

What women want

Over de smaak van vrouwen in games

Joost van Dongen

26 mei 2004

Website: www.oogst3d.net
E-mail: tsgoo@hotmail.com

1 Inleiding

Hoewel veel mensen in de industrie en daar buiten het zich niet beseffen, ligt er een reusachtige markt klaar om geld in te verdienen: games voor vrouwen. Velen denken dat vrouwen geen games spelen, maar niets is minder waar: een groot deel van de tijd die aan games wordt besteed, komt van vrouwen en meisjes.

Deze markt ontginnen is echter niet eenvoudig: de meeste game designers zijn mannen, met amper een beeld van wat vrouwen willen spelen. Het relatief kleine aantal vrouwen dat wel in de games industrie werkt, heeft vaak weinig invloed, en heeft net zo min de Heilige Graal van wat vrouwen willen spelen en wat zal verkopen in handen. In deze beschouwing zal ik pogen uit een aantal onderzoeken naar wat vrouwen leuk vinden in games de belangrijkste conclusies te destilleren en overzichtelijk bij elkaar te zetten.

Deze beschouwing richt zich in hoofdzaak op wat vrouwen en meisjes leuk lijken te vinden in games, maar daarnaast ook op waarom er überhaupt games voor vrouwen zouden moeten zijn. Er wordt kort aandacht gegeven aan de ideeën hierover van feministen en aan hoe het spelen van games de technische ontwikkeling van meisjes kan vergroten. Ook wordt er aandacht besteed aan hoe games de speler beïnvloeden. Dit is belangrijk, want wie besluit games voor meisjes te maken, moet zich er wel bewust van zijn dat media enige invloed hebben op het wereldbeeld van de persoon die die media ondergaat.

Hopelijk zal deze beschouwing game designers helpen bij het maken van leuke en succesvolle games voor vrouwen en meisjes.

2 Vrouwen spelen games

Veel mensen denken dat vrouwen en meisjes amper games spelen en dus geen relevante markt zijn voor bedrijven om zich op te richten. Cijfers wijzen uit dat dit niet waar is: uit onderzoek [1] is gebleken dat begin 2004 van de spelers van games 39 procent vrouw was; voor online games is dit zelfs nog iets hoger: 40%. Dit is niet de meerderheid van de markt, maar in de context van een markt waarin in 2003 alleen al \$7,0 miljard omging en die nog flink doorgroeit, is dit toch een reusachtige markt.

Bij het daadwerkelijke kopen van spellen tonen de cijfers zelfs een meerderheid voor de vrouwen aan: 55% van de kopers van PC spellen in 2002 was vrouw [2]. Hierbij moet wel aangetekend worden dat een groot deel van deze aankopen niet voor eigen gebruik is. Moeders die spellen voor hun kinderen kopen en vrouwen die spellen als cadeau kopen zitten hier ook bij, dus zo rooskleurig als deze cijfers zijn, is de werkelijkheid nou ook weer niet wat betreft de markt van games voor vrouwen.

Daarnaast is het zo dat games voor vrouwen een langer leven gegund is dan games voor mannen. Waar games voor mannen vaak al na korte tijd enorm zakken in verkoopaantallen, blijven games voor vrouwen veel langer verkopen. Sommige titels van jaren geleden verkopen nog steeds behoorlijk [3].

Het belangrijkste bewijs van dat er wel degelijk een grote markt voor games voor vrouwen is, is het enorme succes van *The Sims*. Dit is het best verkochte spel voor de PC ooit en dit spel wordt voornamelijk gespeeld door vrouwen. Een ander, eerder succes is *Barbie Fashion Designer*, alweer uit 1996. Dit spel toonde met zijn 500.000 verkochte exemplaren in de VS [4] aan dat games gericht op meisjes wel degelijk succes kunnen hebben.

Wat uit al deze cijfers blijkt, is dat vrouwen wel degelijk games spelen en dat er dus een markt voor hen is. Deze markt is echter nog lang niet volgroeid: nog steeds spelen meer mannen games dan vrouwen. Er is hier dan ook een grote kans voor bedrijven die zich op vrouwen durven te richten. Immers, als ze die markt weten aan te boren, dan levert dit enorme verkoopcijfers op.

