

GENUSREPRESENTATION I SPELTRAILERS

En kritisk forskning studie på kvinnlig representation i speltrailers

GENDER REPRESENTATION IN GAME TRAILERS

A critical research study of female representation in game trailers

Examensarbete i medier, estetik och berättande
Grundnivå 15 högskolepoäng
Vårtermin 2026

Ida Nordström
Sara Gustafson

Handledare: Lissa Holloway-Attaway
Examinator: Lars Kristensen

Sammanfattning

Speltrailers är ett vanligt sätt för spelföretag att göra reklam för nya spel. Dessa trailers ger möjliga konsumenter en inblick i spelets spelkänsla och narrativ. Denna studie ämnar undersöka genusrepresentation i dessa trailers och analysera hur framför allt kvinnor gestaltas. Tidigare studier har historiskt sett rapporterat en högre nivå av sexualisering och objektifiering bland kvinnliga karaktärer än manliga. Mediekritiker och feminister har kritiserat gestaltningen av kvinnliga karaktärer i media under lång tid och uppmärksammat att narrativ ofta tar ett manligt perspektiv. Resultaten från innehållsanalysen i denna studie visar på mer jämställdhet mellan kvinnliga och manliga karaktärer. Dock skiljer sig fortfarande representationen i aspekter som åldersgrupp, kroppsform och karaktärsroll i samstämmning med tidigare studier.

Nyckelord: karaktärsdesign, speltrailers, genus, kvinnorepresentation

Innehållsförteckning

1	Introduktion	1
2	Bakgrund	2
	2.1 Skildring av kvinnor i spel.....	2
	2.2 Reklam och konsumenten.....	3
	2.3 Feministisk kritik av media och den manliga blicken	5
3	Problemformulering.....	7
	3.1 Metodbeskrivning.....	7
	3.2 Metoddiskussion	9
4	Genomförande & Analys	10
	4.1 Genomförande.....	10
	4.1.1 Utformning av kodningsmanualen.....	10
	4.1.2 Pilottest.....	10
	4.1.3 Datainsamling	12
	4.2 Resultat	12
	4.2.1 Utseende	13
	4.2.2 Förmågor och Narrativ roll	18
	4.3 Analys.....	20
	4.4 Slutsats.....	22
5	Sammanfattning och diskussion	24
	5.1 Sammanfattning.....	24
	5.2 Diskussion	24
	5.3 Samhälleliga och etiska aspekter.....	26
	5.4 Framtida arbete.....	26
	Referenser.....	28

1 Introduktion

Dataspelsindustrin är en relativt ny och snabbt växande bransch där en av aspekterna som i många fall gör ett spel ikoniskt är dess karaktärer. Det är genom karaktären som spelaren upplever och tar till sig spelvärlden, däremot, liksom annan media, tenderar kvinnliga karaktärer att bli objektifierade och underordnade till sin manliga motsvarighet. Även om representation av kvinnor har förbättrats över tid, finns det fortfarande många karaktärer som faller inom skadliga stereotyper. Därför är det viktigt att uppmärksamma denna skillnad i gestaltning, för att förstå hur detta kan påverka oss, med tanke på hur många som spelar dataspel idag.

I denna studie utförs en kritisk forskningsstudie för att undersöka hur kvinnor representeras i spel genom att använda en innehållsanalytisk metod, där följande fråga ska besvaras: Hur framställs kvinnor i kontrast till män i trailers från spel nominerade till BAFTA Game Awards mellan åren 2020 och 2025? För att komma fram till svaret på denna problemformulering undersöks bland annat relevanta teorier som "The Male Gaze" och tidigare forskning om hur reklam påverkar och har för effekt på konsumenter. Ytterligare, används trailers från spel nominerade till BAFTA Game Awards mellan år 2020 och 2025 för att dra slutsatser om hur kvinnliga karaktärer framställs. Detta görs genom att egenskaper hos karaktärerna, exempelvis utseende och roller, kodas för att komma fram till hur de representeras.

Metoden är bland annat baserad på den som Miller och Summers (2007, 2014) har använt i sina studier om kvinnorepresentation. De undersökte spelmagasin från de största spelföretagen och kodade karaktärer baserat på deras utseende. Andra studier som refererats för att utveckla metoden är exempelvis Lynch, Tompkins, van Driel och Fritz (2016) som har utfört liknande analytiska studier men på spelklipp. Däremot, på grund av att dessa studier har en del år på nacken, har vi valt att använda oss av trailers i stället för magasin, då trailers utgör en viktigare del av marknadsföringen för ett spel i mer modern tid. Trailers tenderar dessutom att ge en bra helhetsbild av spelet och ger en inblick av vad utvecklarna vill förmedla till spelarna.

2 Bakgrund

Innan denna studie har en litteraturöversikt inom samma ämne skrivits av oss. Litteraturöversikten undersökte karaktärsdesign i relation till kvinnorepresentation inom spel för att främst förstå hur gestaltning av kvinnor påverkar spelare. För att få en djupare förståelse användes även studier från olika tider för att se hur detta förändrades över tid.

2.1 Skildring av kvinnor i spel

Under den tidigare litteraturöversikten fanns det en stor konsensus inom forskningen om hur kvinnor skildras i dataspel. Oftast handlar detta om sexualisering, objektifiering och orealistiska kroppsideal. Martins, Williams, Harrison och Ratan (2009) undersökte hur representationen av kvinnokroppar i spel i relation till kroppsideal och hur normen ser ut i verkligheten. Resultaten från studien visade att generellt sett, gestaltats kvinnliga kroppar i spel mycket smalare än hur normen ser ut i verkligheten. Detta passar in i hur kroppsidealerna i annan media såg ut under 2009 och Martins m.fl. (2009) uppmärksammar hur detta kan ha en påverkan på spelarnas syn på sina egna kroppar.

Forskningen uppvisar också att det är vanligt att kvinnor gestaltas som sexobjekt. Miller och Summers (2007) tar exempelvis upp spelet Grand Theft Auto (Rockstar North 2013). Här ges spelaren valet att ha sex med sin flickvän eller en prostituerande. Om spelaren väljer det senare alternativet, får hen sedan valet att döda den prostituerade för att få tillbaka pengarna, alltså belönas man för detta. Detta dyker upp återigen i en annan artikel från 2025 (De la Torre-Sierra & Guichot-Reina 2025) vilket tyder på att detta är signifikant. Objektifiering av kvinnor återfinns även i många andra artiklar. Burgess, Stermer och Burgess (2007) berättar att i sin studie, där fysisk objektifiering definieras som sexualisering av karaktärer, att 47,4% av kvinnor på spelomslagen som undersöktes var objektifierade på något vis. Detta kan jämföras med 13,5% av männen som föll inom denna kategori. Liknande statistik syns även i en artikel av Dill och Thill (2007) där 59,9% av kvinnliga karaktärer gestaltades på ett sexuellt sätt, i kontrast med endast 1% av de manliga karaktärerna. Detta är något som är intressant i relation till denna studie, eftersom den ämnar se vilka skillnader det finns mellan kvinnliga och manliga representationer.

Något annat som ofta nämns är hur starkt underrepresenterade kvinnor är inom dataspel. Spelet med en av de första kvinnliga huvudkaraktärerna, Lara Croft, släpptes först 1996 (Winter & Masters 2023). Däremot kritiserar Lara Croft som en representation av kvinnor, eftersom hon kläs i endast shorts och linne, vilket inte är passande för den miljön hon är i, samt att hon har överdrivna proportioner (Miller & Summers 2007). Ytterligare nämner Cross,

Savostijanovs, Atherton, Whiteman, Mooney, Kaye, McLatchie och Johnston (2024) studier som analyserat dataspel, där man kom fram till att 41 % av spelen inte hade några kvinnliga karaktärer överhuvudtaget, och av dem som hade, representerades kvinnor som ofta som sexobjekt eller subjekt för våld. Detta gällde främst för spel som släpptes innan 1998. I en annan artikel av Downs och Smith (2009), hänvisas det till data där 73% av 874 karaktärer var manliga, medan 12% var kvinnliga. Däremot, om man tittar på nyare artiklar, dyker detta mönster upp fortfarande. De la Torre-Sierra och Guichot-Reina (2025), berättar att kvinnor utgör endast 17,78% av spelomslag och 35,29% av innehållet i de populäraste spelen i Spanien idag. I en annan studie, undersöktes bland annat 485 karaktärer beroende på kön, där endast 21,4% var kvinnliga. De kollade även hur många män respektive kvinnor det fanns på spelomslag, där det kunde finnas 0 till 5 i jämförelse med 0 till 20 för män (Burgess, Stermer & Burgess 2007).

När äldre studier jämfördes med nyare syntes däremot en skillnad i gestaltning. De la Torre-Sierra och Guichot-Reina nämner i sin studie från 2025 att kvinnornas kläder generellt sett var lämpliga för situationen samt att de inte var sexuellt avslöjande. De nämner även att kvinnor över lag i de spel som undersökts hade realistiska proportioner samt ansikten med ofullkomligheter som fräcknar, finnar och rynkor. Dock förekommer fortfarande stereotypiska representationer av kvinnor, men inte i samma utsträckning som tidigare. Å andra sidan finns det relativt få studier från senare år som undersöker hur kvinnor representeras i spel. Av denna anledning ska alltså nyare spel undersökas för att bygga vidare på studieområdet. Specifikt spel som blivit nominerade till BAFTA (Wikipedia 2026) de senaste fem åren eftersom det tyder på en viss popularitet.

2.2 Reklam och konsumenten

Reklam reflekterar vanligtvis de värderingar och förväntningar som finns i ett samhälle. Genom att spegla konsumentens värderingar i reklam ökar sannolikheten att den blir lyckad och lockar personen till att köpa produkten (Mayne 2000). Därför är det inte konstigt att företag skulle utnyttja detta i hopp om att öka sin försäljning. Men när stereotyper om könsroller återanvänds i reklam, speciellt skadliga stereotyper, blir detta problematiskt eftersom studier har visat att detta har en signifikant påverkan på människors sätt att tänka (Khairullah & Khairullah 2009).

Karray och Debernitz (2017) undersöker i sin studie filmtrailers kreativa aspekter i relation till hur framgångsrika de var när de hade premiär. De menar att filmer är produkter ämnade att underhålla och därför gör reklam, som trailern, mest nytta när de förmedlar filmens underhållande kvaliteter för att intressera publiken. De undersöker därmed vilka element av

en trailer som är viktiga för att väcka intresse hos publiken, som hur väl trailern förmedlar och mystifierar filmens handling. Resultaten visar på att trailers som innehåller scener som är humoristiska, våldsamma eller sexuella påverkar filmens framgång positivt. Det är också den första trailern som släpptes som har störst påverkan, dessutom om den släpps i god tid innan filmen har premiär.

Kolman och Verčić (2012) undersökte i sin studie genomförd i Kroatien skillnaderna i hur manliga respektive kvinnliga konsumenter uppfattar könsstereotyper i reklam. De fann stora skillnader mellan dessa två gruppers syn på ämnet. Efter att deltagarna hade sett 10 utvalda reklamer, 4 riktade till män, 4 riktade till kvinnor och två ospecificerade, var de flesta enade om att reklamen var orealistisk och ibland till och med förolämpande. Det var främst kvinnliga deltagare som upplevde detta när sexuell åtråvärdhet användes, medan de flesta manliga deltagarna hade inget emot det. De kvinnliga deltagarna var dessutom negativt inställda till faktumet att de flesta kvinnorna i reklamen var unga och vackra, i jämförelse med männen som var medelålders. Manliga deltagare hävdade att detta är för att män är i sin bästa tid i medelåldern, medan kvinnor är det i tjugofemårsåldern. Kvinnliga deltagare uppskattade inte heller att det var män i reklamen som gav instruktioner för produkter för kvinnor, vilket gestaltade kvinnor som mindre kapabla. Manliga deltagare var obrydda till detta. Många deltagare höll med om att reklam har en mycket stark påverkan, speciellt på yngre personer och hur detta formar deras attityd. Äldre deltagande upplevde att reklam är ett bra sätt för att forma genus och andra roller, medan många av de yngre inte höll med eftersom reklamen främjar en orealistisk förväntan på skönhet och orättvisa könsroller. De yngre deltagarna upplevde även att objektifiering av personer kan vara skadligt för att forma yngre personers förväntningar, där de tog upp en produkt som annonserade sig som att göra kvinnor mer sexuellt attraktiva för män.

Sammanfattningsvis kommer studien fram till att manliga deltagare var allmänt mer positivt eller neutralt inställda till hur stereotyper kopplat till kön gestaltas i kroatisk reklam. Kvinnliga deltagare var å andra sidan mer negativt inställda till stereotyperna, speciellt stereotyper om kvinnor. Detta indikerar att reklam, åtminstone i Kroatien då studien genomfördes, var mer gynnsam för män medan kvinnor upplevde den som förolämpande, då kvinnor gestaltades som underlägsna och inkapabla medan manliga karaktärer var auktoritära och kompetenta. Även om denna studie inte kan generalisera all reklam och all representation, återfinns dock samma tendenser för kvinnlig och manlig representation i andra visuella medier, som spel och film. Därför är det tänkbart att samma slutsatser kan dras för stereotyper som finns i trailers för spel. Trailers för spel är också reklam för en produkt som ska säljas in hos en konsument. De ska fånga intresset som konsumenter och övertyga dem att detta är ett spel för dem. Samtidigt måste reklamen också representera produkten på ett sanningsenligt sätt och vad utvecklarna väljer att inkludera i trailern och hur karaktärerna agerar är avsiktliga val. Däremot är det ofta

inte spelutvecklarna själva som avgör vad som kommer med i den slutliga trailern, utan ett marknadsföringsteam. Därför ger materialitet i trailern inte alltid en exakt bild av det spel som ska säljas.

