

Doelgroep gericht Game Design

Afstudeerscriptie

Auteur : Chris Kamp
Student nummer : 1225512

Afstudeer bedrijf : Feltron Internet Concepten
Plaats : Boxmeer

Datum : 13 februari 2009

Studiejaar : 2009
School : Hogeschool van Utrecht
Afstudeer begeleider : Monique Dullaart

Voorwoord

Deze scriptie is tot stand gekomen als gevolg van mijn 5 maanden stage die ik heb gelopen bij IT bedrijf Feltron in Boxmeer.

Aangezien ik de carrière richting van Game Designer ambieer en onlangs nog de Minor 'It's all in the Game' heb gevolgd ben ik op zoek gegaan naar een afstudeerstage waarbij ik met game design bezig zou zijn. Tijdens mijn eerste stage heb ik ook al bij een Internet bedrijf gewerkt aan een Game die als doel had hun online reisbureau te promoten. Hierbij waren veel eisen en voorwaarden waar de game aan moest voldoen door het bedrijf vastgelegd. Mijn wens bij het zoeken naar mijn afstudeerstage was dan ook dat ik een game kon ontwerpen die als doel entertainment had en puur voor speel plezier werd aangeboden.

Hoewel bij Feltron de game ook marketing doeleinden had, waren de eisen aan de inhoud van de game wat vrijer. Dit zorgde ervoor dat ik veel meer invloed had in het ontwerp van de game en mocht ik mijn creativiteit een vrije rol geven. De enige eisen van Feltron waren dat de game een specifiek doelgroep zou aanspreken en de nieuwe gameportal (webgamesforgirls.com) zou promoten.

Dit zorgde voor een uitdaging omdat ik zelf niet tot de aangewezen doelgroep behoorde en ik niet goed in de doelgroep kon inleven. Hierdoor zou ik dus eerst onderzoek moeten verrichten naar de doelgroep.

In deze scriptie beschrijf ik het proces die ik heb doorlopen van de vooronderzoek, naar de ontwikkeling en uiteindelijk het testen van mijn game bij de doelgroep zelf.

Veel leesplezier toegewenst.

Chris Kamp

Inhoudsopgave

Voorwoord.....	2
Inhoudsopgave.....	3
Samenvatting.....	4
Trefwoorden:	4
Hoofdstuk 1 : Het bedrijf.....	5
Hoofdstuk 2 : De opdracht	6
2.1 Opdracht omschrijving.....	6
2.2 Project indeling.....	6
2.3 De probleemstelling.....	7
2.4 Beperkingen.....	7
Hoofdstuk 3 : Doelgroep analyse.....	8
3.1 Analyseren van de doelgroep.....	8
3.2 Informatie verzamelen.....	9
3.3 Resultaten.....	10
3.3.1 Online research.....	10
3.3.2 Enquête.....	14
3.3.3 Statistieken.....	15
3.4 Conclusie vraagstukken.....	17
3.5 Richtlijnen.....	18
Hoofdstuk 4 : Ontwikkel proces.....	19
4.1 Technische kennis.....	19
4.2 Concept.....	19
4.3 Uitvoering.....	20
Beta versie.....	21
4.4 Afronding.....	23
Definitieve versie.....	23
Promotie.....	25
Hoofdstuk 5 : Testen.....	26
5.1 Uitvoering van de test.....	26
5.2 Testrapport.....	26
Enquête resultaten.....	27
Eigen observaties.....	27
Conclusie test en aanbevelingen.....	28
Hoofdstuk 6 : Conclusie.....	29
6.1 Conclusie probleemstelling.....	29
6.2 Persoonlijke evaluatie	30
Bronvermelding.....	31
Bijlagen.....	33
Bijlage I: Doelgroep analyse.....	33
Bijlage II: Plan van Aanpak.....	48
Bijlage III: Resultaten Enquête Game Test.....	51

Samenvatting

In deze scriptie bevindt zich een verslaglegging van mijn afstudeeropdracht die ik heb voltooid bij Feltron Internet Concepten. Feltron wil zich begeven in de snel groeiende sector van casual webgames en heeft een aantal gameportals gelanceerd. Om de portals te promoten wou Feltron een aantal games laten ontwikkelen.