3 Het nut van games voor vrouwen

Naast het argument dat er een markt is voor games voor vrouwen en dat er dus geld aan verdiend kan worden, zijn er nog meer argumenten om games voor vrouwen te maken. Dat er games voor vrouwen moeten zijn ligt namelijk niet voor iedereen direct voor de hand. Er wordt immers ook geen poging gedaan om extreme geweldsfilms voor vrouwen te maken en hier maakt niemand zich zorgen over.

Een belangrijk argument waarom er toch games voor vrouwen moeten

zijn is technische ontwikkeling. Steeds meer beroepen vereisen computerkennis en hierin heeft de gemiddelde man een grote voorsprong op de gemiddelde vrouw, wat de kansen van de vrouw op de arbeidsmarkt verkleint. Hoewel deze banen uiteraard geen ervaring met het spelen van games vereisen, levert het spelen van games wel algemene ervaring met computers op. Nog altijd zijn sommige vrouwen bang voor computers. Hadden zij toen zij jonger waren leuke games die echt op hen zelf gericht waren gespeeld, dan waren zij al snel gewend geraakt aan computers. Kinderen die games spelen, zullen ook eerder geneigd zijn verder te kijken naar de mogelijkheden van de computer [4].

Een ander argument voor games voor vrouwen is van feministische aard: vrouwen hebben net zo goed het recht om plezier te hebben met computers als mannen. Uit praktijkvoorbeelden zoals *The Sims* is gebleken dat vrouwen het wel degelijk leuk vinden om games te spelen, dus dat vrouwen minder games spelen ligt daar niet aan. Waar het veeleer aan blijkt te liggen, is dat games bekend staan als een mannendomein en dat games doorgaans speciaal gemaakt worden voor mannen en hun interesses. Hier komt nog bij dat de gameswereld vrouwen vaak ronduit afschrikt. Gamestijdschriften staan vol met seksueel getinte en vrouwbeledigende reclames en gameswinkels komen niet over alsof ze vrouwen verwelkomen [3]. Feministen (en vele anderen) zijn van mening dat hier verandering in dient te komen.

4 Psychologische invloed van games

Wie games voor meisjes en vrouwen wil maken, moet zich er bewust van zijn dat die games invloed hebben op de spelers. Games zijn een vorm van media en de media beïnvloeden de mens. Hoe precies is nog altijd niet duidelijk, maar wel is duidelijk dat er niet een eenvoudig causaal verband is tussen de boodschap die een game uitdraagt en de gedrags- en gedachteverandering van de mens. Hiermee is de Giant Hypodermic Needle-theorie die ongeveer van 1930 tot 1950 als de meest rele theorie werd beschouwd ontkracht [5]. Deze theorie ging ervan uit dat de aanschouwer een weerloze spons is die alles dat de media hem of haar tonen direct en onvervormd overneemt.

Een veel relere theorie is die van de Culturele Indicatoren die hierna opkwam en die nog steeds hout lijkt te snijden. Volgens deze theorie wordt ons wereldbeeld deels bepaald door wat we in de media horen. Wanneer de media ons een bepaald wereldbeeld consequent voorschotelen, zullen we dit langzaam en stukje bij beetje overnemen. Wie op TV veel geweld en straatroven ziet, voelt zich banger op straat.

Naast deze twee theorieën zijn er nog vele andere ideeën over hoe de media de mens beïnvloeden. Lastig hieraan is dat het bewijzen van enige theorie hierover geen harde wetenschap is: het is onmogelijk precies in kaart te brengen hoe een mens voor en na blootstelling aan media denkt. Wel is het

mogelijk de aannemelijkheid van een theorie te vergroten door middel van onderzoeksresultaten.

Als de Culturele Indicatoren-theorie inderdaad de werkelijkheid accuraat beschrijft, is het belangrijk hier rekening mee te houden bij het ontwerpen van games. Veel van de ideeën over wat meisjes en vrouwen leuk vinden in games zijn zeer stereotype en wanneer vrouwen veel games spelen met daarin diezelfde stereotypes, dan zullen zij steeds meer gaan geloven dat de wereld echt zo is. Een game designer moet zich voor die begint aan het ontwerpen van een game afvragen of er stereotypes in voorkomen en of de designer er problemen mee heeft om stereotypes te versterken. Dit is een keus die iedere game designer voor zichzelf moet maken.