2.3 Feministisk kritik av media och den manliga blicken

2014 började en online kampanj, känd som Gamergate, där ett flertal kvinnor utsatts för trakasserier och uthängning på bland annat sociala plattformar som X (tidigare känt som Twitter), Reddit och 4Chan (Kaur 2025; Lewis 2015). En utav kvinnorna som befann sig mitt i denna mediastorm och som utsattes för en stor smutskastningskampanj var mediakritikern och grundaren till den ideella organisationen Feminist frequency (2009), Anita Sarkeesian. I ett Tedx-tal från 2013 berättar Sarkeesian om sina upplevelser (TEDx Talks 2013). I beskrivningen till Youtube videon kan man läsa att kommentarsfältet stängts av på grund av att Youtube videon utsatts för samma smutskastning som Sarkeesian utsatts för genom Gamergate och som hon dessutom berättar om i videon. Sarkeesian har också producerat ett flertal videos där hon kritiserar och analyserar kvinnliga karaktärer i spel och upplyser de sexistiska och objektifierade sätt dessa karaktärer gestaltas på. I en artikel från 2024 sammanfattar Sarkeesian 9 saker som bör undvikas för att designa bättre kvinnliga karaktärer. Några av dessa tips är till exempel "Lingerie is not armor", "Aim for gender parity" och "Where are all the female combatants?" där Sarkeesian uppmärksammar att kvinnliga karaktärer ofta är klädda på sätt som inte passar till situationerna de befinner sig i och ofta är mer avklädda än de manliga karaktärerna, att det ofta finns färre kvinnliga karaktärer än manliga och att om de finns är deras femininitet framhävt av deras roll i spelet (Sarkeesian 2024). Artikeln är i sin helhet ganska kort men målar upp en bild som samstämmer med data från flertal undersökningar som tas upp under tidigare kapitel i denna text.

Kritik mot kvinnlig representation i media är inget nytt och är något som feministiska modekritiker uppmärksammat under många år. 1975 publicerades Laura Mulveys artikel "Visual pleasure and narrative cinema", som nuförtiden är mest känd för att ha myntat termen "The male gaze".

In a world ordered by sexual imbalance, pleasure in looking has been split between active/male and passive/female. The determining male gaze projects its phantasy on to the female form which is styled accordingly. In their traditional exhibitionist role women are simultaneously looked at and displayed, with their appearance coded for strong visual and erotic impact so that they can be said to connote to-be-looked-at-ness. (Mulvey 1975, s. 364)

I sin text undersöker Mulvey, genom ett psykoanalytiskt tillvägagångssätt, kvinnliga karaktärer i film som en symbol och inom den patriarkaliska ordningen. Mulvey analyserar hur film använder sig av erotik och den kvinnliga formen för att undersöka patriarkaliska idéer. I artikeln tar Mulvey upp olika exempel av kvinnliga roller i film och hur de bidrar till den manliga fantasin av kvinnor.

Uttrycket "the male gaze" syftar på hur dåtidens Hollywoodfilmers narrativ fokuserade på ett manligt perspektiv och placerar publiken i den (oftast) manliga huvudkaraktärens skor. Filmindustrin har, liksom spelindustrin, länge varit mansdominerad. Lauzten (2025) rapporterar att andelen kvinnor som arbetade bakom kulisserna på de 250 mest inkomstbringande filmerna från varje år mellan 1998 och 2024 har ökat från 17% till 23%. Även om andelen ökat så är det marginellt och vem som står bakom produktionen av en film eller ett spel kan ha stor påverkan på hur narrativet presenteras för publiken.

I en annan studie undersökte Tang, Moon, Garrido Iniguez, Ramirez och Gardner (2025) hur personer uppfattar olika kvinnliga karaktärer utifrån deras introduktioner i sina respektive spel. Resultatet visade på att identiteten bakom självaste spelutvecklarna hade stor påverkan på hur karaktärerna uppfattades. Den historiskt negativa och sexistiska representationen av kvinnliga karaktärer i spel kan därför ha varit ett resultat av att spelbranschen, liksom filmbranschen, i majoritet består av män.

Bristen på representation av kvinnliga karaktärer i spel kan också vara en av anledningarna till att dataspel setts som en mer manlig aktivitet. Men mängden kvinnliga spelare, speciellt online, ökat under åren och på senare tid har det rapporterats att nästan hälften av spelare är kvinnor (De la Torre-Sierra & Guichot-Reina 2025). Däremot kan den bristfälliga representationen av kvinnliga karaktärer i spel kopplas till att kvinnor är en minoritet inom spelutvecklingsbranschen. Representationen påverkas negativt för att det inte finns tillräckligt med kvinnliga spelutvecklare som kan bidra till utvecklingen av dessa karaktärer. Den objektifiering som iakttagits bland karaktärsdesigner kan göra så att kvinnor är mindre intresserade att engagera sig med spel, såsom resultaten i Dill, Brown & Collins (2008) studie visar på att kvinnor som ser objektifierade och överdrivet sexualiserade karaktärer har mindre tolerans mot sexuella trakasserier. Denna typ av alienering kan bidra till att kvinnor avstår från att engagera sig med spel då de inte ser sig representerade på ett respektfullt sätt i mediet

3 Problemformulering

Tidigare studier inom representation i spel har bland annat undersökt material från magasin (Millers & Summers 2007, 2014) men också klipp från spel (Lynch m.fl 2016). Spelmagasin och spelfodral som använts i de tidigare studierna är vid detta lag inte lika vanligt att se som reklam för spel. Det är numera vanligare att sprida reklam genom sociala medier som Tik tok, Youtube och Twitch. På spelportalen Steam är det första man ser av ett spel en bild, en kort beskrivning och etiketter för genre och spelstil. Om man går in på spelets sida så börjar ofta en trailer spelas upp automatiskt. Detta indikerar att detta är ett viktigt och centralt sätt för spelföretag att göra reklam för sina spel. Av den anledningen har speltrailers legat i fokus för denna studie. En trailer består av en 1–3 minuter lång video som ämnar att locka till sig konsumenter och potentiellt ge en helhetsbild av produkten. Den innehåller oftast en blandning av videoklipp från spelet och filmiska klipp som visar på spelets tema, stämning, berättelse och spelmekaniker. Därför är det ett relevant sätt att studera ett spels helhet och hur spelet presenterar karaktärerna. Speltrailers är även ett område som inte har utforskats särskilt mycket vilket gör det intressant att studera, samt att det ger en bättre bild av representation av kvinnor i spel på senare tid, något som inte heller har undersökts i stor utsträckning.

Spelen som undersöks ska även vara populära, vilket tyder på att de har en större påverkan på samhället om fler känner till och spelar dem. Därför har vi valt att undersöka trailers till de spel som blivit nominerade till BAFTA Game Awards. Alltså är vår problemformulering följande:

Hur framställs kvinnor i kontrast till män i trailers från spel nominerade till BAFTA Game Awards mellan åren 2020 och 2025?

3.1 Metodbeskrivning

Analysen av speltrailers kommer att använda sig av en innehållsanalytisk metod. Speltrailers kommer att undersökas utefter mätbara variabler och delas in i olika kategorier. Inför analysen görs en kodningsmanual som används för att koda karaktärerna i trailern för att samla in kvantifierbara data. Denna manual är utformad utefter ändamålet att undersöka material i videoformat men har baserats på tidigare studier som gjorts och utgår från de kategorier och variabler som använts där. Den är också utformad efter Bryman (2018) exempel på en kodningsmanual. Manualen är också anpassad för att inkludera kategorier som är mest intressanta för denna studie och som är relevanta för att jämföra skillnaden i manlig och kvinnlig representation (Bryman 2018, s. 368). Datan består av hur karaktärerna ser ut och

agerar i trailern. Presenteras de som kraftfulla, svaga eller sexualiserade? Vilken roll spelar de i trailern? Är de en protagonist, antagonist eller sekundär karaktär?

En av de studier som används som referens för metoden är Millers och Summers (2014) text där de undersökte spelmagasin som främst har ändamålet att göra reklam för spel och attrahera spelare. En annan studie från av Lynch m.fl. (2016) gör en liknande undersökning men där använder de sig av klipp från självaste spelet. Deras resultat indikerade på en mindre andel sexualisering i deras urval. Detta kan vara på grund av att urvalet var annorlunda från den tidigare studien eller utförandet av kodningen. Men som Lynch m.fl. (2016) teoretiserar så kan det vara på grund av just valet av material och att kvinnliga karaktärer är betydligt mer sexualiserade i reklammaterial som spelmagasin och spelfodral än i självaste spelet. En annan liknande studie av Burgess, Stermer och Burgess (2007) undersökte hur manliga karaktärer och kvinnliga karaktärer avbildades på framsidan av spelfodral.

Metoden har valts på grund av att den är vanlig när det kommer till att analysera karaktärsdesign i spel. Samma typ av metod har använts på både statiska bilder och videoklipp. Valet att analysera speltrailers i stället för annat material som statiska bilder av karaktärerna, annan typ av reklammaterial eller spelklipp är för att en speltrailer är menad att presentera spelet i sin helhet för konsumenter. Eftersom varje spel har oftast fler olika trailers som släppts med olika syften, t.ex. spelmekanik trailers, filmiska trailers eller teasertrailers, används lanseringstrailers som material. Lanseringstrailers sammanfattar spelet som helhet till skillnad från att fokusera på specifika aspekter som spelmekanik eller story. I vissa fall, till exempel *God of War Ragnarök* (IGN 2022), användes en storytrailer för att lanserings trailern ansågs vara för kort. Medan det samlas in data för både manliga och kvinnliga karaktärer så fokuserar analysen på hur de kvinnliga karaktärerna presenteras.

Urvalet av spel har tagits ifrån BAFTA:s (British Academy Film Awards) nomineringar för Best Game från åren 2020–2025. Varje år nomineras 6 spel som släppts under det senaste året och nomineringar och juryröstning görs av medlemmar i BAFTA. Medlemmar i BAFTA väljs ut för att de arbetat i eller bidragit till spelindustrin på något signifikant vis (BAFTA/Williams 2025). BAFTA är en välkänd organisation som anordnar prisutdelnings evenemang som varje år uppmärksammas och upplyfter de spel som nomineras. Spel som inte innehåller några människoliknande karaktärer har uteslutits från urvalet, som till exempel *Balatro* (2024) och *Stray* (2022).

För att utvärdera och säkerställa interkodarreliabilitet utfördes det träning innan den slutliga kodningen började då det var två personer (författarna av denna studie) som kodade materialet (Bryman 2018, s. 373).

3.2 Metoddiskussion

Den innehållsanalytiska metodens starka egenskaper är objektivitet och systematik. Objektiviteten beror på att datan som samlas in är observationer av det material som analyseras och att kodarna har tydliga regler kring hur materialet ska kodas. Innehållsanalys passar dessutom väl till det valda materialet för att det som undersöks är återkommande trender i karaktärsdesign i en mängd speltrailers. I textform skulle detta kunna vara hur många gånger ett ord nämns, men för denna studie blir det en aning svårare då materialet består av videor. Det som kodas är dessutom aspekter som är svårare att kategorisera, som karaktärernas personliga drag, hur objektifierade de är eller om deras utstyrselar passar situationen de befinner sig i. Detta är variabler som innehållsanalytikernas egna åsikter lätt kan påverka resultatet av på grund av att alla har olika åsikter kring hur objektifierande eller avslöjande en utstyrsel är. Därför är det viktigt att specificera och noggrant beskriva varje kategori och variabel, så att analysen kan återskapas och fler personer ska kunna utföra kodningen utan att resultatet blir annorlunda. Svagheten med innehållsanalys är dock att det inte går att svara på varför karaktärerna ser ut som de gör, men man kan göra närmare analyser på vilka innebörder det ytliga innehållet indikerar om det latent (Bryman 2018, s. 358).

4 Genomförande & Analys

4.1 Genomförande

4.1.1 Utformning av kodningsmanualen

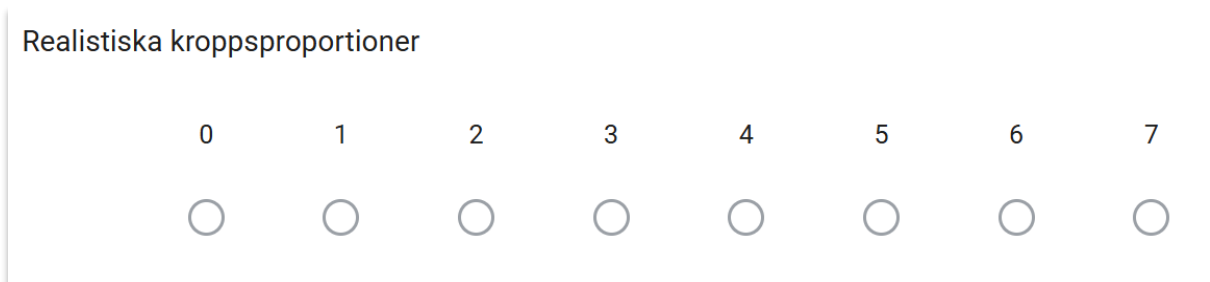
När det var dags att utforma kodningsmanualen, användes tidigare studier inom området för att utforska möjliga punkter och kriterier. För att underlätta kodningen användes Google Forms (Google Forms 2008) eftersom det förenklade sammanställningen av datan. Relevanta artiklar sorterades i verktyget Figma (Figma 2016) för att få en bättre översikt. Efteråt markerades de delar av texterna som tog upp val av metod och tillvägagångssätt, för att undersöka vad som kunde passa kodningsmanualen för denna studie. Inspiration drogs även ifrån hur många alternativ det skulle finnas per fråga för manualen, som från början var åtta alternativ per fråga, där varje fråga hade en linjär skala. De punkter som användes i kodningsmanualen var bland annat avslöjande klädsel, sexualisering och hjälplöshet som inspirerades av Millers och Summers (2007). Innan pilottestet ingick även punkterna genus, ålder, narrativ roll, förmågor, kraftfullhet, kroppsform, kroppsproportioner, våldsamhet, muskelmängd, agens och karaktärsarketyper. Däremot hade ingen av dessa frågor definierat svar, vilket visade sig vara problematiskt under pilottestet.