Ik kreeg als opdracht een game te ontwikkelen voor de game portal webgamesforgirls.com. De opdracht luidde dan ook: Een webgame ontwerpen die een specifieke doelgroep van tiener meiden had.

Het project bestond uit een aantal fasen. Ten eerste heb ik onderzoek verricht naar de doelgroep tiener meiden en casual game design in het algemeen. Wat waren de voorkeuren van de doelgroep en waar moet je op letten bij het ontwerpen van een casual game?

Na het onderzoeksperiode en de daaruit voortgekomen richtlijnen kon er een concept worden bepaald. Met dit concept ben ik begonnen met ontwikkelen van de game zelf. Na een ontwikkeling periode is er een versie van de game tot stand gekomen die ik vervolgens liet testen bij de doelgroep zelf.

Door middel van een doelgroep test kon ik kijken of de gevonden richtlijnen juist waren en of de game wel goed werd ontvangen door de doelgroep. Tot slot heb ik aan de hand van de test een aantal aanbevelingen opgesteld die voor verbetering van de game kunnen zorgen en heb ik kunnen concluderen of de door mij gemaakte keuzes juist waren.

Trefwoorden:

Doelgroep, Game Design, Webgames

Hoofdstuk 1 : Het bedrijf

Feltron Internet Concepten (www.feltron.nl) is een IT bedrijf die zich specialiseert in het leveren van online diensten. Gevestigd in Boxmeer, het bedrijf is opgericht in 2003 door Paul Rovers uit een in 2001 opgestart webdesign bureau dat naast webdesign ook eigen concepten lanceerde. De missie van Feltron is het bouwen en vermarkten van online diensten die het publiceren van online content vereenvoudigen.

Met websites als www.come2me.nl en www.tboek.nl levert Feltron de mogelijkheid om gratis de eerste stappen te maken binnen de wereldwijde web met het aanbieden van je eigen content. Met deze websites kunnen zowel bedrijven als privé gebruikers snel een eigen website creëren met eventuele bijbehorende gastenboek.

Feltron wil echter blijven groeien en steeds nieuw diensten leveren voor de dynamische wereld van het internet. Feltron heeft nu zijn zinnen gezet op 'casual gaming'. De interesse in deze nieuwe markt komt voort uit een presentatie die Paul Rovers bijwoonde over het succes van webgames en online gaming.

Feltron heeft nu een aantal gameportals gelanceerd voor verschillende doelgroepen (onder andere: www.flashplay.nl , www.webgamesforgirls.com , www.retroflashgames.com).

Naast Paul Rovers als CEO, heeft Feltron één vaste medewerker in dienst die alle websites beheerd. Als aanvulling op de vaste medewerkers maakt Feltron gebruik van een aantal freelancers en stagiaires. Mijn primaire rol als stagiaire bij Feltron was Game Designer.

Mijn voornaamste werkzaamheden bij Feltron waren als Game Designer. Ik heb mij bezig gehouden met alle aspecten van de door mij te ontwikkelen game. Daarnaast heb ik ook kleine aanvullende design werkzaamheden verricht waaronder banners ontwerpen.

Hoofdstuk 2 : De opdracht

In dit hoofdstuk wordt een beschrijving gegeven van de opdracht en mijn plan van aanpak. De samenstelling van mijn plan van aanpak is voortgekomen uit de theoretische kennis die ik heb meegekregen tijdens mijn studie.

Voor een volledige uitwerking van mijn plan van aanpak raadpleeg bijlage II.

2.1 Opdracht omschrijving

De opdracht die ik van Feltron kreeg opgelegd was om een simpele webgame te ontwikkelen met als specifiek doelgroep tiener meiden. De game zou als doel hebben de website www.webgamesforgirls.com te promoten. De game zou dienen om de doelgroep (tiener meiden) naar de site te lokken.

Kort gezegd: Maak een webgame die tiener meiden leuk vinden en tegelijk webgamesforgirls.com promoot.