5 Geen vaste set regels maar aanbevelingen

De lijst met aanbevelingen vormt de kern van deze beschouwing: wat vinden vrouwen nou eigenlijk leuk in games? Echter, voor ik verder ga met deze lijst wil ik eerst een aantal dingen melden hierover.

Ten eerste is het uiteraard niet zo dat alle vrouwen hetzelfde zijn. Net als mannen zijn ook vrouwen allemaal uniek en hebben ze dus heel verschillende smaken. Genoeg bewijs voor deze variatie in smaken is het feit dat er vrouwen zijn die Quake leuk vinden [4], wat toch als een typisch mannenspel beschouwd kan worden. De lijst is dan ook een zware generalisatie en niet waar voor alle vrouwen.

Een tweede punt is het grote verschil tussen vrouwen en meisjes. In de meeste literatuur is vrij onduidelijk of er nou op vrouwen of op meisjes gedoeld wordt en zelfs als dit duidelijk is, wordt zelden uitgelegd in hoeverre de conclusies die voor meisjes gelden ook voor vrouwen gelden en andersom. Daarnaast zijn er ook nog tieners, zijn de verschillende leeftijdsgroepen ook weer in subgroepen op te delen en zijn er geen harde lijnen in smaken per leeftijdsgroep te trekken. Vandaar dat het erg moeilijk is om eenduidig te zeggen voor welke leeftijdsgroep een punt uit de lijst geldt en ik zal dit in de meerderheid van de punten dan ook niet pogen te doen. Het is aan de game designer om te bepalen in hoeverre een punt past bij de leeftijdsgroep waar hij of zij zich op richt.

Aangezien er zulke grote verschillen bestaan binnen de doelgroep vrouwen, net als binnen de doelgroep mannen, zijn er mensen die van mening zijn dat games helemaal niet specifiek op mannen of op vrouwen gericht zouden moeten zijn. Een professionele game designer die zichzelf Dave.mac noemt zegt hierover: “Actually, I think there is a very simple answer to what women want in the games they play, and it is the same as what men want: Good games that catch their interest. Trying to make a game that will appeal to all women is as misguided and patently idiotic as trying to make a game that will appeal to all men, which no games company tries to do.” [6] Hij

vertelt vervolgens dat hij vindt dat games gemaakt moeten worden voor een specifieke doelgroep met specifieke interesses, of deze groep nu bestaat uit mannen of uit vrouwen: “Generally, people buy games that reflect their own interests and experiences as well as expand on those experiences to offer a certain element of wish fulfillment.” Dit neemt echter niet weg dat over het algemeen de interesses van vrouwen verschillen van die van mannen, waardoor een game designer in veel gevallen alsnog games specifiek voor vrouwen zal maken. Volgens dit idee zullen dit dan echter geen games zijn voor alle vrouwen, maar voor een specifieke doelgroep die toevallig bestaat uit louter vrouwen, maar net zo goed uit mannen en vrouwen had kunnen bestaan.

Dit alles maakt dat de punten in de lijst slechts als aanbevelingen beschouwd moeten worden. De game designer moet zelf kijken in hoeverre zijn eigen doelgroep er aan voldoet. Soms is het zelfs zo dat de creativiteit van een game designer juist een geniale en succesvolle titel oplevert wanneer deze zich net aan bepaalde regels houdt.

Sommige feministen tenslotte keren zich helemaal tegen het maken van games voor vrouwen. Zij zijn van mening dat spellen androgyn moeten zijn: gericht op zowel mannen als vrouwen. [4]Een voorbeeld hiervan is het spel *Thief: The Dark Project*, waarin de speler zelf kan kiezen om een probleem op te lossen met actie en geweld door eenvoudigweg bewakers en andere bewakers die op de herrie afkomen aan te vallen of om door middel van slimheid gebruik te maken van schaduwen en schuilplaatsen om de bewaker in alle stilte uit te schakelen of zelfs te ontwijken. De eerste oplossing is, zoals uit de lijst met aanbevelingen zal blijken, typisch mannelijk, terwijl de tweede oplossing typisch vrouwelijk is. Games die op deze wijze voor elk wat wils zijn, zijn echter veel lastiger om te ontwerpen en het is twijfelachtig of *Thief* ook thematisch geschikt is voor vrouwen. Vandaar dat ontwerpen voor vrouwen toch zinnig lijkt te zijn.