4.1.2 Pilottest

Innan det var dags att påbörja insamlingen av data genomfördes ett få antal pilottest. Det bedömdes vara nödvändigt eftersom utformningen av kodningsmanualen visade sig vara klurigare än förväntat, då det inte gick att veta på förhand hur väl frågorna skulle passa för att analysera karaktärerna. Pilottesten gick till på så sätt att det valdes ut nya trailers som inte ingick de som var ägnade till studien. Dessa trailers skulle även vara för spel som ingen av kodarna (vi som utför studien) hade spelat sedan innan, för att undvika partiskhet.

Den första trailern som analyserades var för spelet *Resident Evil Requiem* (Resident Evil 2026). Redan under första pilottestet märktes det att det inte var tillräckligt med endast ett kort ord för varje fråga med svaren ordnade 0 till 7. Därför ändrades frågorna så att både 0 och 7 hade definierade svar, däremot inga definitioner för valen där emellan. Mot slutet av pilottesterna förändrades detta ytterligare, då det bestämdes att varje alternativ skulle ha definierade svar för att undvika skillnader i hur karaktärerna kods. Detta berodde bland annat på att det var svårt att tyda annars vad respektive fråga handlade om. Antalet alternativ per fråga drogs även ner eftersom så pass många alternativ var inte särskilt signifikant för datan samt att det blev svårare att koda karaktärerna på ett konsistent vis.

Det sista testet gjordes på 2 trailers där båda kodarna fyllde i enkäten för huvudkaraktärerna i trailern för *Control* (PlayStation 2019), *Silent Hill: Townfall* (SILENT HILL (Official) 2026) och *Dispatch* (IGN 2025). Interkodarreliabilitet räknades ut till cirka 69%. Därefter justerades de svar som konsistent fick olika svar från vardera kodare för att minimera risk för olika svar i den slutliga undersökningen. Interkodarreliabilitet-testet tog inte hänsyn till hur nära svaren var varandra utan kollade bara på huruvida de hade exakt samma svar eller inte. Därför nöjde vi oss med 69% reliabilitet för detta test då de svar som var olika oftast var frågor med en 0–5 skala där de svar som var olika fortfarande låg nära varandra på skalan, exempelvis en fyra eller femma.



Realistiska kroppsproportioner

0 1 2 3 4 5 6 7

Figur 1: Exempel fråga innan pilottest



13. Kroppsproportioner *

1: Väldigt överdrivna proportioner

2: Ganska överdrivna proportioner

3: Ganska realistiska proportioner

4: Mycket realistiska proportioner

Figur 2: Exempel fråga efter pilottest

Ovan (se Figur 1 och 2) är två exempel på hur samma fråga såg ut innan och efter att pilottesterna genomfördes. I det första exemplet användes åtta alternativ utan någon definition för vad varje kategori innebar. Efter pilot testet, som syns i figur 2, minskades antalet alternativ samt fick varje alternativ en definition.

4.1.3 Datainsamling

Gällande själva utförandet av datainsamlingen, ingick det totalt 28 spel i det slutgiltiga urvalet. Listan av spel syns i Figur 3.

Indiana Jones and the great circle	Zelda: Echoes of wisdom	Ghost of Tsushima		
Marvel snap	Ghost of Yotei	The last of us II		
Marvel Spider Man 2	Super mario bros wonder	Marvel's Spider man: Miles Morales		
Deathloop	Returnal	Clair Obscur Expeditions 33		
Assasin's Creed Shadows	Alan wake 2	Hades II		
Doom: The Dark Ages	Hades	Kingdom come Deliverance II		
Death Stranding : On the Beach	It takes two	Black myth wukong		
Dave the diver	Elden ring	Baldur's gate 3		
Thank goodness you're here!	God of War Ragnarök	Split fiction		
Zelda Tears of the Kingdom				

Figur 3: Lista av spel

Alla spel var spel utvalda av BAFTA Game Awards för kategorin Best Game (Wikipedia 2025). Då resultaten för föregående år 2025 ännu inte hade kommit inkluderades även de nominerade för det året. Däremot behövde spel som inte hade mänskliga karaktärer eller en tydlig karaktär överhuvudtaget även tas bort från urvalet. Dock visade det sig att även fyra andra spel som kom med i urvalet inte heller hade någon definierad karaktär. På grund av att kodarna känner till och har spelat vissa av spelen har de därför delats upp. På så vis minimerades risken att något annat än trailern skulle påverka resultatet, eftersom det är endast informationen från trailern som är relevant. För att besluta vilka karaktärer som skulle kodas i manualen behövde de uppnå ett en av två kriterier. Antingen skulle de återkomma minst en gång (alltså synas i mer än ett kort ögonblick) eller ha en signifikant roll i trailern, som att karaktären exempelvis pratar. Kodaren fick själv sedan även välja om en karaktär var tillräckligt central eller om trailern gav tillräckligt med information för att kunna koda.

4.2 Resultat

När kodningen av karaktärerna var klar, visade det sig att karaktärerna var huvudsakligen män, därav 39 medan antalet kvinnor var något lägre på 30 och allra minst var icke-binära eller odefinierade karaktärer på 5. Eftersom antalet icke-binära karaktärer var så få, kommer datan för kvinnliga karaktärer främst att jämföras med datan för de manliga. Detta beror på att det inte finns tillräckligt med signifikant data för icke-binära karaktärer för att kunna dra slutsatser.

Vissa kategorier var förvånansvärt lika för både kvinnliga och manliga karaktärer, bland annat

resultatet för förmåga att ta ner sina fiender. Här var båda lika uppdelade på varsin graf, där det knappt fanns någon skillnad i hur de gestaltades. Även kategorin kroppsproportioner fick en mycket lika fördelning, där det möjliga sambandet som orsakade detta verkar bero på spelets grafiska stil. Detta syntes tydligast när Mario-trailern (Nintendo of America 2023) skulle kodas, då spelet har mycket överdrivna proportioner vilket förklarar varför de hamnade inom den kategorin. När spel hade en mer realistisk stil tenderar dessa även att falla inom mycket realistiska proportioner. Här syntes inte heller att kvinnliga karaktärer hade överdrivet förstorade bröst och höfter, eller att manliga karaktärer var överdrivet muskulösa som exempelvis Lara Croft (1996). Kvinnliga och manliga karaktärer var även väldigt lika gällande sexualisering. Detta definierades på en skala med 4 alternativ, där det lägsta innebar att kameravinklar inte alls objektifierade karaktären och hen betedde sig inte heller suggestivt. Detta utgjorde cirka 90 % på för både kvinnor och män, medan 10% hamnade inom lite sexualiserad. Det var endast en karaktär som kategoriseras som en del sexualiserad, och detta var en manlig karaktär.

Båda grupperna hade även liknande resultat gällande våldsamt och hjälplöshet. De flesta karaktärerna behövde inte räddas, däremot tenderar ändå en lite större andel kvinnor att be om hjälp. När det kommer till hur uppsatt i hierarki och maktfull en karaktär var, fick detta även liknande resultat. De flesta tillhörde ingen tydlig hierarki, dock var manliga karaktärer oftare underordnade än kvinnliga.

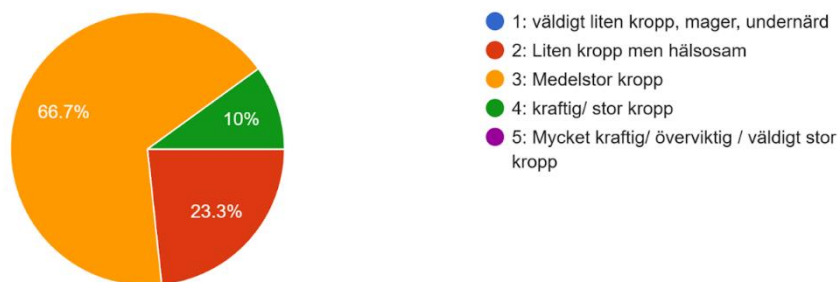
Nedan är de kriterier där kvinnliga och manliga karaktärer skilde sig åt markant. Se appendix A och B för all insamlad data.

4.2.1 Utseende

För både manliga och kvinnliga karaktärer föll omkring två tredjedelar inom kategorin "Medelstor kropp" (se Figur 4 och 5) som man kan se två exempel av karaktärer som kodats inom denna kategori i Figur 6. Över lag hade manliga karaktärer en större variation för kroppsform, där en större andel hamnade antingen på nummer fyra eller fem (se Figur 5). Kvinnliga karaktärer var å andra sidan mer sannolika att hamna inom kategori 2, liten men hälsosam kropp (se Figur 4). Därefter var kategorin "Kraftig/Stor kropp" den minsta på 10%. Inga kvinnor hamnade i den första eller femte kategorin. Däremot hamnade någon enstaka manlig karaktär i dessa kategorier.

2. Kroppsform (kan vara både muskulös eller inte)

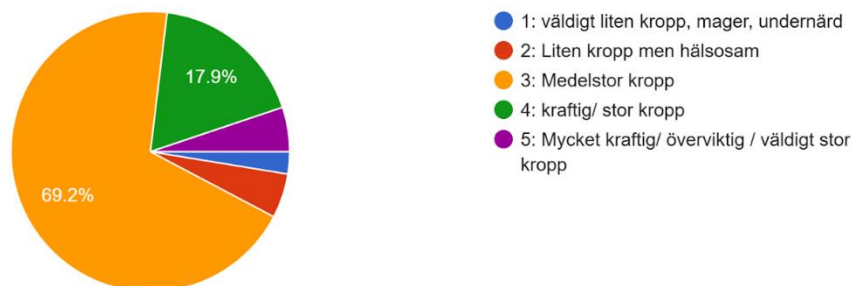
30 responses



Figur 4: Kroppsform kvinnliga karaktärer

2. Kroppsform (kan vara både muskulös eller inte)

39 responses



Figur 5: Kroppsform manliga karaktärer

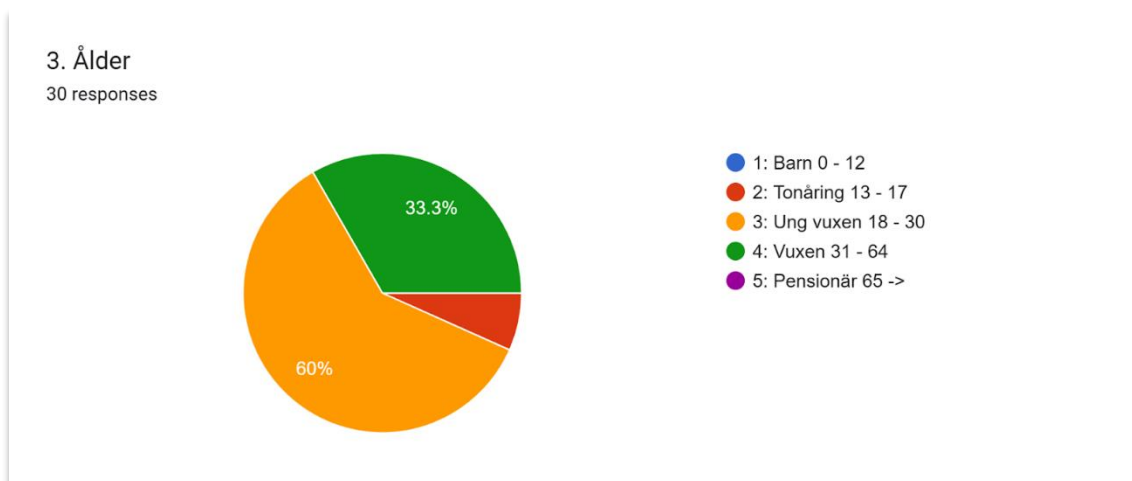


Figur 6: Exempel på karaktärer kodade som "medelstor kropp" (PlayStation 2023b; PlayStation 2024)

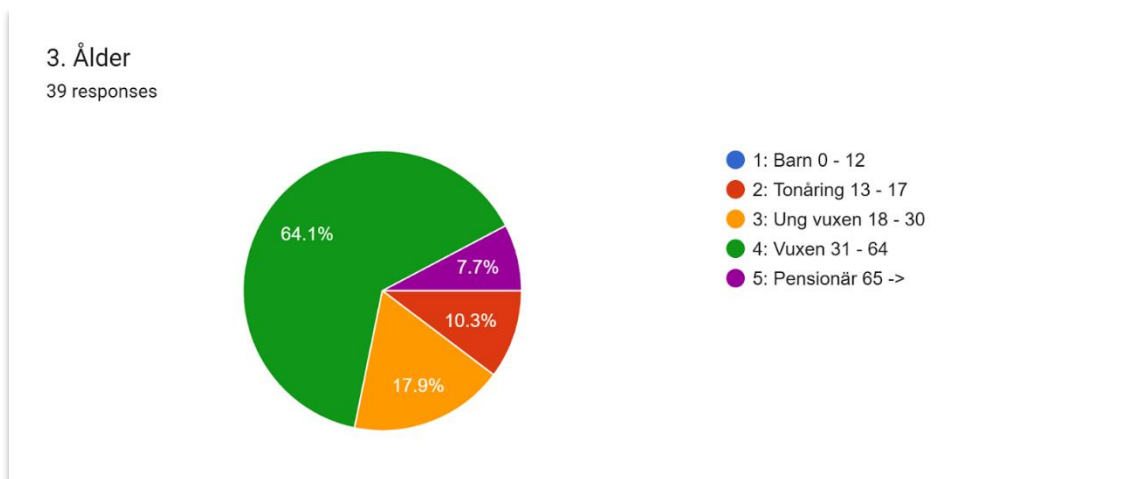
Bland de manliga karaktärerna är den mest förekommande åldersgruppen Vuxen (31–64) med en andel på 64,1% (se Figur 8). Man ser också några äldre män i 65+ åldern, en åldersgrupp

man inte hittar bland de kvinnliga karaktärerna. Bland de kvinnliga karaktärerna är den vanligaste åldersgruppen Ung vuxen (18–30), därefter Vuxen 31–64 med 33% (se Figur 7). Kvinnliga karaktärer är därmed i genomsnitt yngre än de manliga.