2.2 Project indeling

Voordat het ontwikkeling proces kon beginnen heb ik eerst een plan van aanpak opgesteld. Hierin is uitgestippeld welke tussenfasen noodzakelijk waren om te leiden naar een eindproduct die aan de opdracht zou voldoen. Van het vooronderzoek naar het uiteindelijk testen.

Doelstelling

De doelstelling van dit project is de gameportal voor meiden promoten door middel van een game ontwikkelen die aansluit bij de doelgroep tiener meiden. Hoe dit wordt aangepakt wordt beschreven in de probleemstelling.

Op te leveren

Om te zorgen dat de project tot een succesvol einde kan komen zullen er een aantal op te leveren producten vereist worden.

Onderzoeksrapport

Tijdens dit onderzoek zal er gekeken worden naar de doelgroep. Verschillende manieren van informatie vergaren zullen inzicht geven op de doelgroep specifieke eisen en wensen. De uitkomsten hiervan zullen verwerkt worden in een onderzoeksrapport.

Game concept

Naar aanleiding van de naar voren gekomen resultaten van het onderzoeksrapport kan een game concept worden bepaald.

Game Beta

Een belangrijk mijlpaal in dit project is de eerste versie van de game ook wel Beta-versie genoemd. Alle gegevens die tijdens het vooronderzoek naar voren zijn gekomen zullen verwerkt worden in deze eerste versie van de game.

Testrapport

Met de prototype kan er worden getest of de game daadwerkelijk aansluit bij de doelgroep. De uitkomsten daarvan zullen verwerkt worden in een testrapport.

Eind product (Uiteindelijke versie game)

Naar aanleiding van eventuele opmerkingen en inzichten die bij het testen naar voren komen zal de game aangepast moeten worden. Inclusief deze veranderingen zal de game verder gepolijst moeten worden om als uiteindelijke eindproduct te worden opgeleverd.

2.3 De probleemstelling

Om een game te creëren dat bij de doelgroep aansluit zal er eerst gekeken moeten worden naar wat voor eisen de game aan moet voldoen. Door een vooronderzoek te verrichten kunnen de eigenschappen en voorkeuren van de doelgroep worden achterhaald. Achteraf moet er door middel van testen naar de gemaakte keuzes worden gekeken of die juist waren.

Centraal staat de vraag: *Hoe ontwerp je een webgame die zal aanslaan bij tiener meiden?*

Aangezien ik zelf niet tot de doelgroep tiener meiden behoor en daardoor niet goed kon inleven in de doelgroep heb ik eerst de doelgroep moeten analyseren. Met behulp van een aantal subvragen kon ik wat specifiek het probleem analyseren.

Wat zijn bepaalde karakteristieke eigenschappen van de doelgroep en wat zijn hun voorkeuren?

Naast de doelgroep analyse zijn er ook specifieke eisen waar een webgame aan moet voldoen. Wat zijn de 'Do's & Don'ts' van game design?

Hoe zorg je dat je game speelbaar is en ook leuk is om te spelen en hoe test je dat?

Uiteraard heeft de game ook promotie doeleinden. De game is daarom ook tegelijk een reclame product.

Hoe zorg je dat je tiener meiden naar de website kan lokken?

Bij het ontwikkelingsproces kwamen er ook nog technische vraagstukken naar boven drijven. Hoe zou ik bepaalde onderdelen van de game moeten ontwerpen of programmeren?

Uiteindelijk na het antwoorden van deze probleemstellingen en het ontwikkelen van de game zelf zal de resultaat een verhoging van de bezoekers aantal van webgamesforgirls.com zijn.

2.4 Beperkingen

Los van de doelgroep beperkingen waren er alleen beperkingen van technische aard. De game zou worden ontwikkeld in Macromedia Flash vanwege de voordelen die Flash als industrie standaard van webgaming met zich meebrengt omdat volgens de statistieken van Macromedia vrijwel 98% van internet gebruikers hebben een flash plug-in voor hun web browser.