6 De lijst met aanbevelingen

Dan nu eindelijk de lijst met aanbevelingen. Ze zijn afkomstig uit veel verschillende onderzoeken en zeker niet compleet. Daarnaast zit er veel overlap tussen de punten. Toch is dit een mooi uitgangspunt voor game designers die een game moeten ontwerpen voor vrouwen. De bronnen die bij het samenstellen van deze lijst zijn gebruikt, zijn te vinden in de bijlage.

Geen bruto geweld

Vrouwen en meisjes blijken doorgaans afgeschrikt te worden door de grote hoeveelheid geweld in games. Dit komt deels doordat vrouwen liever oplossingen zoeken voor problemen die voor iedereen aanvaardbaar zijn, wat uiteraard niet het uitschakelen van de andere partij is. Wel is gebleken dat

vrouwen lang niet altijd afgeschrikt worden door geweld op zich, maar vooral van het voor hen saaie repeteren van geweld.

Geen seksisme en vrouwenbelediging

Vrouwen worden afgeschrikt door spellen waarin vrouwen als lustobjecten beschouwd worden en waarin lompe grappen over vrouwen gemaakt worden. Dat dit het geval is spreekt natuurlijk voor zich.

Een doel

Waar mannen het vaak leuk vinden om een spel zonder verhaal te spelen, willen vrouwen graag echt een doel hebben. Dit doel hoeft niet het veroveren of redden van de wereld te zijn: het is eerder iets simpellers, zoals het oplossen van een probleem tussen enkele mensen. Dit maakt dat een spel als Quake, waarbij de speler als enige doel het halen van het volgende level heeft, niet geschikt is voor vrouwen. Een spel als The Sims daarentegen heeft wel een geschikt doel: de te besturen karakters gelukkig en succesvol maken.

Plot

Vrouwen willen doorgaans een diepgaand en interessant plot, waar ze zich in kunnen leven en waarin complexe dingen gebeuren waar ze over na kunnen denken en waar ze onderling over kunnen discussieren. Hoewel het op het eerste gezicht niet zo lijkt, is The Sims hier wel degelijk een mooi voorbeeld van: de speler bepaalt hier zelf door zijn acties het plot.

Karakterontwikkeling

Aansluitend op het complexe plot willen vrouwen graag complexe karakters met diepgang. Karakters moeten behoorlijk uitgewerkt worden met hun beweegredenen en twijfels om het interessanter te maken.

Identificeren met karakters

Vrouwen willen zich graag in kunnen leven in een spel. Daarom moeten ze zich kunnen identificeren met de karakters. Vandaar ook dat vrouwen liever spellen spelen met mensen die net echt lijken in hun gedrag en zich in echte situaties bevinden, dan dat ze spelen met een door een anonieme piloot bestuurd ruimteschip.

Vrouwelijke karakters

Bij het voorgaande punt hoort natuurlijk ook dat vrouwen liever spelen met vrouwelijke karakters dan met mannelijke karakters. Aan vrouwelijke

hoofdrolspelers is in de meeste games een groot gebrek en dit heeft veel vrouwen afgeschrikt van games.

Situaties met relatie tot het echte leven

Vrouwen vinden het doorgaans leuker om games te spelen wanneer die situaties bevatten die ze toe kunnen passen op hun eigen leven. Dus geen bizarre fantasieverhalen, maar gewoon huiselijke gebeurtenissen en problemen, verhalen op school en interacties tussen mensen. Hier hoort ook bij dat vrouwen het vaak leuk vinden om hun eigen woonruimte te ontwerpen, wat wel blijkt uit het succes van *The Sims*, waarin de speler onder andere het huis van de hoofdpersonages moet ontwerpen.