De kvinnliga karaktärerna var under kodningsprocessen svårare att utvärdera åldern på. Även majoriteten av de karaktärer som kodats som äldre vuxna har få eller inga visuella indikatorer på att vara äldre, som till exempel vitt hår eller rynkor.



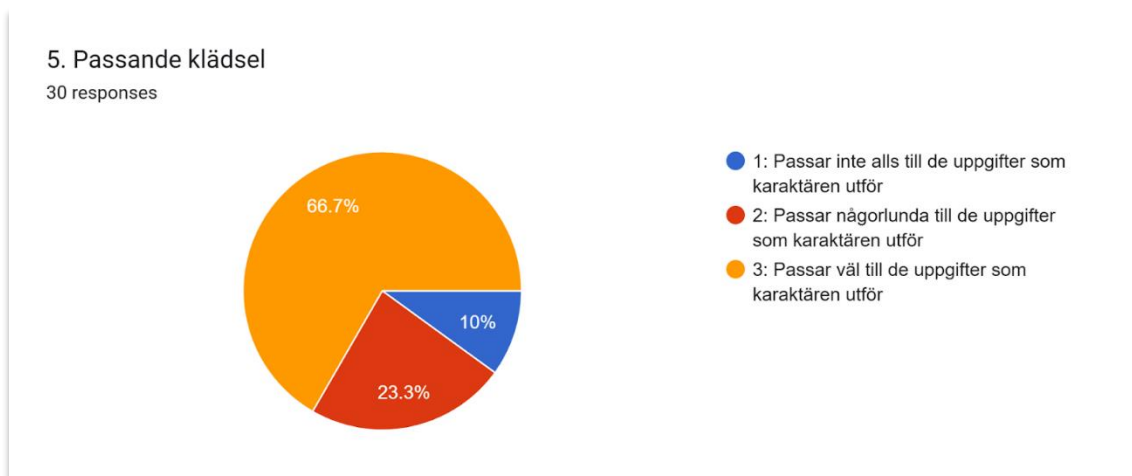
Figur 7: Ålder kvinnliga karaktärer



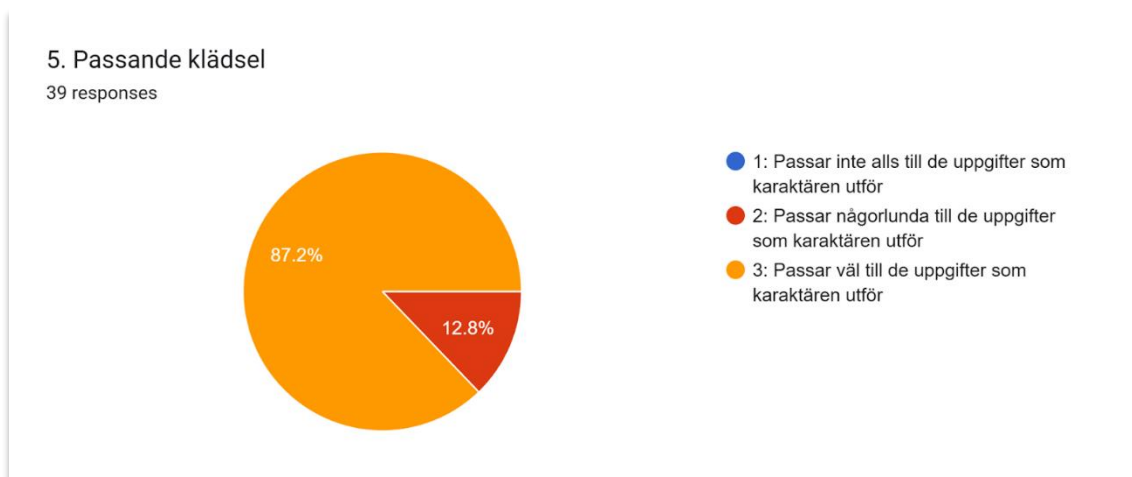
Figur 8: Ålder manliga karaktärer

Bland de karaktärer som kodades syns ett mönster i hur passande deras kläder var. En stor majoritet av de manliga karaktärerna hade kläder som passade väl, varav cirka 13% hade kläder som passade karaktärens uppgifter någorlunda (se Figur 10). De kvinnliga karaktärerna hade även en stor majoritet som hade kläder som passade deras uppgifter. Å andra sidan fanns det däremot en större andel som hamnade inom kategori två, men även 10 % som föll inom kategori 1, att kläderna inte alls passade de uppgifter som karaktären utförde (se Figur 9).

Nämnvärt är att två av dessa karaktärer var Peach och Daisy från *Super Mario Bros. Wonder* (Nintendo of America 2023), ett spel med en ganska tecknad stil och av den anledningen kan deras klädsel kanske inte tillämpas lika väl till verkligheten.

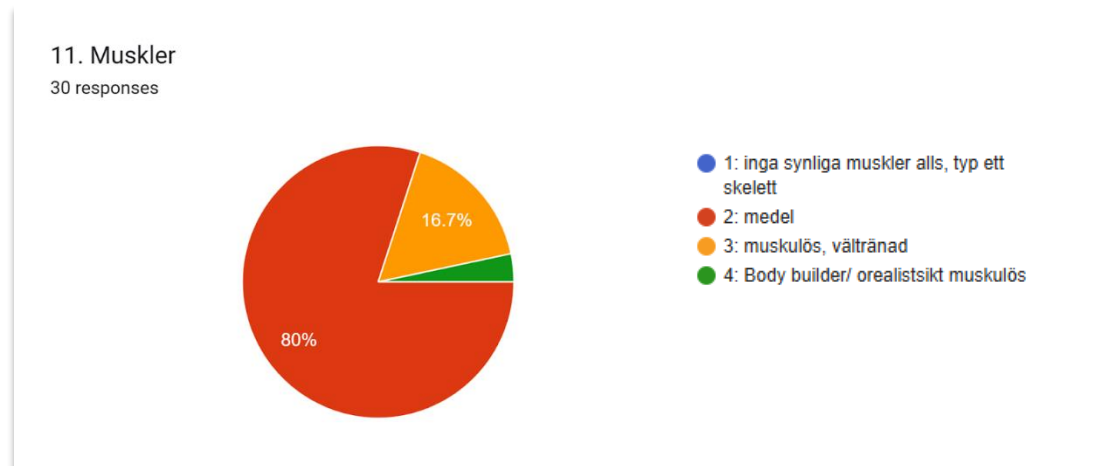


Figur 9: Passande klädsel kvinnliga karaktärer

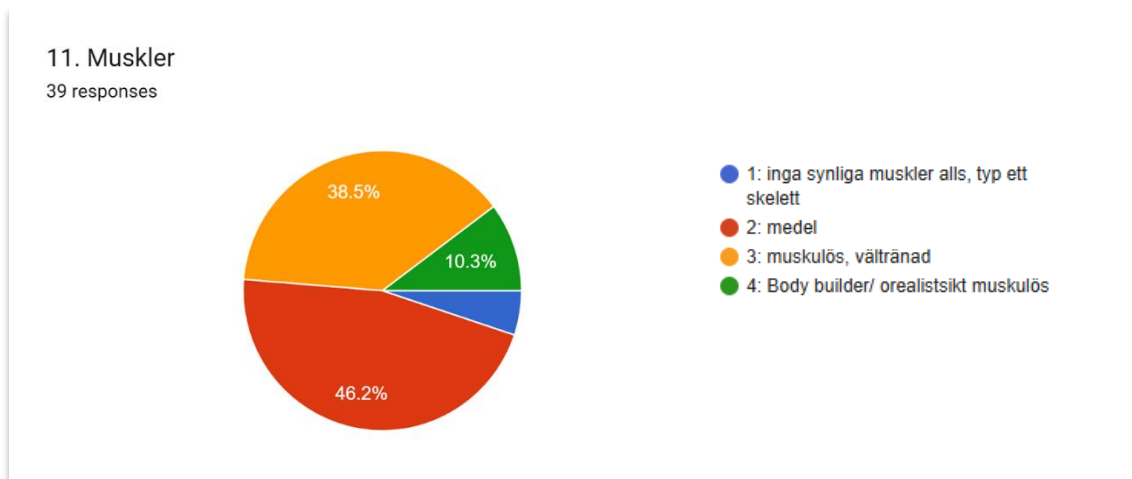


Figur 10: Passande klädsel manliga karaktärer

För kriteriet muskler hade de manliga karaktärerna en större variation i kroppstyper, där det fanns åtminstone en karaktär för varje kategori (se Figur 12). Manliga karaktärer tenderade att även vara mycket mer tydligt muskulösa jämfört med andelen kvinnliga karaktärer (se Figur 11). Det var betydligt större andel manliga karaktärer som kodades om “muskulös, vältränad” med 38,5% jämfört med de kvinnliga karaktärerna med 16,7%.

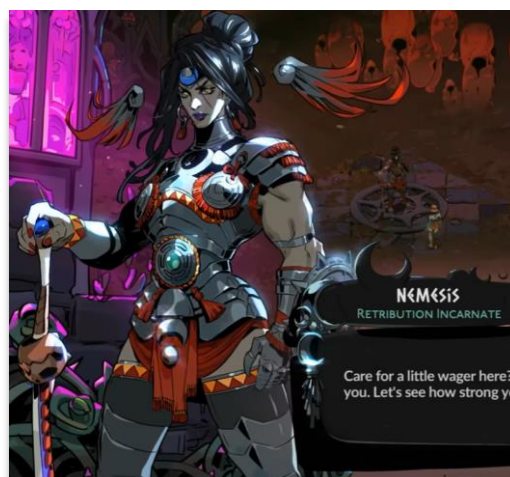


Figur 11: Muskler kvinnliga karaktärer



Figur 12: Muskler manliga karaktärer

De kvinnliga karaktärerna hade inte någon som inte hade några synliga muskler alls, däremot fanns det ändå en karaktär som föll inom kategorin orealistiskt muskulös. Denna var karaktären Nemesis från *Hades 2* (Supergiant Games 2025) (se Figur 13).

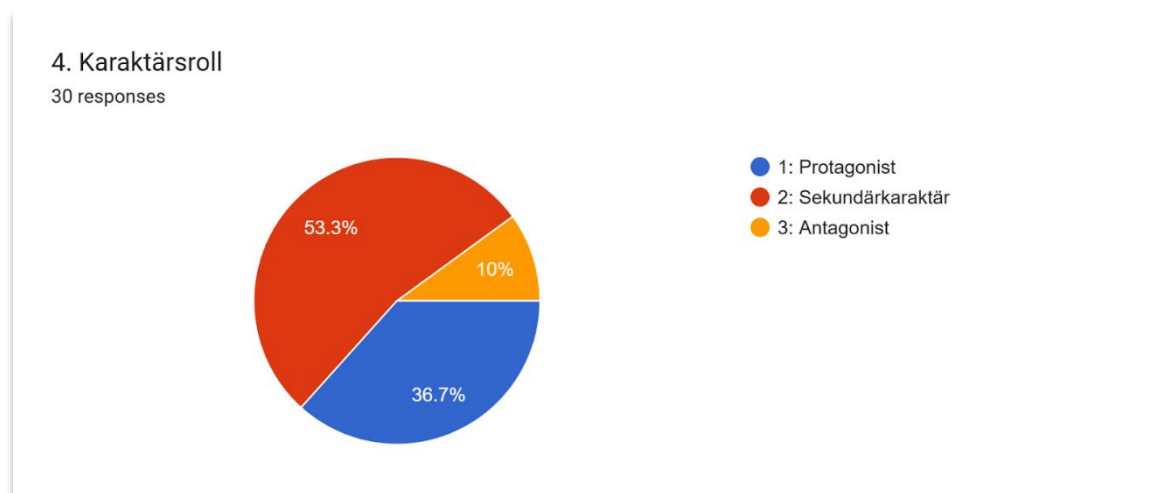


Figur 13: Nemesis från Hades 2 – Enda kvinnliga karaktären inom orealistiskt muskulös (Supergiant Games 2025).

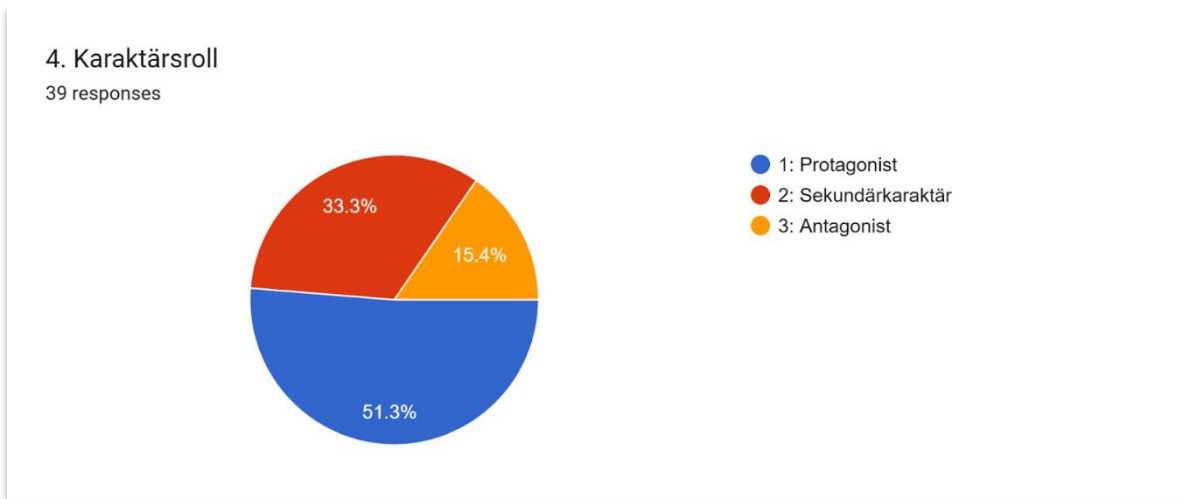
Värt att notera är dock att samtidigt som karaktären har mer definierade muskler så har hon ganska orealistiska kroppsproportioner med en starkt timglasformad figur. Den största kategorin för båda genusen var dock medelmåttiga muskler, där andelen kvinnliga karaktärer var betydligt större med 80% medan de manliga var 46,2%.