Hoofdstuk 3 : Doelgroep analyse

Voordat het ontwikkelen van de game kon beginnen heb ik eerst onderzoek moeten verrichten. Naast het onderzoek naar meiden en hun gaming gewoontes heb ik ook onderzoek verricht naar webgames in het algemeen. Wat maakt een goede webgame en waar moet je op letten wil je dat de game succesvol word.

Voor een volledige uitwerking van mijn doelgroep analyse raadpleeg bijlage I.

3.1 Analyseren van de doelgroep

Om de doelgroep te analyseren heb ik vooraf een aantal vragen gesteld waar ik antwoord op heb gezocht.

Hoofdvraag

Wat voor web(casual)games spelen tiener meiden het liefst?

Wat voor game zal Feltron moeten ontwikkelen die populair wordt onder tiener meiden en ervoor zorgt dat zij terug blijven komen om te spelen? Om volledig antwoord te geven op deze vraag er moet eerst een aantal subvragen worden gesteld.

Subvragen

Subvraag I

Wat zijn de verschillen in interesses en eigenschappen tussen jongens en meiden en hoe vertaald dat zich naar algemene gaming voorkeuren?

De verschillen tussen de seksen blijven niet beperkt tot uiterlijke vertoon. Meiden houden van poppen en mooie jurkjes terwijl mannen van auto's en geweld houden. Kloppen deze stereotypen en zijn ze ook van toepassing bij hun voorkeuren voor bepaalde games?

Subvraag II

Wat zijn de favoriete webgame genres van tiener meiden en waarom?

Er zijn talloze verschillende games in de loop der jaren verschenen. Niet alle games zijn in een hokje te plaatsen maar er zijn een aantal genres waar de meeste games onder vallen. Wat voor genres spelen meiden het liefst en wat is de reden daar achter?

Subvraag III

Welke richtlijnen moet Feltron volgen om de (her)speelbaarheid van de game verhogen?

Welke richtlijnen moet je volgen om een succesvolle web(casual)game te bouwen. Wat voor doelgroep specifieke eigenschappen moet de game bevatten om een optimale speel ervaring aan te bieden? Hoe zorg je voor die verslavende factor?

3.2 Informatie verzamelen

Informatie verzamelen voor mijn onderzoek heb ik op verschillende manieren aangepakt. Aangezien de doelgroep en de context van de onderzoek zich allebei op het internet bevinden, heb ik mij beperkt tot dit specifiek medium.

Ook heb ik eigen kennis meegenomen die ik heb opgedaan tijdens studie en vorige stage. Usability richtlijnen, multimedia design principes, onderzoeken en technisch ontwikkelen zijn maar een aantal voorbeelden van de vaardigheden die ik tijdens mijn 4 jaar op de Hogeschool van Utrecht heb geleerd. Tijdens deze afstudeerstage kreeg ik de mogelijkheid om een gedeelte van al die verschillende principes toe te passen.

De minor 'It's all in the game' was ook een grote bron van informatie voor mij. Tijdens deze minor heb ik les gekregen in alle basis elementen van game design. Van verhaal structuur en geluid tot bekende gameplay elementen en playtesting.

Online research

Veel algemene informatie heb ik vergaard door artikels en onderzoeken naar vrouwen en gaming op te sporen. Ik heb veel gezocht naar artikelen die de verschillen tussen de eigenschappen en voorkeuren van mannen en vrouwen weergeven.

Voornamelijk heb ik gezocht naar artikelen die uitleggen wat casual games inhouden en welke richtlijnen je als designer het beste kunt volgen om ervoor te zorgen dat je game een succes wordt. Vrouwen in het algemeen zijn dan ook de grootste doelgroep van casual games. Daarnaast heb ik veel forums bezocht en columns gelezen om persoonlijke meningen van de gamende dames zelf te bekijken.

Enquête

Om extra persoonlijke informatie te verzamelen heb ik een enquête opgesteld en op gaming websites gepost en populaire sites waar veel meiden komen. Door een aantal gerichte vragen op te stellen heb ik specifieke opinies van verschillende meiden verkregen.