Realistische omgevingen

Gerelateerd aan het vorige punt is dat vrouwen liever in een bestaande omgeving spelen zoals ze die in het dagelijks leven meemaken, dan in een fantasiewereld.

Sociale interactie

Vrouwen zijn genteresseerd in het spelen van spellen waarin sociale interactie belangrijk is. Praten met andere personages in het spel, met hen samenwerken, problemen voor en met hen oplossen: vrouwen vinden het leuker dan ruimtewezens aan gort schieten. Het krijgen van vrienden, het onderhouden van contacten met familie en het hebben van een vriendje horen daar allemaal bij.

Interactie over internet

Een geweldige vorm van sociale interactie is natuurlijk interactie over het internet met andere spelers, want computerpersonages zijn vaak in veel opzichten simpeler dan echte mensen. Spelen of praten over internet met andere echte mensen wordt zeer leuk gevonden. Dit kan al in een simpele vorm: de chatfunctie in online shooters maakt dit soort spellen al leuker voor gamende vrouwen. Het omgaan en samenwerken met andere spelers verklaart ook de populariteit van MMORPG's (massive multiplayer online role playing games).

Samenwerking boven competitie

Mannen vinden het leuk om vijanden te verslaan. Vrouwen hebben meer interesse in samenwerken. Vrouwen zullen dan ook eerder een spel spelen waarbij ze samen met andere personages (al dan niet online) problemen op moeten lossen, dan waarin ze moeten strijden tegen die andere personages.

Spelen in een groep

Vrouwen vinden het leuk om te spelen in een groep. Dit kan online zijn, maar het kan ook samen met vriendinnen achter n computer zitten zijn, of met digitale karakters. Hierbij geldt wel dat deze groep niet al te groot mag zijn, want vrouwen zijn gericht op personen en niet zozeer op de groep als geheel. Enkele personen is dus al een groot genoeg groep.

Oplossingen voor beide kanten

Vrouwen vinden het leuk om voor ingewikkelde problemen oplossingen te bedenken die voor alle betrokkenen acceptabel zijn. Liever praten ze dingen uit, dan dat ze die oplossen met geweld.

Overreding boven overwinning

Vrouwen overtuigen in een spel liever de tegenstander van hun gelijk, dan dat ze door middel van een (eventueel gewelddadige) overwinning de ander dwingen haar gelijk te geven.

Geen haast

Vrouwen spelen graag spellen waarin ze de tijd hebben. Spellens waarin een timer meeloopt en er ondertussen zo snel mogelijk iets gedaan moet worden, zijn voor hen dus minder interessant. Hetzelfde geldt voor spellen waarin snelle actie zit: liever hebben ze de tijd om dingen rustig uit te denken.

Nadenken en puzzelen

Vrouwen spelen graag games waarin ze complexe problemen op moeten lossen door goed na te denken en te puzzelen. Liefst zijn die puzzels dan ook nog onderdeel van het verhaal, zodat ze niet zonder reden de puzzel doen, maar het gevoel hebben dat ze met iets zinnigs bezig zijn. Een goed voorbeeld van spellen die dit goed in de praktijk brengen zijn adventures zoals Myst, waarin complexe puzzels in het verhaal gintegreerd zijn.

Complexere interactie

Complexere puzzels vragen ook om complexere interactie. Er moeten veel mogelijkheden zijn en deze moeten realistisch en inclusief subtiliteiten uitgewerkt zijn, zodat de speler het gevoel heeft de situatie echt te kunnen beïnvloeden. Dit vergt dus ook een flexibele omgeving waarin veel kan.

Verschillende uitkomsten

Vrouwen willen niet alleen veel verschillende dingen kunnen doen, ze willen ook dat de uitkomsten daar goed mee kloppen. Er moeten dus meerdere uitkomsten van een situatie zijn afhankelijk van wat de speler doet.

Niet telkens dood/af gaan

Vrouwen vinden het niet leuk om na een tijdje gespeeld te hebben 'game over' te zijn en dan opnieuw te moeten beginnen: ze vinden dit vervelend en saai. Beter is het wanneer de gameplay is zoals in een spel als The Sims of Simcity, waarin je heel lang verder gaat met dezelfde karakters/omgeving, door goede en slechte tijden.