4.2.2 Förmågor och Narrativ roll

Gällande karaktärsroll, alltså om karaktären var en protagonist, sekundärkaraktär eller antagonist, fanns det en tydlig skillnad i vad för roller kvinnor respektive män antog i spel trailerna. Av de kvinnliga karaktärerna var cirka 53% sekundärkaraktärer (se Figur 14), medan majoriteten på 51 % av manliga karaktärer var protagonister. Alltså var manliga karaktärer mer sannolika att spela en central roll i narrativet, då endast 33% av män var sekundärkaraktärer. Manliga karaktärer var dessutom mer troliga att vara antagonister (se Figur 15).

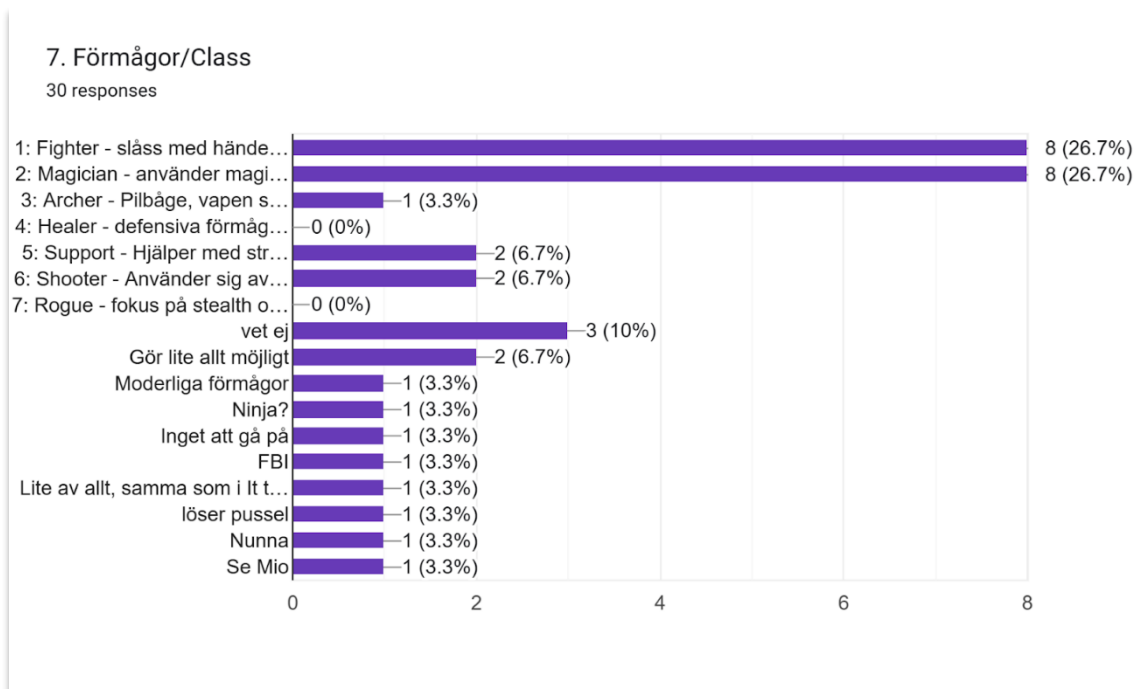


Figur 14: Karaktärsroll kvinnliga karaktärer

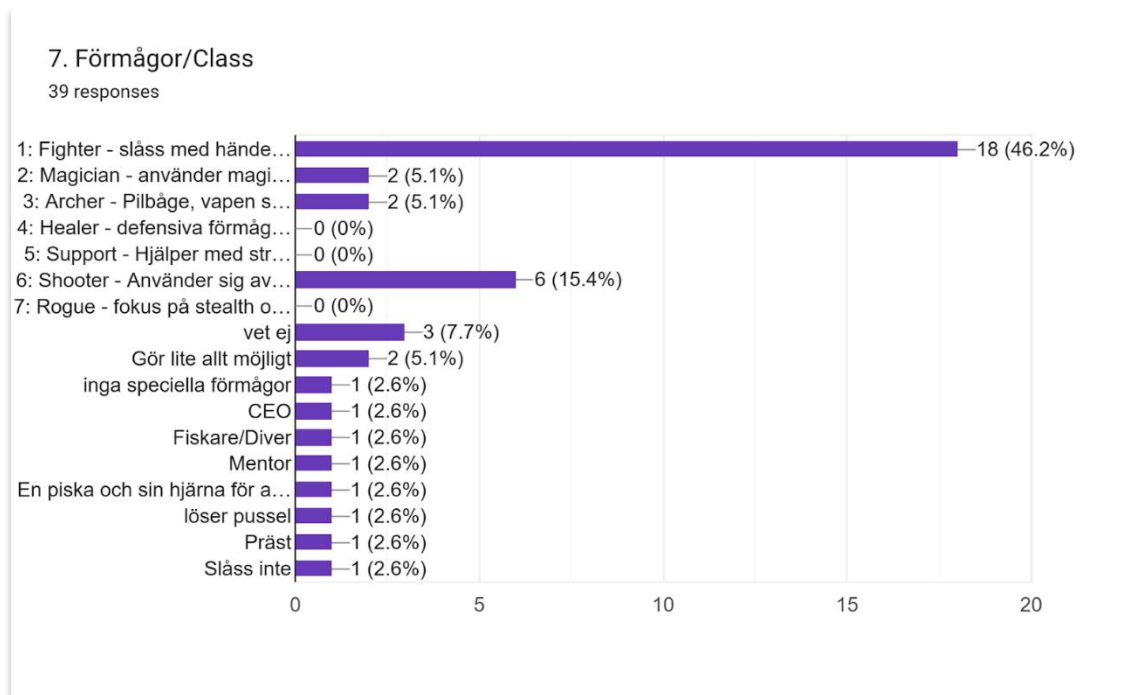


Figur 15: Karaktärsroll manliga karaktärer

En stor majoritet av de manliga karaktärerna hamnade inom kategorien fighter, alltså att de antingen slogs med sina händer eller med ett vapen på nära avstånd, vilket utgjorde 46%. Den nästa största kategorin var ”shooter” på 15% av alla karaktärer (se Figur 17). Detta kan jämföras med de kvinnliga karaktärerna där även många hamnade inom fighter-kategorin, där det var även lika många karaktärer som kodades som magiker (se Figur 16). Gällande manliga karaktärer var dessa mycket färre, då endast 2 kodades som magiker.



Figur 16: Förmågor kvinnliga karaktärer



Figur 17: Förmågor manliga karaktärer

4.3 Analys

Tidigare studier, som den av Burgess, Stermer och Burgess (2007) undersökte hur manliga karaktärer och kvinnliga karaktärer avbildades på framsidan av spelfodral. De fann att det var mycket färre framsidor som innehöll kvinnor än män och de rapporterar också att 42,3% av de kvinnliga karaktärerna porträtteras fysiskt objektifierande jämfört med det betydligt lägre antalet, 5,8%, av de manliga. Utifrån resultaten från denna studie är det uppenbart att även spel idag följer dessa mönster. Exempelvis var antalet manliga karaktärer 30% fler än de kvinnliga karaktärerna. Å andra sidan är fysisk objektifiering inte lika uppenbar i resultaten från speltrailers idag. Detta syns på frågan om "hur sexualiserad karaktären är", där både cirka 90% av kvinnor och män hamnade inom "inte alls", och resterande i kategorin "lite".

Burgess, Stermer och Burgess (2007) kom också fram till att kvinnliga karaktärer tog oftare sekundära roller och blev oftare gestaltade med överdrivna eller förskönade kroppsproportioner men aldrig muskulösa som de manliga karaktärerna. Detta stämmer även överens med andra studier som den av Lynch m.fl. (2016) som kommer fram till att det är vanligare med kvinnliga karaktärer som är sekundära karaktärer än huvudkaraktärer, något som också påvisas av Down och Smith (2010). Resultaten från vår studie överensstämmer väl med detta än idag. I frågan om vilken narrativ roll kvinnor respektive män spelade i trailerna, visade det sig att en majoritet på 53% av kvinnorna var sekundärkaraktärer. Jämförs detta

sedan med 33% av männen som antog denna roll, återfinns detta mönster eftersom 51% av alla män var protagonister och endast 37% av kvinnor var det.

Ytterligare syns liknande resultat när det gäller hur muskulösa karaktärerna är. Endast 17% av kvinnliga karaktärer var muskulösa i kontrast till 39% av männen. Endast en karaktär av kvinnorna, alltså cirka 3%, hamnade i kategorin orealistiskt muskulös. Här var 10% av männen inom den kategorin. De manliga karaktärerna hade även vissa som inte hade några synliga muskler alls, medan ingen av kvinnorna hamnade där. Detta tyder på att manliga karaktärer får en större variation gällande kroppsform. Däremot fann vår studie inte att det fanns någon tydlig skillnad i hur överdrivna kroppsproportioner karaktärerna hade, då de var i princip samma för både kvinnor och män. Detta kan antagligen kopplas till konststil snarare än genus, då även de manliga karaktärerna fick överdrivna proportioner i spel som var i en tecknad stil. Å andra sidan, får manliga karaktärer återigen en större variation på kroppar gällande frågan "kroppsform", där det fanns karaktärer som hamnade i varje kategori. De kvinnliga karaktärerna däremot hamnade endast inom 3 av de fem kategorierna.

Inom tidigare forskning har det ofta lyfts fram att kvinnor i spel tenderar att bli sexualiserade. I en artikel av Dill och Thill (2007) där 59,9% av kvinnliga karaktärer gestaltades på ett sexuellt sätt, i kontrast med endast 1% av de manliga karaktärerna. Burgess, Stermer och Burgess (2007) nämner även att 10 av de spel som undersöktes gestaltade kvinnor med bara deras ansikten eller ögon. Denna trend återfinns däremot inte i vår studie. I frågan om kameravinklar objektifierar karaktärer och om denne beter sig suggestivt, var resultaten för både kvinnor och män väldigt lika där en stor majoritet hamnade på det första svarsalternativet; "inte alls". Alltså verkar det finnas en trend gällande nyare spel, eftersom De la Torre-Sierra och Guichot-Reina som publicerade sin studie 2025 nämner att kvinnornas kläder var lämpliga för situationen samt att de inte var sexuellt avslöjande. De nämner även att kvinnor över lag i de spel som undersöktes har realistiska proportioner samt ansikten med ofullkomligheter som fräcknar, finnar och rynkor. En möjlig slutsats kan då dras att spel på senare tid har en tendens att inte sexualisera kvinnor lika mycket som förr.

De la Torre-Sierra och Guichot-Reina (2025) fann även ett mönster i vilka åldrar kvinnor representeras i, då de flesta var antingen tonåringar eller unga vuxna. Jämför man detta med de manliga karaktärerna som de undersökte, finns det betydligt fler åldrar som representeras. Det är nämnvärt att det inte fanns någon kvinnlig karaktär över 50 i spelen som undersöktes. Detta återspeglas tydligt även i vår studie. Det fanns ingen kvinnlig karaktär som föll inom kategorin 65+, men det fanns manliga karaktärer som gjorde det. 60% av kvinnorna var inom åldern 18 till 30, medan 33% hamnade i vuxen kategorin 31 till 64 år. Cirka 7% kodades som tonåring. Nämnvärt är dock att alla kvinnor som kodades som "vuxna" ofta var i den lägre delen av spannet, omkring 30 till 40 år och någon karaktär som uppfattades som 40 till 50 år.

Det var mycket sällan som någon av kvinnorna fick ha rynkor och ofullkomligheter i ansiktet, och om de hade det var det inte så uppenbart. 64% av manliga karaktärer kodades som vuxna, i spannet 31 till 64 år. De hade även en större variation i ålder då 10% kodades som tonåring och 8% som pensionär. 18% var unga vuxna.

Burgess, Stermer och Burgess berättar i sin studie från 2007 att i de få fallen där kvinnor spelade en central roll i spel, så var de nästan alltid överdrivet sexualiserade. Lara Croft (Tomb Raider 1996) tas upp som ett exempel, eftersom det kan vara opraktiskt att ha kroppsdelar som är så pass överdrivna som henne. Av den anledningen är denna sexualisering antagligen på grund av objektifiering av kvinnor, antar de. Detta kan indikera att kvinnliga karaktärer alltså agerar som accessoarer i spelen och är inkluderade för att vara attraktiva. Trenden för åldern på kvinnor i spel kan även kopplas till studien som utfördes i Kroatien (Kolman & Verčić 2012). De manliga deltagarna hade bland annat inget emot när sexuell åtråvärldhet användes. De kvinnliga deltagarna var negativt inställda till faktumet att de flesta av kvinnorna i reklam var unga och vackra, i jämförelse med männen i reklam som var medelålders. Manliga deltagare hävdade att detta är för att män är i sin bästa tid i medelåldern, medan kvinnor är det i tjugooårsåldern. Alltså förekommer liknande trender kring hur kvinnor förväntas se ut även utanför spelvärlden.

4.4 Slutsats

I likhet med tidigare studier får resultaten från denna undersökning samma indikation på hur kvinnor representeras i spel, mer specifikt speltrailers. Liknande trender syns även när de kvinnliga karaktärerna har jämförts med de manliga, där något som genomsyrar många av kriterierna är att kvinnor får oftast en mindre variation i utseende och narrativ roll än de manliga karaktärerna.

