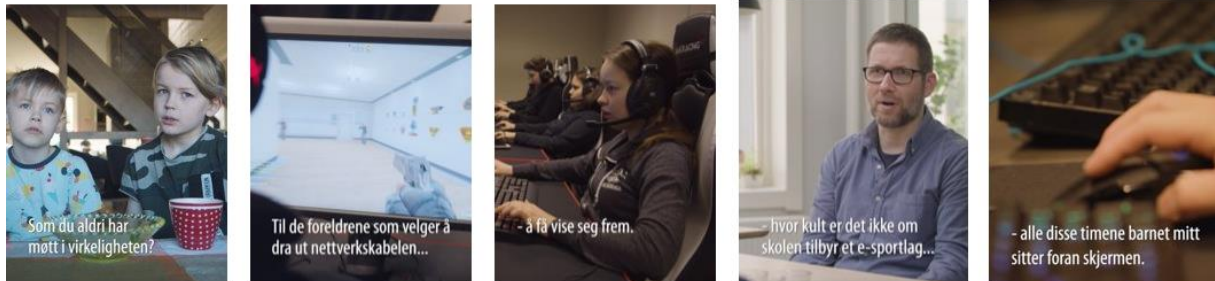


Rapport:

Dokumentarserie om



Gaming

Forord

Gamingserien «Gaming» er et prosjekt etter ide fra forebyggingsavdelingen i Blå Kors. Avdelingen samarbeider tett med poliklinikken i Blå Kors som tilbyr hjelp til unge som sliter med spillavhengighet eller problematisk dataspilling. I samarbeid med produksjonsbyrået Leidar, fra dem hadde vi med regissør (og også programleder i serien) Egil Pedersen og produsent Mari Finnstad.

Prosjektperioden var på ca to år, men ble ferdig litt før normert tidsberegning, fra høsten 2019 til og med våren 2021.

Arbeidet, og samarbeidet med Leidar om serien, har gitt stor læring for Blå Kors. Blå Kors har god erfaring med å lage filmproduksjoner, men ikke et prosjekt av et slikt kaliber, og mye av innholdet ble følgelig til underveis.

Dokumentarserien ble kjøpt opp av NRK-skole, og er en produksjon vi i Blå Kors er utrolig stolte av å ha fått gjennomført.

Arbeidet med dokumentarserien har vært lærerikt, og har gått over all forventning bra, uten de store hindrene som vi kanskje kunne se for oss. Det er tydelig at dette er et prosjekt som mange, både fagpersoner og private deltakere, har støttet godt opp om, og alle har ment at prosjektet inneholder nyanser og historier som det er viktig å fortelle om.

Sammendrag

Dataspilling er til stor glede for barn, unge og voksne. Samtidig er gaming en kilde til konflikt i mange hjem, og kan skape problemer både hos spilleren og de rundt spilleren. Vi vet at mange foreldre i dag er usikre på hvordan de skal håndtere ungdommens digitale hverdag og forholde seg til dataspillingen deres.

Gjennom prosjektet GAME ønsket vi å gi foreldre med barn mellom 9 og 15 år som spiller dataspill økt kompetanse og kunnskap om gaming, for å forebygge konflikter i hjemmet og på sikt i verste fall avhengighetsproblematikk hos barnet.

Gjennom Ipsos-undersøkelsene «Unge spillvaner» gjennomført av Blå Kors i både 2020 og 2021 vet vi at over halvparten av foreldre bekymrer seg for sine barn dataspilling, og vi vet også at nesten like mange foreldre heller ikke er så interessert i dataspill.

Med denne dokumentarserien ønsket vi å gjøre foreldre litt mer nysgjerrig på gaminguniverset. Vi ønsket å treffe dem på en best mulig og relevant plattform og så behovet for en dokumentar som belyser gaming- og spilltematikken litt mer i bredden og fra ulike perspektiver. Vi vet at det i dag er store forskjeller rundt hvordan foreldre forholder seg til spill. Mange foreldre er bekymret for barnets spillvaner og strever med konflikter rundt dette. Vi tror at jo mer kunnskap foreldre kan få rundt tematikken jo lettere kan det bli å regulere spillingen på en god måte. Vi ønsket å pirre foreldrenes nysgjerrighet for spill– noe som igjen kanskje igjen kan bidra til å forebygge konflikter i hjemmet.