Statistieken

Voor een overzicht van wat populaire spellen zijn heb ik gebruik gemaakt van de statistieken van de gameportal Flashplay. Aan de hand van de harde cijfers van hoe vaak bepaalde type games gespeeld zijn, zijn een aantal interessante conclusies te ontleen.

3.3 Resultaten

Hier volgen de resultaten uit mijn onderzoek.

3.3.1 Online research

Casual Gaming

Je hoort de termen casual gaming en hardcore gaming wel vaker vallen om een game te definiëren, maar wat betekent het eigenlijk? Casual Games Association geeft in samenvatting van hun markt rapport van 2006 een lijst met karakteristieken van casual en hardcore gamers en toont hoe ze van elkaar afwijken.

Karakteristiek	Casual	Hardcore
Demografisch	Alle leeftijden, man en vrouw, 100% van de bevolking	18-35 jaar man, <15% van de bevolking
Waar spelen	Thuis, werk, vliegtuig, bushalte	Thuis
Waarom spelen	Plezier, ontspanning, ontsnapping	Ontdekking, stimulatie, adrenaline rush
Thema's	Familie vriendelijke scenario's	Sci-Fi, geweld, horror, suspense, oorlog
Tijd besteding	Game of level tijd: 1-10 minuten om te voltooien	Levels: 20 min – 2 uur, MMO 5 - 40 uur per week
Tijd tot voltooiing	Single player verhaal 15 uur	Single player verhaal 15 – 40 uur om te voltooien
Primaire platform	PC, Mac, Goedkope console	Game consoles, dure game PC
Game prijs	Gratis – \$19,99	\$39,99 - \$59,99
Game selectie	Gratis uitproberen, up-sells	Marketing campagnes, reviews en previews raadplegen
Hollywood equivalent	Sex & the City, Friends, ER	Horror, Silence of the Lambs, Reservoir Dogs, Alien

Casual games worden beschouwd als leuk, makkelijk op te pakken games die geen vooraf verkregen vaardigheden of ervaring vereisen om te spelen. Hoewel er hardcore webgames bestaan vallen veruit de grootste gedeelte van webgames onder de categorie casual games. Geschat wordt dat wereldwijd ongeveer 200 miljoen mensen per maand (in 2006) casual games online spelen en dat aantal is groeiende.

Met een aandeel van 51% zijn vrouwen een grotere doelgroep van casual games dan mannen. Opmerkelijk is dat de casual gamende vrouwen voornamelijk, met een percentage van 62%, een leeftijd van boven de 35 jaar hebben.

Voorbeelden van populaire casual webgames zijn Bejeweld, Cake Mania & Peggle. Cake Mania was zelfs de meest gedownload casual game in 2006.

Verschillen tussen mannen en vrouwen

In het artikel 'Male Monkeys Prefer Toy Cars, Females Like Dolls' staan een aantal onderzoeken die de verschillen tussen mannen en vrouwen illustreren. In een onderzoek door Gerianne Alexander, psycholoog aan de Texas A&M Universiteit, werd bij apen gemeten hoe lang er gemiddeld met verschillende stukken speelgoed werd gespeeld. Mannelijk apen speelden met de speelgoed auto's en ballen terwijl de vrouwelijk apen geïnteresseerd waren in de poppen en keukengereedschap. Neutrale objecten als een plaatjesboek en een speelgoed hondje kregen van beide seksen evenveel aandacht.

Er werd altijd gedacht dat de verschil in smaak lag aan de verschillen in wijze van opvoeding tussen mannen en vrouwen. Onderzoeken zoals deze duiden er echter op dat deze verschillen genetisch bepaald zijn. Alexander speculeert dat vrouwen (zowel bij apen als mensen) door de evolutie voorgeprogrammeerd zijn om kinderen te verzorgen. Mannen daaraan tegen prefereren objecten die met gooien en beweging te maken hebben, vaardigheden die bruikbaar zijn voor jagen en een partner aantrekken. Veel onderzoeken wijzen er ook op dat mannen beter zijn in mathematische problemen en ruimtelijke ordening en vrouwen juist beter zijn in verbale en sociale vaardigheden.