Kategorier som stack ut var bland annat ålder, där en majoritet av kvinnor var unga vuxna, alltså åldern 18 till 30 år. Om de hamnade i den övre kategorin, vuxen som var 31 till 64 år, så var de ofta i den lägre delen av detta spann, samt att de sällan fick ha rynkor. Det fanns inga kvinnor i trailerna som kodades som pensionärer 65. Manliga karaktärer fanns däremot i en större variation, där en majoritet kodades som vuxna. Kvinnliga karaktärer fick sällan vara huvudkaraktärer, då 53% var sekundärkaraktärer jämfört med 51% av de manliga karaktärerna som var protagonister. Kvinnor tenderade även att ha mindre muskler och en mindre variation i denna kategori, medan männen var många fler som kodades som muskulösa, och de fanns även män som inte hade några muskler alls eller var överdrivet muskulösa. Gällande kroppsform var ungefär lika många av kvinnor och män medelstora, däremot hade även här de manliga karaktärerna en större variation. En större andel av kvinnors kroppar kodades även

som liten.

Å andra sidan fanns det ändå en del kategorier där resultaten för både män och kvinnor var lika. Bland annat resultatet för förmåga att ta ner sina fiender blev lika fördelat, och även kroppsproportioner. Kroppsproportioner verkade snarare bero på konststilen i spelet, då både kvinnor och män fick mer överdrivna proportioner desto mer tecknad stilen var. Det var sällan överdrivna proportioner kopplades till exempelvis förstörade bröst och snarare att karaktären hade större huvud och ögon i relation till resten av kroppen. Gällande sexualisering var både män och kvinnor i princip lika, där en enstaka manlig karaktär blev lite mer sexualiserad. Det fanns inte heller någon markant skillnad gällande hur våldsamma eller hur hjälplösa karaktärerna var, då det var ungefär likvärdigt för kvinnor och män. Det fanns ändå en lite större tendens för kvinnor att be om hjälp.

I nyare spel, som de undersökta spelen i denna studie, märks det att skildringen av kvinnor har skiftats från att ha varit sexualiserade till att knappt bli det. I stället är kvinnliga karaktärer något underrepresenterade, med en låg variation på egenskaper hos kvinnorna. Däremot indikerar detta ändå att representation av karaktärer blir mer jämställd över tid, eftersom de delar som ofta ses som negativa gällande kvinnors representation i spel minskar.

Det är dock viktigt att påpeka att resultatet inte kan appliceras på spelen i helhet, utan endast på trailern. Valet av typ av speltrailer kan tilläggsvis också ha påverkat det slutgiltiga resultatet. Vad som väljs att tas med i en trailer behöver inte nödvändigtvis representera vad som tar mest plats i spelet som helhet. I trailern för *Baldurs Gate 3* (GameSpot 2023a) har en karaktär, en äldre man, en mer betydande roll även om denne inte har en lika betydande roll i självaste spelet.

5 Sammanfattning och diskussion

5.1 Sammanfattning

Denna studies mål är att svara på frågeställningen: Hur framställs kvinnor i kontrast till män i trailers från spel nominerade till BAFTA Game Awards mellan åren 2020 och 2025? För att genomföra studien har en innehållsanalytisk metod använts för att samla in data. En kodningsmanual utvecklades i Google forms på samma sätt som gjorts i liknande tidigare studier angående kategorier och variabler som referens. För att uppnå så hög interkodarreliabilitet som möjligt utfördes pilottester under utveckling av manualen. Kodningen utfördes sedan av två personer som delade upp urvalet mellan sig och sedan kodade trailerna separat. Urvalet spel bestod i slutändan av 28 trailers från olika spel och sammanlagt 69 manliga och kvinnliga karaktärer och 5 ickebinära/otydliga karaktärer.

Den största andelen karaktärer var manliga med 57% och kvinnliga med 43%. De kategorier som skildes åt som mest var ålder, passande klädsel, muskler, karaktärsroll och förmågor. I dessa kategorier var de kvinnliga karaktärerna mindre muskulösa, hade ett mer ungdomligt utseende och hade mindre passande kläder för sin spelsituation. De var också oftare sekundära karaktärer än de manliga som oftare var huvudkaraktärer och antagonister. Kvinnliga karaktärer kodades också oftare som att använda magiska förmågor än de manliga som oftare kodades som "fighters" och "shooters".

Resultatet är på flera sätt samstämmade med tidigare studier som utförts. Sammanfattningsvis tyder datan på en lägre mängd sexualisering eller objektifiering av kvinnliga karaktärer i jämförelse med tidigare studier med en låg mängd sexualisering bland både de manliga och kvinnliga karaktärerna över lag (Burgess, Stermer & Burgess 2007; Dill & Thill 2007; Downs & Smith; 2009; Lynch m.fl 2016; Miller & Summers 2007, 2014).

5.2 Diskussion

När det kommer till att analysera material där något visuellt ska bedömas finns det en risk att olika personers uppfattningar om detta skiljer sig åt. Därför är det viktigt att påpeka att våra egna uppfattningar om världen eftersom de kommer att i någon grad påverka resultatet. Detta är såklart något vi har försökt undvika så gott det går, däremot kan det också ske omedvetet. Samma gäller det faktum att vi båda identifierar oss som kvinnor. Med tanke på att kvinnor generellt i media har varit underrepresenterade och tenderar att vara underordnade och objektifierade är det troligt att detta kan ha påverkat något i resultatet då studien utförts av två kvinnor.

I trailern för *Kingdom Come: Deliverance 2* (Warhorse Studios 2025) syns ett flertal kvinnliga karaktärer som för det mesta verkar agera som kärleksintressen till huvudkaraktären. Dessa

karaktärer syns endast i någon sekund och kunde därför inte kodas på grund av brist på information om dem. Noteringsvärt är dock att dessa karaktärer endast verkar agera som något den manliga huvudkaraktären belönas med eller ska rädda. Datan som samlats in för denna studie visar på att kvinnliga karaktärer i urvalet är mindre objektifierade och sexualiserade än i tidigare studier som utförts (Burgess, Stermer & Burgess 2007; Dill & Thill 2007; Downs & Smith; 2009; Lynch m.fl 2016; Miller & Summers 2007, 2014). Men exempel som *Kingdom Come: Deliverance 2* visar att det fortfarande förekommer, även i mer populära spel, att kvinnliga karaktärer hanteras på ett mer sexistiskt vis.

I början av denna studie valde vi att utföra analysen på lanseringstrailers med motivationen att dessa skulle ge en helhetsbild av spelet. Under kodning och analysprocessen blev det dock tydligt att detta inte är fallet. Eftersom studien fokuserar på att undersöka genusrepresentation och mer narrativt viktiga aspekter av spel som karaktärer hade det varit mer lämpligt att använda storytrailers för materialet. Trailers till spel och film skapas dessutom inte nödvändigtvis av samma personer som utvecklar självaste spelet. Hur ett spel ska marknadsföras bestäms, på större företag, oftast inte utav spelets utvecklare utan av ett marknadsföringsteam. Vad som prioriteras i marknadsföringen är oftast sådant som lockar in konsumenter (Karray & Debernitz 2017) och detta kan resultera att vissa element, som action och uppseendeväckande scener får mer fokus även om de inte är representativa av självaste spelet.

I och med att en trailer i efterhand inte kan representera ett spel i helhet, som vi hade hoppats i utvecklingsfasen av metoden så hade det möjligtvis varit mer passande, för denna studies ändamål, att använda storytrailers (i stället för att fokusera på lanserings trailers). Dessa har i ändamål att framföra spelets narrativ, som i slutändan är det som karaktärerna tillhör.

Fortsättningsvis kan resultatet delvis ha påverkats av att urvalet spel är från större företag och trippel- A utvecklare. Det är spel som blivit utvalda av BAFTA på grund av sin höga popularitet och kvalitet. 2025 släpptes ca 20 000 spel på spelportalen Steam (*SteamDB 2012*), majoriteten av de spelen kommer aldrig nå upp till samma kvalitet eller nå ut till lika många personer som de spel som nomineras till BAFTA Game Awards. Det är även många av dessa spel som har ett mycket litet antal spelare. Därför skulle slutsatsen kunna dras att de inte är lika inflytelserika, och på så sätt inte är lika relevanta för denna studie. Större spelföretag har dessutom mer resurser till att fokusera på mångfald bland sina utvecklare och större press på sig att ha mer varierad representation. Därför representerar urvalet förmodligen inte majoriteten av spel som släpps idag men är mer representativt av vad som anses som högkvalitativt och inflytelserikt inom spelbranschen. Däremot visar det på en trend där spel som anses högkvalitativa har en lägre andel sexistiska tendenser bland sina kvinnliga karaktärer än tidigare. Och den kan ge en inblick i hur representationen ser ut bland de mest populära och prisade spelen, spel som

många fler kommer att komma i kontakt med.

5.3 Samhälleliga och etiska aspekter

Denna studie har inte inkluderat mänskliga deltagare då det är en analys utförd av forskarna själva. På så sätt riskeras inte att någon deltagare känner sig utsatt eller illa behandlad gällande de etiska principer som ska följas som Bryman (2018) tar upp gällande frivillighet, integritet, konfidentialitet och anonymitet. Däremot är inte den metod som har använts för denna studie såklart felfri, eftersom det är forskarna själva som utför analysen. På så vis riskerar resultatet att ändå i någon mån påverkas av de förutfattade meningar som vi själva har, särskilt när det gäller genusrepresentation, även om det inte är medvetet och försöker motverka detta.

Studiens främsta användningsområde är bland annat inom spelutveckling och marknadsföring, eftersom den ämnar uppmärksamma de brister som finns när det kommer till genusrepresentation. På så sätt kan spelutvecklare bli mer medvetna om detta, för att på så sätt fundera mer över de val som görs i karaktärsdesignprocessen. Detta är viktigt för att minska på skadliga stereotyper, eftersom Dill m.fl. (2008) undersökte i en studie om spelinnehåll som gestaltar stereotypiskt macho manliga karaktärer och stereotypiskt sexiga kvinnliga karaktärer påverkar spelares attityd till sexuellt våld och tolerans mot sexuella övergrepp. Studien fann att de kvinnliga deltagarna blev allra minst toleranta mot sexuellt våld och objektifiering när de blev visade de objektifierade kvinnliga karaktärerna, medan män blev mer toleranta mot sexuellt trakasserier. Annan media som film och TV kan även dra nytta av datan från denna studie, eftersom de delar många egenskaper med dataspel.

5.4 Framtida arbete

Om studien hade kunnat fortsätta under en längre period hade det varit aktuellt att både inkludera flera år av nomineringar då BAFTA har utsett årets bästa spel sedan 2002 (Wikipedia 2026). Då hade man också kunnat analysera materialet utefter år och gjort en historisk översikt, till exempel över de senaste 10 åren. I den nuvarande studien så avstod vi från att göra den typen av analys då 5 år inte är ett speciellt långt årsspann.

Ett annat område som kunnat undersökas hur ett spel annonseras i sina trailers jämfört med vad som sedan finns med i det lanserade spelet. Här hade det kunnat läggas mer fokus på vilka aspekter som får mest skärmtid och fokus i trailern, som till exempel karaktärer och narrativ och om det representerar spelet på ett trovärdigt vis. Man kan också analysera annat reklammaterial för spelet för att jämföra vad som syns mest i illustrationer, trailers och teasers

Under studiens gång har det framträtt ett flertal områden som man kunnat utföra liknande

analyser inom. En observation är att representationen av HBTQ+ karaktärer med andra genus, som till exempel ickebinär, är grovt underrepresenterade bland karaktärerna. Bland de karaktärer som kodades som ickebinära eller otydliga kring genus var det endast en karaktär, Chaos från *Hades* (Nintendo of America 2020) som var bekräftad ickebinär, bortsett från Toad och Toadette från *Mario Bros. Wonder* (Nintendo of America 2023) som inte har en mänsklig form. Därför är detta ett område som hade varit intressant att undersöka vidare för att se exakt hur underrepresenterade HBTQ+ karaktärer är i spel.

Referenser

Assassin's Creed (2025). *Assassin's Creed Shadows: Launch Trailer* [video]. https://www.youtube.com/watch?v=_JzywR97gUs [2026-03-17]

BAFTA/ Williams, G (2025). *BAFTA Games Award Rules & Guidelines 2026*. London. https://bafta.my.salesforce.com/sfc/p/#b000000odbYM/a/Vg000002q2J8/ZClLgDRN9EXOkmtAqc__ykSzOyEYj5duoeOXUNHaDgY

Balatro (2024). Playstack.

Bethesda Softworks (2024). *Official Launch Trailer: Indiana Jones and the Great Circle* [video]. <https://www.youtube.com/watch?v=sq97d1RkdRM> [2026-03-17]

Bethesda Softworks (2025). *DOOM: The Dark Ages | Official Launch Trailer (4K) | Available May 15, 2025* [video]. https://www.youtube.com/watch?v=S7IEgo_qNXs [2026-03-17]

Bryman, A. (2018). *Samhällsvetenskapliga metoder* (3 sv. uppl.). Malmö: Liber AB. s. 357-381

Burgess, M.C.R., Stermer, S.P. & Burgess, S.R. (2007). Sex, Lies, and Video Games: The Portrayal of Male and Female Characters on Video Game Covers. *Sex Roles: A Journal of Research*, 57(5–6), s. 419–433. doi:10.1007/s11199-007-9250-0.

Cross, L., Savostijanovs, J., Atherton, G., Whiteman, L., Mooney, R., Kaye, L. K., McLatchie, N. & Johnston, M. (2024). Gendered violence and sexualized representations in video games: (Lack of) effect on gender-related attitudes. *New Media and Society*, 26(3), s. 1648–1669. doi:10.1177/14614448221075736.

De la Torre-Sierra, A.M. & Guichot-Reina, V. (2025). Women in Video Games: An Analysis of the Biased Representation of Female Characters in Current Video Games. *Sexuality & Culture: An Interdisciplinary Journal*, 29(2), s. 532–560. doi:10.1007/s12119-024-10286-0.

Dill, K. E., Brown, B. P. & Collins, M. A. (2008). Effects of exposure to sex-stereotyped video game characters on tolerance of sexual harassment. *Journal of Experimental Social Psychology*, 44(5), s. 1402–1408. doi: 10.1016/j.jesp.2008.06.002

Dill, K.E. & Thill, K.P. (2007). Video Game Characters and the Socialization of Gender Roles: Young People's Perceptions Mirror Sexist Media Depictions. *Sex Roles: A Journal of Research*, 57(11–12), s. 851–864. doi:10.1007/s11199-007-9278-1.