Vi ønsket gjennom prosjektet å gjøre foreldre mer engasjert i sine barns dataspilling fordi dette både kan få ned konfliktnivået og forebygge problematisk dataspilling. Vi ønsket å formidle forskning og fakta på en relevant og tilgjengelig måte, oppmuntre til refleksjon, og trygge foreldre ved bekymring og usikkerhet rundt sine barns dataspilling.

Serien har foreldre og andre voksne som hovedmålgruppe. Serien skal speile ulike refleksjoner og erfaringer fra forskjellige målgrupper rundt tematikken. Ved å formidle ulike erfaringer og perspektiver fra ulike kilder er målet å synliggjøre nyanser og kompleksiteter spillverden har å by på, av både utfordringer og gleder. Blå Kors erfarer at mange foreldre er usikre på hvordan de skal håndtere ungdommens digitale hverdag, og hvordan de skal forholde seg til spill. Målet vårt med dokumentareserien var å pirre foreldrenes nysgjerrighet til å bli mer interessert, for deretter å ta større del i og få en større forståelse for ungdommens digitale hverdag.

I serien tar vi for oss temaer omkring tidsbruk, avhengighet, grensesetting og spillets muligheter. Områder vi av erfaring vet at foreldre er opptatt av.

Høsten 2019, i perioden august – oktober, startet vi opp arbeidet i samarbeid med Leidar. I den første fasen ønsket vi å få innspill på ideskisse fra fagmiljøer og kartlegge behov og status blant målgruppene, foreldre og barn.

10. september 2019 gjennomførte vi fokusgruppeintervju med 11 gutter i alderen 13-15 år som spilte dataspill. Jenter i aldersgruppen som spilte dataspill var det vanskelig å få tak i, og to trakk seg også i siste liten. Gjennom to timer intervjuet vi ungdommene om deres daglige erfaringer med dataspill og hvilke utfordringer de ble møtt med i hjemmet og på skolen i forbindelse med dataspilling. Vi ønsket

å finne ut av hva ungdommene skulle ønske at foreldrene hadde kunnskap om rundt gaming, hva de savnet og hva de skulle ønske foreldre var litt mer bevisst på.

For vår del var dette en viktig del av prosjektet, da mye av det vi ønsket å formidle gjennom dokumentarserien var utfordringer som ungdommene ønsket at foreldrene hadde mer bevissthet rundt. Som for eksempel alle mulighetene som ligger i dataspilling, og ikke kun utfordringene og det negative.

4. oktober 2019 inviterte vi fagpersoner fra spillbransjen, til å komme med innspill til våre ideer, og samkjøre oss med fagekspertise nasjonalt. Denne samlingen fungerte også som casting for interessante fagpersoner som vi kunne tenke oss kunne passe inn som eksperter i serien vår. Faggruppen bestod av dyktige fagpersoner fra KoRus-Øst, Barnevakten, Medietilsynet, Akan, NTNU, Blå Kors Poliklinikk, Spillskolen i Hamar og Spillhuset i Bærum.

Av fagpersoner som medvirker i serien møter vi Magnus Eidem (KoRus Øst), Malin Wuttudal (Blå Kors Poliklinikk), Lars Kristian Amundsen (Utekontakten i Bærum), Kristine Ask (NTNU) og Håvard Vibeto (Spillskolen i Hamar).

Samtalene vi hadde med både ungdommene og faggruppen var utrolig viktig for utviklingen av manuset. Det var viktig for oss at vi var trygge på at det vi ønsket å basere serien på var godt forankret i disse gruppen, både av tematikk og ikke minst relevans for målgruppen. Innspilling av dokumentarserien gjennomførte vi i perioden januar – mars 2020. Vi rakk akkurat å gjøre ferdig innspillingene av serien før landet stengte ned for pandemien.

I perioden mars – juni 2020 ble serien ferdigstilt, og juni 2020 var serien klar for å sendes ut til de plattformene vi ønsket skulle sende serien på. Vårt hovedmål var å få serien på NRK TV, da vi mener det er plattformen som når best ut og er mest relevant til foreldremålgruppen. Dessverre fikk vi den ikke gjennom der, men NRK Skole ønsket imidlertid å kjøpe serien og sende den på sine kanaler. NRK skole er en plattform som treffer lærere over hele landet og vi mener det er en god målgruppe for oss, da denne gruppen er tett på foreldrene.

(Ps. Serien ble kjøpt for en symbolsk sum på 5000 kr. Beløpet puttet vi inn i annonseringen av serien i sosiale medier.)

26. oktober 2020 lanserte NRK Skole serien, i samråd med Blå Kors. Blå Kors lanserte også serien med en større visning for alle involverte fagpersoner og andre aktører som hadde bidratt inn i serien med en premierevisning på Cinemateket i Oslo.