In het artikel 'Boys like blue and Girls like pink' word vastgesteld dat voorkeur voor bepaalde kleuren ook genetisch word bepaald. Vanwege de verschillende vaardigheden die vereist werden om te overleveren zijn voorkeuren ontwikkeld. Mannen prefereren blauwe tinten en vrouwen rode tinten.

Algemene Gaming verschillen en voorkeuren

Henry Jenkins legt in zijn artikel 'From Barbie to Mortal Kombat' uit wat de verschillen zijn tussen wat meiden en jongens zoeken in een game. Hij doet dit door te kijken naar de onder meiden enorm populaire game 'The Sims'.

Meiden - Hoofd karakters zijn alledaagse mensen waarmee zij duidelijk kunnen identificeren.

Jongens - Hoofd karakters zijn fantasierijke actie helden met 'super krachten'.

In het geval van de The Sims zijn de karakters alledaagse mensen en zijn de uitdagingen herkenbaar.

Meiden - Het doel is om te ontdekken en nieuwe ervaringen te hebben met verschillende gradaties van succes en gevarieerde uitkomsten.

Jongens - Het doel is om te winnen. De uitkomst is zwart of wit met maar 1 juiste oplossing.

The Sims heeft een breed selectie van verschillende doelen en uitkomsten. De game nodigt uit om verschillende dingen te proberen en eigen ervaringen te creëren.

Meiden: De focus ligt bij een multi-zintuig opgang in een spel, ontdekking en sterke verhaal lijnen.

Jongens: Snelheid en actie zijn funest.

The Sims is ontworpen als een 'zandbak' of poppenkast waar de speler zijn eigen verhaal moet creëren.

Meiden – Zowel alledaagse realistische situaties als nieuwe plekken om te ontdekken.

Jongens – Niet realistisch en grandioos situaties.

De situaties in de game zijn ontworpen om emotionele respons te krijgen. De karakters hebben emotionele diepgang.

Meiden – Succes wordt vervaardigd door de ontwikkeling van vriendschappen en creatieve oplossingen vinden.

Jongens – Succes wordt vervaardigd door je tegenstander te elimineren.

Meiden en Jongens zijn even competitief, zij prefereren alleen andere vormen van competitie. Meiden willen sociale invloed en gestructureerde relaties opbouwen terwijl jongens willen domineren en vernietigen.

In het artikel 'Girls and Gaming' staat een vergelijkbare lijst met inhoudelijke voorkeuren van meiden waarin veel parallellen te ontdekken zijn.

Meiden prefereren

- Games die de conflict tussen goed en kwaad schuwen
- Games met de nadruk op verhaal lijnen en karakter ontwikkeling
- Games die van oorsprong niet competitief zijn
- Games die bestaande (echte) omgevingen bevatten
- Games die sterke vrouwelijk karakters hebben die controle hebben over hun acties en beslissingen
- Games die de mogelijkheid bieden om in de huid van de hoofd karakter te kruipen
- Games die focussen op sociale relaties
- Games waar ze iets kunnen leren
- Games die niet gewelddadig zijn

Game design richtlijnen

Ik ben verschillende artikelen tegengekomen die beschrijven hoe je het beste een game kan ontwerpen die aanslaat bij de vrouwelijke gamers. Ook was er genoeg informatie te vinden over hoe je het beste een casual game kan ontwerpen die zal aanslaan bij elke doelgroep.

Algemene Game design

Latoya Peterson beschrijft in haar artikel 'Attention game designers' 5 tips hoe je een vrouwvriendelijke game moet maken.