Downs, E. & Smith, S.L. (2010). Keeping Abreast of Hypersexuality: A Video Game Character Content Analysis. *Sex Roles: A Journal of Research*, 62(11–12), s. 721–733. doi:10.1007/s11199-009-9637-1.

Feminist Frequency (2009). <https://feministfrequency.com/> [2026-03-16]

Figma (2016). Figma, inc.

GameSpot (2022). *Elden Ring Official Launch Trailer* [video].
<https://www.youtube.com/watch?v=AKXiKBnzbBQ> [2026-03-17]

GameSpot (2023a). *Baldur's Gate 3 Official Launch Trailer* [Video].
<https://www.youtube.com/watch?v=1T22wNvoNiU> [2026-03-17]

GameSpot (2023b). *The Legend of Zelda: Tears of the Kingdom Official Pre-Launch Trailer* [video]. <https://www.youtube.com/watch?v=KvQ25NmL1-c> [2026-03-17]

Google Forms (2008). Google.

Grand Theft Auto V (2013). Rockstar Games.

IGN (2020). *Ghost of Tsushima - Official Trailer | The Game Awards* [Video].
<https://www.youtube.com/watch?v=iqysmS4lxwQ> [2026-03-17]

IGN (2021a). *Black Myth: Wukong - Official Trailer* [Video].
<https://www.youtube.com/watch?v=uT6RZBz9ueM&pp=ygUmYmxhY2sgbXloaCB3dWtvbmcgYW5ub3VuY2VtZW50IHRyYWlsZXLSBwkJlAoBhyohjO8%3D> [2026-03-17]

IGN (2021b). *Returnal - Official Launch Trailer* [Video].
<https://www.youtube.com/watch?v=k4nSLa8a588&pp=ygUQcmVodXJuYWwgdHJhaWxletIHCQmUCgGHKiGM7w%3D%3D> [2026-03-17]

IGN (2022). *God of War Ragnarok – Story Trailer | State of Play 2022* [video].
<https://www.youtube.com/watch?v=Dc5xOGS1oJo> [2026-03-17]

IGN (2024). *Helldivers 2 - Official Launch Trailer| PS5 Games* [video].
<https://www.youtube.com/watch?v=UC5EpJR0GBQ> [2026-03-17]

IGN (2025). *Dispatch - Official Launch Trailer* [Video].
https://youtu.be/wzw4XJ038VA?si=xpop4RvBPBaTf3_Y [2026-03-17]

Karray, S. & Debernitz, L. (2017). The effectiveness of movie trailer advertising. *International Journal of Advertising*, 36(2), s. 368–392. doi:10.1080/02650487.2015.1090521.

Kaur, H. (2025). How Gamergate foreshadowed the toxic hellscape that the internet has now become. *CNN*, 24 mars. <https://edition.cnn.com/2025/03/23/us/gamergate-harassment-reddit-twitter-cec>

Khairullah, D.H.Z. and Khairullah, Z.Y. (2009). Cross-cultural analysis of gender roles: Indian and US advertisements. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 21(1), s. 58–75. doi:10.1108/13555850910926245.

Kolman, P. & Verčič, A.T. (2012). Consumers' opinions on gender stereotyping in advertising. *Ekonomski Istraživanja*, (SPEC. ISS. 2), s. 117–126. doi:10.1080/1331677x.2012.11517577.

Lauzen, M. M. (2025). *Documenting 27 Years of Women's Employment in U.S. Films (Living Archive: The Celluloid Ceiling)*. Center for the Study of Women in Television and Film. <https://womenintvfilm.sdsu.edu/wp-content/uploads/2025/08/2024-living-archive-report.pdf>

Lewis, H. (2015). Gamergate: a brief history of a computer-age war. *The Guardian*, 11 jan. <https://www.theguardian.com/technology/2015/jan/11/gamergate-a-brief-history-of-a-computer-age-war>

Lynch, T., Tompkins, J. E., van Driel, I. I., & Fritz, N. (2016). Sexy, Strong, and Secondary: A Content Analysis of Female Characters in Video Games across 31 Years. *Journal of Communication*, 66(4), s. 564–584. doi:10.1111/jcom.12237

Martins, N., Williams, D. C., Harrison, K. & Ratan, R. A. (2009). A Content Analysis of Female Body Imagery in Video Games. *Sex Roles: A Journal of Research*, 61(11–12), s. 824–836. doi:10.1007/s11199-009-9682-9.

Marvel Entertainment (2023). *MARVEL SNAP is Now on PC | OFFICIAL PC LAUNCH TRAILER* [video]. https://www.youtube.com/watch?v=3_5g5UodHx0 [2026-03-17]

Mayne, I. (2000). The inescapable images: gender and advertising. *Equal Opportunities International*, 19(2–4), s. 56–61. doi:10.1108/02610150010786274.

Miller, M.K. & Summers, A. (2007). Gender Differences in Video Game Characters' Roles, Appearances, and Attire as Portrayed in Video Game Magazines. *Sex Roles: A Journal of Research*, 57(9–10), s. 733–742. doi:10.1007/s11199-007-9307-0.

Miller, M.K. & Summers, A. (2014). From damsels in distress to sexy superheroes: How the portrayal of sexism in video game magazines has changed in the last twenty years. *Feminist Media Studies*, 14(6), s. 1028–1040. doi:10.1080/14680777.2014.882371

MINTROCKET (2023). *DAVE THE DIVER | Official Launch Trailer* [video]. <https://www.youtube.com/watch?v=p85VHMpEoto> [2026-03-17]

Mulvey, L. (1975). Visual Pleasure and Narrative Cinema. I MacKenzie, S. (red.) *Film Manifestos and Global Cinema Cultures : A Critical Anthology*. University of California Press, s. 359–370.

Nintendo of America (2020). *Hades - Launch Trailer - Nintendo Switch* [Video].

<https://www.youtube.com/watch?v=mD8x5xLHRho&pp=ygUNSGFkZXMgdHJhaWxlcg%3D%3D> [2026-03-17]

Nintendo of America (2023). *Super Mario Bros. Wonder – Launch Trailer – Nintendo Switch* [video]. <https://www.youtube.com/watch?v=XvQNIgKNC6o> [2026-03-17]

Nintendo of America (2024). *The Legend of Zelda: Echoes of Wisdom – Launch Trailer – Nintendo Switch* [video]. https://www.youtube.com/watch?v=fb4__RzOVNs [2026-03-17]

PlayStation Asia (2020). *Marvel's Spider-Man: Miles Morales - Launch Trailer | PS4, PS5* [Video].
<https://www.youtube.com/watch?v=3wHL2VlaFcs&pp=ygUmbWFydmVsIHNwcmllkZXXJtYW4gbWlsZXMgbXJhbGVzIHRyYWlsZXI%3D> [2026-03-17]

PlayStation (2019). *Control - Gamescom 2019 Launch Trailer | PS4* [Video].
<https://youtu.be/PT5yMfC9LQM?si=gpBcUM-8CYvED1lb> [2026-03-17]

PlayStation (2020a). *It Takes Two - The Game Awards 2020: Official Reveal Trailer | PS5, PS4* [video]. <https://www.youtube.com/watch?v=5ounNyjPT1A> [2026-03-17]

PlayStation (2020b). *The Last of Us Part II - Official Launch Trailer | PS4* [Video].
<https://www.youtube.com/watch?v=eOiUtRF8k28&pp=ygUfdGhlIGxhc3Qgb2YgdXMgMiBsYXVuY2ggdHJhaWxlcg%3D%3D> [2026-03-17]

PlayStation (2021). *Deathloop - Launch Trailer | PS5* [video].
<https://www.youtube.com/watch?v=FxgwIP4Cqpc> [2026-03-17]

PlayStation (2023a). *Alan Wake 2 - Launch Trailer | PS5 Games* [video].
<https://www.youtube.com/watch?v=dlQ3FeNu5Yw> [2026-03-17]

PlayStation (2023b). *Marvel's Spider-Man 2 - Launch Trailer I PS5 Games* [video].
<https://www.youtube.com/watch?v=9fVYKsEmuRo> [2026-03-17]

PlayStation (2023c). *Thank Goodness You're Here! - Reveal Trailer | PS5 Games* [video].
<https://www.youtube.com/watch?v=5RrekXVyVuI> [2026-03-17]

PlayStation (2024). *Split Fiction - Reveal Trailer | PS5 Games* [Video].
<https://www.youtube.com/watch?v=bPOUuqrNarI&pp=ygUVc3BsaXQgZmljdGlvbiBocmFpbGVy> [2026-03-17]

PlayStation (2025a). *ARC Raiders - Launch Trailer | PS5 Games* [video].
<https://www.youtube.com/watch?v=UojK145mxec> [2026-03-17]

PlayStation (2025b). *Clair Obscur: Expedition 33 - Launch Trailer | PS5 Games* [Video].
<https://www.youtube.com/watch?v=2VaLOc1FpSo&pp=ygUVZxhwZWVpdGlvbiAzMyBocmFpbGVy> [2026-03-17]

PlayStation (2025c). *Death Stranding 2: On the Beach - Final Trailer | PS5 Games* [video]. <https://www.youtube.com/watch?v=etOOO9Sq7u8> [2026-03-17]

PlayStation (2025d). *Ghost of Yōtei - Launch Trailer | PS5 Games* [video]. <https://www.youtube.com/watch?v=sLcksHR30UA> [2026-03-17]

Resident Evil (2026). *Resident Evil Requiem - 4th Trailer* [Video]. <https://www.youtube.com/watch?v=fXVy4mALHLY> [2026-03-17]

Sarkeesian, A. (2024). *9 Tips For Designing Better Female Characters In Videogames*. https://anitasarkeesian.com/wp-content/uploads/2024/02/9tips_eBook_Sarkeesian.pdf

SILENT HILL (Official) (2026). *SILENT HILL: Townfall | Official Reveal Trailer (4K:EN/PEGI) | KONAMI* [Video]. https://youtu.be/ypOLLZ9G4g8?si=i-Eh_RYbJGWZXT3p [2026-03-17]

SteamDB (2012). Steam Game Releases by year. <https://steamdb.info/stats/releases/> [2026-03-16]

Stray (2022). Annapurna Interactive.

Supergiant Games (2025). *Hades II – v1.0 Launch Trailer (Available Now!)* [Video]. <https://www.youtube.com/watch?v=U8lJRcUeEMs> [2026-03-17]

Tang, N. L., Moon, E. E., Garrido Iniguez, J. D. J., Ramirez, D. R. M. & Gardner, D. L. (2025). From pixels to perspectives: exploring perceptions of representation in character design. *Information Research an international electronic journal*, 30(iConf), s. 1180–1201. doi:10.47989/ir30iConf46939.

TEDx Talks (2013). *Anita Sarkeesian: Varför är kommentarsfältet avstängt?* [video]. <https://www.youtube.com/watch?v=GZAxwsg9J9Q> [2026-03-16]

Tomb Raider (1996). Wimbledon: Eidos Interactive.

Wikipedia (2026). British Academy Games Award for Best Game. https://en.wikipedia.org/wiki/British_Academy_Games_Award_for_Best_Game [2026-03-16]

Warhorse Studios (2025). *Kingdom Come: Deliverance II Official Launch Trailer* [Video]. <https://www.youtube.com/watch?v=7ynJN-Hejly> [2026-03-17]

Winter, L. & Masters, S. (2023). “Better Dead than a Damsel”: Gender Representation and Player Churn. *CHI PLAY 2023 - Companion Proceedings of the Annual Symposium on Computer-Human Interaction in Play*, s. 102–107. doi:10.1145/3573382.3616083.