Om serien

Serien består av 4 episoder og tar utgangspunkt i programleder og regissør Egil Pedersens søken etter å lære mer om hvordan han kan bli en bedre gamingfar. Gjennom 4 episoder møter han miljøer og mennesker, som gjennom skole, høyere utdanning, jobb og fritid har et nært forhold til dataspill:

Episode 1: Helt hekta



De siste 10-15 årene har man kunnet lese artikler der online dataspill som WoW blir sammenlignet med heroin. Det er ikke rart at enkelte foreldre blir bekymret.

Foreldre og lærer blir ofte bekymret når barn og ungdom spiller mye dataspill. Er poden, eller eleven, avhengig? Hvordan skal avhengigheten i så fall bekjempes?

Programleder Egil Pedersen vil gjerne bli en klok gamerfar. Fagfolk han møter i denne episoden forteller at avhengighet av dataspill IKKE er lik avhengighet av pengespill eller rusmidler. Hjelpen må derfor være annerledes. Første bud er å undersøke hvordan

spilleren har det i livet sitt utenfor spillverdenen. I denne episoden møter programlederen Erling Dong som er superstjerne innen e-sport. I 2016 var han i ferd med å gå inn i en depresjon på grunn av spillingen, men han fant en uventet løsning på problemet!

Episode 2: Uten grenser

Hvordan gi barna et sunt forhold til dataspill?

Mange ønsker seg et sett kjøreregler - som virker - for å regulere spillingen og sørge for at aldersgrensene i spillene overholdes.

Regissør og programleder Egil Pedersen besøker i denne episoden en familie hvor alle generasjonene gamer. Hvilke regler gjelder der? Må de voksne også følge regler for spilletid og aldersgrenser? De liker også godt å spille.



Episode 3: På skolen



Gaming på timeplanen. Kan det være nyttig? Det er vel ikke meningen at man skal bruke skoletiden på noe som bare er gøy?

Skolen skal jo forberede elever på videre studier og yrkesliv.

I denne episoden av serien Gaming besøker programleder Egil Pedersen en videregående skole i Kautokeino, som tilbyr studieretningsfaget e-sport.

Hvilken merverdi kan spilling på skolen gi? Hvilke yrker ser elevene for seg?

Episode 4. Makt og ansvar

Hvordan blir framtidens spillutvikling? For snart 50 år siden fikk vi spill som Space Invaders, Pac-Man, Super Mario Bros og Tomb Raider. Doom, Grand Theft Auto og andre spill med 18-årsgrense har ført til oppslag om voldsbruk og seksuelle krenkelser, mens spill som The Sims og Minecraft har vist at de kan virke kreativt stimulerende.



Hva slags spill vil vi få i fremtiden? Hvilket samfunnsansvar er spillutviklerne innstilt på å ta? Regissør, programleder og gamingfar Egil Pedersen undersøker tendenser i spillkulturen - som også spiller på det mørkeste i oss mennesker.

Budskap

Under lanseringen av serien hadde vi todelt budskap på Blå Kors sine plattformer (Facebook, Instagram, Snapchat, egen nettside om serien):

1. TV-serien lanseres på NRK Skole
2. Blå Kors har kompetanse og tilbud om problematisk dataspilling



Egil Pedersen er både gamingfar, programleder og regissør i TV-serien «Gaming», der han undersøker det komplekse gaminguniverset og hvordan det kan kombineres med foreldrerollen.

Konkrete resultater

Som en del av vår markedsføring for serien laget vi 10 korte snutter fra serien som vi har spredt på Facebook med betalt annonsering. Kampanjen har en høy trafikk med 28 000 **lenkeklikk** inn til NRK sin landingsside for gaming-serien, og en kostnad per lenkeklikk på kr 1,65, noe som er svært lavt og indikerer at innholdet oppleves som relevant og engasjerende for målgruppen. Totalt har kampanjen en **rekkevidde** på over 300.000 personer. Som retargetingmål¹ for kampanjen er fagsiden om gaming på Blå Kors sin hjemmeside.

¹ Med **retargeting**, også kjent som remarketing, kan du vise annonser til brukere som allerede har vært på nettsiden din og kjenner til deg.

Kampanjen har vi definert som en pågående kampanje, og vi vil fortsette med å sponse denne i sosiale medier ut 2021.