Paida in plaats van ludus

Ludus is spelen met een duidelijke set regels en een duidelijk vooraf klaargezet doel. Voorbeelden hiervan zijn de meeste spellen, waarin je lineair een vooropgezet spel doorloopt, zoals Quake of Prince of Persia. Paidi is wanneer de speler zelf kan experimenteren met een wereld en daarin zelf kan bepalen wat te doen. Er is een set mogelijkheden en daar kan de speler mee spelen. Voorbeelden hiervan zijn The Sims en Simcity, en in het echte leven is Lego hier een mooi voorbeeld van. Vrouwen houden meer van paida dan van ludus.

Geen trial and error

Vrouwen willen begrijpen waar ze mee bezig zijn voor ze iets doen. Vandaar dat spellen waarin de speler moet experimenteren om te begrijpen wat de bedoeling is niet aanslaan bij vrouwen. Dit in tegenstelling tot mannen, die vaak met veel plezier proberen tot er iets goeds uitkomt. Maak dus bij voorbaat de regels duidelijk, bijvoorbeeld door een handleiding (vrouwen lezen deze daadwerkelijk), of door regels die direct intuïtief duidelijk zijn, bijvoorbeeld doordat ze overeenkomen met de echte wereld.

Geen high scores

Vrouwen spelen niet om een cijfertje zo hoog mogelijk te krijgen, maar om een echt doel te bereiken. Zij zijn dus niet genteresseerd in high scores en al helemaal niet in de competitie die dit oplevert om de beste te zijn.

Geen winnaar/verliezer

Vrouwen spelen liever spellen waarin ze samen met anderen een doel moeten bereiken en dus iedereen de winnaar is, dan in een spel waarin ze tegen

anderen spelen en er een winnaar en een verliezer zijn. Dit komt ook overeen met het punt van samenwerking boven competitie.

Humor

Veel meer nog dan mannen vinden vrouwen het leuk wanneer een spel humor bevat. Houdt er daarbij wel rekening mee dat dit niet teveel lompe en sarcastische humor mag zijn: vrouwen houden er niet van wanneer iemand totaal wordt neergesabeld in een grap.

Mooie graphics en geluid

Net als mannen houden ook vrouwen ervan wanneer er van alles te zien en te horen is in een spel. Waar mannen vaak vooral technisch interessante graphics willen, zijn vrouwen meer geïnteresseerd in mooie, verzorgde graphics.

7 Conclusie

De kern van deze beschouwing was een lijst met aanbevelingen voor game designers die spellen voor vrouwen willen maken. Deze lijst is zeer handig als startpunt voor verder onderzoek naar de specifieke doelgroep van de game. Toch wil ik op deze plaats nogmaals aangeven dat deze lijst bestaat uit niet meer dan handreikingen, absoluut geen regels. Per individuele vrouw is de smaak zeer verschillend en misschien bestaat er wel geen enkele vrouw die inderdaad wat betreft games het eens is met al deze punten. De hoop is dat beschouwingen zoals deze het gemakkelijker maken om games voor vrouwen te ontwerpen en er zo voor zorgen dat deze markt wordt uitgebreid, zodat er ook voor elke vrouw wat wils komt in de schappen van de gamewinkels.

Referenties

- [1] IDSA. Essential facts about the computer and video game industry. <http://www.theesa.com/EFBrochure.pdf>, 2004. (bezoekt op 25-05-2004).
- [2] IDSA. Essential facts about the computer and video game industry, 2002.
- [3] S. Chen. Women in game development. <http://www.gamedev.net/reference/articles/article1889.asp>, 2004. (bezoekt op 19-05-2004).
- [4] H. Jenkins J. Cassel. *From Barbie to Mortal Kombat: Gender and Computer Games*. MIT Press, Cambridge, 1998.

- [5] J. van Mastrigt. sheets spel, cultuur en maatschappij, 2004. Hilversum: HKU.
- [6] Dave.mac. Games for women?
<http://www.womengamers.com/articles/gamesforwomen.html>
, 2000. (bezoekt op 24-05-2004).