Appendix A – Kodningsmanual kvinnliga karaktärer

speltrailer	Identifiering	2. Kroppsform	3. Ålder	4. Karaktärsroll	5. Passande klädsel	6. Avslöjande klädsel	7. Förmågor	8. Hjälploshet
Indiana Jones		3	4: Vuxen 31 - 64	2: Sekundärkaraktär	3	1	Nunna	Ber om hjälp
God of War Ragnarok	Valkyrior	3	3: Ung vuxen 18 - 30	3: Antagonist	2	3	Fighter	Nej
It Takes Two	blåhårig tjej	3	4: Vuxen 31 - 64	1: Protagonist	3	2	löser pussel	Nej
Hades	Athena	3	4: Vuxen 31 - 64	2: Sekundärkaraktär	3	2	vet ej	Nej
Hades	Alecto	3	4: Vuxen 31 - 64	3: Antagonist	2	3	Magiker	Nej
Marvel snap	Ekorre anime girl	4	3: Ung vuxen 18 - 30	2: Sekundärkaraktär	2	4	Magiker	Nej
The Last of Us Part 2	Ellie	3	3: Ung vuxen 18 - 30	1: Protagonist	3	2	Fighter	Nej
Marvel's Spider-Man: Miles Morales	Rio	3	4: Vuxen 31 - 64	2: Sekundärkaraktär	3	2	Moderliga förmågor	Nej
Clair Obscur Expedition 33	tjej med långt rött hår	2	2: Tonåring 13 - 17	1: Protagonist	3	2	Magiker	Nej
Clair Obscur: Expedition 33	svarthårig kvinna	3	3: Ung vuxen 18 - 30	2: Sekundärkaraktär	3	2	Magiker	Nej
Hades 2	Daughter of Hades	3	3: Ung vuxen 18 - 30	1: Protagonist	2	3	Fighter	Nej
Hades 2	Artemis	3	3: Ung vuxen 18 - 30	2: Sekundärkaraktär	2	4	Archer	Nej
Hades 2	Nemesis	4	4: Vuxen 31 - 64	2: Sekundärkaraktär	3	3	Fighter	Nej
Baldur's Gate 3	Kvinna	3	3: Ung vuxen 18 - 30	2: Sekundärkaraktär	3	2	vet ej	Ja
Baldur's Gate 3	lila kvinna	3	3: Ung vuxen 18 - 30	2: Sekundärkaraktär	3	1	vet ej	Nej
Baldur's Gate 3	Karlach	4	4: Vuxen 31 - 64	2: Sekundärkaraktär	2	3	Fighter	Nej
Baldur's Gate 3	green lady	3	4: Vuxen 31 - 64	2: Sekundärkaraktär	1	2	Fighter	Nej
Split Fiction	Mio	3	3: Ung vuxen 18 - 30	1: Protagonist	3	2	Lite av allt	Nej
Split Fiction	Zoey	3	3: Ung vuxen 18 - 30	1: Protagonist	3	2	Se Mio	Nej
Returnal	Selene	3	4: Vuxen 31 - 64	1: Protagonist	3	2	Shooter	Nej
Spiderman 2	MJ	3	3: Ung vuxen 18 - 30	2: Sekundärkaraktär	3	1	Support	Nej
Deathloop	Kvinna 1	3	3: Ung vuxen 18 - 30	3: Antagonist	3	2	Magiker	Nej
Assassin's Creed Shadows	Ninja kvinnan	2	3: Ung vuxen 18 - 30	1: Protagonist	3	1	Fighter	Nej
Death Stranding 2	Tomorrow	3	2: Tonåring 13 - 17	2: Sekundärkaraktär	2	3	Inget att gå på	Nej
The Legend of Zelda: Tears of the Kingdom	Zelda	2	3: Ung vuxen 18 - 30	2: Sekundärkaraktär	3	3	Support	Ber om hjälp
Alan Wake 2	Kvinna 1	3	4: Vuxen 31 - 64	1: Protagonist	3	1	Shooter	Nej
The Legend of Zelda: Echoes of Wisdom	Zelda	2	3: Ung vuxen 18 - 30	1: Protagonist	3	1	Magiker	Nej
Ghost of Yōtei	Kvinna 1	2	3: Ung vuxen 18 - 30	1: Protagonist	3	1	Fighter	Nej
Super Mario Bros. Wonder	Peach	2	3: Ung vuxen 18 - 30	2: Sekundärkaraktär	1	1	Gör lite allt möjligt	Nej

Super Mario Bros. Wonder	Daisy	2	3: Ung vuxen 18 - 30	2: Sekundärkaraktär	1	1	Gör lite allt möjligt	Nej
Hades 2	Nemesis	4	4: Vuxen 31 - 64	2: Sekundärkaraktär	3	3	Fighter	Nej

speltrailer	Identifiering	9. Ta ner Fiende	10. Position	11. Muskler	12. Sexualiserad	13. Kropps	14. Våldsamhet	15. Agens
Indiana Jones		Nunna	Nunna	2	1	4	1	4
God of War Ragnarok	Valkyrior	3	4	2	1	4	5	3
It Takes Two	blåhårig tjej	Inget att gå på	1	2	1	2	2	4
Hades	Athena	vet ej	5	3	1	3	1	4
Hades	Alecto	vet ej	4	3	2	3	5	4
Marvel snap	Ekorre anime girl	3	1	2	1	2	3	4
The Last of Us Part 2	Ellie	4	1	3	1	4	4	4
Marvel's Spider-Man: Miles Morales	Rio	vet ej	1	2	1	4	1	1
Clair Obscur Expedition 33	tjej med långt rött hår	4	1	2	1	4	3	4
Clair Obscur: Expedition 33	svarthårig kvinna	3	1	2	1	4	2	3
Hades 2	Daughter of Hades	4	4	3	1	3	4	4
Hades 2	Artemis	vet ej	4	2	1	3	1	3
Hades 2	Nemesis	vet ej	4	3	2	2	3	3
Baldur's Gate 3	Kvinna	vet ej	1	2	1	4	1	1
Baldur's Gate 3	lila kvinna	vet ej	1	2	1	4	1	4
Baldur's Gate 3	Karlach	3	1	3	1	4	4	4
Baldur's Gate 3	green lady	3	1	2	1	4	4	3
Split Fiction	Mio	3	1	2	1	4	2	3
Split Fiction	Zoey	3	1	2	1	4	2	3
Returnal	Selene	4	1	2	1	4	3	4
Spiderman 2	MJ	1	1	2	1	4	1	4
Deathloop	Kvinna 1	4	1	2	2	4	4	4
Assassin's Creed Shadows	Ninja kvinnan	4	1	2	1	4	5	4
Death Stranding 2	Tomorrow	Inget att gå på	1	2	1	4	1	3
The Legend of Zelda: Tears of the Kingdom	Zelda	1	5	2	1	2	1	3
Alan Wake 2	Kvinna 1	4	5	2	1	4	4	4
The Legend of Zelda: Echoes of Wisdom	Zelda	3	5	2	1	1	3	4
Ghost of Yōtei	Kvinna 1	4	4	2	1	4	4	4
Super Mario Bros. Wonder	Peach	3	4	2	1	1	2	4
Super Mario Bros. Wonder	Daisy	3	4	2	1	1	2	4
Hades 2	Nemesis	vet ej	4	4	2	2	3	3

Appendix B – Kodningsmanual manliga karaktärer

speltrailer	Indentifiering	2. Kroppsform	3. Ålder	4. Karaktärsroll	5. Passande klädsel	6. Avslöjande klädsel	7. Förmågor	8. Hjälploshet	9. Ta ner fiende
Indiana Jones	Henry Jones?	3	4: Vuxen 31 - 64	1: Protagonist	3	1	En piska	Nej	3
Indiana Jones	Man med glasögon/Emeric	3	4: Vuxen 31 - 64	3: Antagonist	3	1	Shooter	Nej	3
Indiana Jones	Präst	4	5: Pensionär 65 - >	2: Sekundärkaraktär	3	1	Präst	Nej	1
God of War Ragnarok	Kratos son	2	2: Tonåring 13 - 17	2: Sekundärkaraktär	3	2	Archer	Nej	3
God of War Ragnarok	Kratos	4	4: Vuxen 31 - 64	1: Protagonist	2	3	Fighter	Nej	4
It Takes Two	grönhårig kille	4	4: Vuxen 31 - 64	1: Protagonist	3	2	löser pussel	Nej	inga såna fiender i spelet
Hades	spelarkarakter	3	3: Ung vuxen 18 - 30	1: Protagonist	2	3	Figher	Nej	4
Hades	Hades	4	4: Vuxen 31 - 64	3: Antagonist	3	2	vet ej	Nej	vet ej
Marvel snap	Eld dude	3	4: Vuxen 31 - 64	2: Sekundärkaraktär	2	1	Magiker	Nej	3
Marvel snap	Deadpool	3	4: Vuxen 31 - 64	2: Sekundärkaraktär	2	2	Fighter	Nej	3
Hades	Thanatos	3	3: Ung vuxen 18 - 30	2: Sekundärkaraktär	3	3	Fighter	Nej	vet ej
Hades	Achilles	4	4: Vuxen 31 - 64	2: Sekundärkaraktär	3	3	Fighter	Nej	vet ej
Gost of Tsushima	the Ghost	3	4: Vuxen 31 - 64	1: Protagonist	3	1	Fighter	Nej	4
Ghost of Tsushima	samuraj ledaren	3	4: Vuxen 31 - 64	3: Antagonist	3	1	Fighter	Nej	1
Marvel's Spider-Man: Miles Morales	Miles	3	2: Tonåring 13 - 17	1: Protagonist	3	2	Fighter	Nej	4
Marvels' Spider-Man Miles Morales	Miles vän	3	2: Tonåring 13 - 17	2: Sekundärkaraktär	3	2	inga speciella förmågor	Nej	vet ej
Marvels' Spider-Man Miles Morales	lila och grön dräkt	3	4: Vuxen 31 - 64	2: Sekundärkaraktär	3	1	Fighter	Nej	3
Clair Obscur: Expedition 33	brunhårig man (inte vitt i håret)	3	3: Ung vuxen 18 - 30	1: Protagonist	3	2	Fighter	Nej	3
Clair Obscur: Expedition 33	man med svart och vitt hår	3	4: Vuxen 31 - 64	2: Sekundärkaraktär	3	2	vet ej	Nej	vet ej

Clair Obscur: Expedition 33	old man	3	5: Pensionär 65 - >	3: Antagonist	3	2	vet ej	Nej	vet ej
Kingdom Come Deliverance	Henry	3	4: Vuxen 31 - 64	1: Protagonist	3	2	Fighter	Nej	3
Black Myth: Wukong	Apa	3	3: Ung vuxen 18 - 30	1: Protagonist	3	3	Fighter	Nej	4
Baldur's Gate 3	tha wizard	3	5: Pensionär 65 - >	2: Sekundärkaraktär	3	1	Magiker	Nej	vet ej
Split Fiction	J.D Rader	3	4: Vuxen 31 - 64	3: Antagonist	3	2	CEO	Nej	vet ej
Spiderman 2	Peter Parker	3	3: Ung vuxen 18 - 30	1: Protagonist	3	2	Fighter	Ja	4
Spiderman 2	Miles Morales	3	2: Tonåring 13 - 17	1: Protagonist	3	2	Fighter	Nej	4
Deathloop	Colt??	3	4: Vuxen 31 - 64	1: Protagonist	3	1	Shooter	Nej	4
Assassin's Creed Shadows	Samurai man	4	3: Ung vuxen 18 - 30	1: Protagonist	3	1	Fighter	Nej	4
Assassin's Creed Shadows	Man 2	3	4: Vuxen 31 - 64	2: Sekundärkaraktär	3	1	Mentor	Nej	3
Doom	Dude	5	4: Vuxen 31 - 64	1: Protagonist	2	2	Fighter	Nej	4
Death Stranding 2	Sam	4	4: Vuxen 31 - 64	1: Protagonist	3	3	Shooter	Nej	4
Death Stranding 2	Neil	3	4: Vuxen 31 - 64	3: Antagonist	3	1	Shooter	Nej	Får inte se, men han har ett stort vapen
Dave the diver	Dave	5	4: Vuxen 31 - 64	1: Protagonist	3	3	Fiskare/Diver	Nej	3
Thank Goodness You're Here!	Little man	1	4: Vuxen 31 - 64	1: Protagonist	3	1	Slåss inte	Nej	1
The Legend of Zelda: Tears of the Kingdom	Link	2	3: Ung vuxen 18 - 30	1: Protagonist	3	1	Fighter	Nej	4
Alan Wake 2	Man 1	3	4: Vuxen 31 - 64	1: Protagonist	3	1	Shooter	Nej	3
Ghost of Yōtei	Man 1 som pratar lite	3	4: Vuxen 31 - 64	2: Sekundärkaraktär	3	1	Fighter	Nej	Man får inte se, men verkar vara någon som slåss
Super Mario Bros. Wonder	Mario	3	4: Vuxen 31 - 64	1: Protagonist	3	1	Gör lite allt möjligt	Nej	3
Super Mario Bros. Wonder	Luigi	3	4: Vuxen 31 - 64	2: Sekundärkaraktär	3	1	Gör lite allt möjligt	Nej	3

speltrailer	Identifiering	10. Position of Power	11. Muskler	12. Sexualiserad?	13. Proportioner	14. Våldsamhet	15. Agens
Indiana Jones	Henry Jones?	4	2	1	4	3	4
Indiana Jones	Man med glasögon/Emeric	5	2	1	4	4	4
Indiana Jones	Präst	5	2	1	4	1	3
God of War Ragnarok	Kratos son	1	2	1	4	3	3
God of War Ragnarok	Kratos	1	3	1	4	4	4
It Takes Two	grönhårig kille	1	2	1	2	2	4
Hades	spelarkarkatär	4	4	1	2	4	4
Hades	Hades	4	4	1	2	1	4
Marvel snap	Eld dude	1	3	2	3	4	4
Marvel snap	Deadpool	1	3	2	3	4	4
Hades	Thanatos	4	3	1	2	1	3
Hades	Achilles	3	4	1	2	1	4
Ghost of Tsushima	the Ghost	1	3	1	4	4	4
Ghost of Tsushima	samuraj ledaren	4	3	1	4	3	2
Marvel's Spider-Man: Miles Morales	Miles	1	3	1	4	3	4
Marvel's Spider-Man Miles Morales	Miles vän	1	2	1	4	1	2
Marvel's Spider-Man Miles Morales	lila och grön dräkt	1	3	1	4	4	4
Clair Obscur: Expedition 33	brunhårig man (inte vitt i håret)	1	2	1	4	2	4
Clair Obscur: Expedition 33	man med svart och vitt hår	1	3	1	4	1	4
Clair Obscur: Expedition 33	old man	1	2	1	4	1	4
Kingdom Come Deliverance	Henry	4	2	1	4	3	3
Black Myth: Wukong	Apa	1	3	1	4	5	4
Baldur's Gate 3	tha wizard	1	2	1	4	1	3
Split Fiction	J.D Rader	5	2	1	4	1	4

Spiderman 2	Peter Parker	4	3	2	4	4	4
Spiderman 2	Miles Morales	3	3	1	4	3	4
Deathloop	Colt??	1	2	1	4	5	4
Assassin's Creed Shadows	Samurai man	4	3	1	3	5	4
Assassin's Creed Shadows	Man 2	4	2	1	4	2	3
Doom	Dude	1	4	2	1	5	4
Death Stranding 2	Sam	1	3	3	3	3	4
Death Stranding 2	Neil	5	3	1	4	3	4
Dave the diver	Dave	3	2	1	3	3	3
Thank Goodness You're Here!	Little man	1	1	1	1	1	2
The Legend of Zelda: Tears of the Kingdom	Link	4	2	1	2	3	4
Alan Wake 2	Man 1	1	2	1	4	3	3
Ghost of Yōtei	Man 1 som pratar lite	4	2	1	4	2	3
Super Mario Bros. Wonder	Mario	1	2	1	1	2	4
Super Mario Bros. Wonder	Luigi	1	1	1	1	2	4