Vi annonserte for serien med små klipp fra serien med ulikt innhold og budskap, for nå best mulig ut til målgruppen. Vi har brukt kommunikasjonsbyrået Digital Opptur for å hjelpe oss med å optimalisere spredning og spisse kommunikasjon til riktige målgrupper.

Materiell



10 ulike korte filmklipp ble brukt i annonsering

Noen hovedpunkter fra annonseringskampanje: (resultater fra annonsering med korte ulike snutter fra serien, med ulikt innhold og budskap)

- Serien har nådd ut til over 320.000 personer og fått over 1,1 million eksponeringer
- Flere av annonsene har skapt stort engasjement i kommentarfeltet
- Kampanjene har en svært lav klikkpris på 1,65 kr sammenlignet med gjennomsnittlig klikkpris på Blå Kors sine kampanjer på 15 kr
- Kampanjen resulterte i over 28.000 klikk inn til serien på NRK
- Kampanjen har fungert best på menn mellom 35-44 år
- Annonsen "Kaste dataspill" skapte mest engasjement blant målgruppen (Budskap: er det riktig å kaste dataspillet om barnet spiller for mye?)



Kampanjen oppsummert

Tidsperiode: 26.10.20 – 31.12.20

Kanal: Facebook Feed

Målgruppe: Foreldre + interesse gaming

Mål	Rekkevidde	Eksposeringer	Resultater	Kostnad per resultat	Kostnad totalt
Engasjement	145.500	513.200	28.150 klikk	kr 1,65 per klikk	kr 11.600
Trafikk	207.800	661.500	207.800 rekkevidde	kr 55,80 per 1000 personer nådd	kr 46.400
Totalt	353.300	1.174.700			kr 58.000

Tallene er avrundet for å gjøre totaloversikten så oversiktlig som mulig.



Foreløpige er antall visninger på NRK (pr. 23.08.2021):

- Episode 1: Helt hekta: 5220
- Episode 2: Uten grenser: 3173
- Episode 3: På skolen: 2970
- Episode 4: Makt og ansvar: 1797

(NB! Det er viktig å tenke at bak disse tallene er det antall avspillinger vi ser og ikke antall på seere. I NRK SKOLE er det gjerne 25-30 elever bak hver avspilling som ofte skjer i klasserommet, men vil likevel telle som en. Derfor er tallene mye lavere enn hvis dette hadde vært seertall.)

Andre resultater:

- TV-innslag om TV-serien og tematikk om gaming og nye tall fra Blå Kors i NRK Østlandssendingen
- Radioinnslag fra lanseringsdagen, NRK Østlandssendingen
- Sette gaming på dagsorden, og at spilleutfordringer belyst for målgruppen.
- Å senke terskelen for å oppsøke hjelp og behandling hos Blå Kors sine tilbud.

Målsetting

«Det overordnede, langsiktige målet for prosjektet var at færre barn og ungdom får problemer grunnet dataspilling. Tett knyttet til å nå dette målet vil økt kunnskap om gaming i hjemmet kunne forebygge konflikter mellom foreldre og deres barn, og dermed også faren for problemskapende dataspilling.»

Prosjekt målet var å bidra til å skape nysgjerrighet rundt gaminguniverset, og la foreldre, på en enkel måte få innspikt i en verden som til tider kan virke både uoversiktlig, og for noen foreldre – kjedelig. Vi ønsket å vise fram ulike historier og erfaringer fra ulike perspektive; ungdom, foreldre og fagmiljøer. Serien ønsket vi skulle engasjere og tilby nye måter å se og møte spillverdenen på. Vi tror serien har vært med på å gi litt mer innsikt og utfordre fordommer knyttet opp mot gaming. Ideelt sett hadde vi håpet på en større spredning av serien, og håpet er jo at NRK TV tar den inn i sitt program.

Oppsummering

Prosjektet hadde prosjektplanen som et godt utgangspunkt i arbeidet. Få hindringer gjorde at vi kunne følge planen godt. I utgangspunktet hadde vi skissert opp en TV-serie med 6 episoder a 8 minutter, men vi endret dette til at serien landet i fire episoder a 15 minutter pr episode.

Programleder og regissør Egil Pedersen tok tidlig ansvar for historiefortellingen og Blå Kors fikk en mer redaktørrolle, som vi mener var en ideell løsning av samarbeidet.

Alt i alt er vi enige om at dette har vært en spennende reise knyttet til ulike utfordringer og muligheter og dataspillverdenen. Vi har møtt rause mennesker som har delt sine historier og på den måten gitt foreldre litt flere verktøy i møte med en «ny» verden som oppdrager.