1. Maak een goede game - Vrouwelijke gamers zijn precies dat, gamers. Zij willen goede games spelen. In plaats van inspelen op stereotype eigenschappen van vrouwen, zorg dat je game goed speelbaar is.
2. Geef je karakters een persoonlijkheid – In plaats van te vervallen in clichés en 1-dimensionale karakters maakt, geef je karakters diepgang. Vrouwen willen een goed verhaal wat voor binding zorgt met een game en zijn karakters.
3. Realiseer dat niet alle vrouwelijke gamers gelijk zijn – Iedereen houdt van andere games. Vrouwen spelen dezelfde games als mannen. De games hoeven niet specifiek op hun te worden afgestemd. Roze displays zijn niet noodzakelijk.
4. Creëer (fysiek) sterke vrouwelijke karakters – Vrouwen willen geen karakter die zich onderdoet voor hun mannelijke tegenpolen. Zij willen ook een heldin met een sterke identiteit die ook haar 'mannetje' staat.
5. Nu alvast voorbereiden – De groep van vrouwelijke gamers word elk jaar groter en groter. Wees erop voorbereid en speel daar nu vast op in.

Casual Game design

In een artikel genaamd 'The dos and don'ts of casual games' worden een aantal handige tips beschreven wat je wel of juist niet moet doen bij het ontwerpen van een casual game.

Niet:

1. Je game te moeilijk maken
2. Te veel keuze aanbieden
3. Een slechte thema kiezen die niet past bij de doelgroep
4. Je spelers laten lezen

Wel:

1. Eenvoudig op te pakken besturing
2. Geef de speler leuke beloningen
3. Maak je game verslavend en herspeelbaar
4. Luister naar feedback

De meeste punten spreken voor zich. Een belangrijk punt is om maximale beloningen te geven voor minimale input. Iets simpel als 10.000 punten te geven als beloning in plaats van 100 punten geeft de speler een positievere gevoel wat hem/haar uitnodigt om verder te spelen.

De speler moet in een ontspannende gemoedstoestand jou game kunnen spelen zonder frustraties. Uitdaging mag maar moet niet ten kosten gaan van het speel plezier. Zorg dat je game makkelijk op te pakken is maar wel ruimte bied voor langere speel sessies of herspeelbaar is.

In een andere artikel 'Web and Downloadable Games White Paper' staan een aantal andere richtlijnen, geschreven door de game developers van RealArcade, waar een designer op moet letten bij het ontwikkelen van een casual game.

Front-end User Interface: Menu items moeten duidelijke geformuleerd worden, kies makkelijk te begrijpen namen. Spelers moeten binnen 1 muis-klik van de hoofdmenu de game kunnen beginnen.

Gameplay concept: De kern gameplay concept moet gelijk duidelijk zijn voor de speler. Binnen 2 minuten moet de speler kunnen begrijpen wat hij/zij moet doen om te slagen.

In-Game Tutorials: Spelers willen geen grote stukken tekst lezen. Maak de tutorial in de game interactief. Deze tutorial moet nooit langer duren dan 2 tot 5 minuten. Als het langer is dan is de game te ingewikkeld en moet er te veel worden geleerd voor een korte speel sessie. Een optie is om gameplay elementen weg te halen en later stapsgewijs te introduceren als de speler wat verder is.

Verslavingsaspecten: Hoewel dit voor zich spreekt is het wel belangrijk om te onthouden. Wat maakt een game verslavend? Een combinatie van alle facetten van game design (graphics, geluid, gameplay en gebruikersgemak) die elkaar complimenteren.

Muis besturing: De makkelijkste vorm van besturing is de muis. Elke gebruiker ongeacht zijn ervaring met een computer kan met een muis overweg. Games met muis besturing als kern gameplay hebben daarom een enorm voordeel. Games kunnen wel een toetsenbord besturing hebben maar dat is het vaak beperkt tot de pijltjestoetsen en 1 actie knop.

High Score: Score bijhouden werkt als goede psychologische motivatie. Bij elke hoog tempo actie game is een high score lijst een vereiste.

Save Games: Als je game langer dan 15 minuten duurt om uit te spelen dan dien je als regel een save optie toe te voegen. Hierdoor bied je de mogelijkheid voor een korte speel sessie en tegelijk hoeven de terugkerende spelers niet elke keer van vooraf aan te beginnen.

In een andere Whitepaper over casual games, geschreven door de International Game Developers Association, komen veelal dezelfde punten naar voren. Aansluitend worden een aantal andere belangrijke aspecten van casual game design genoemd.

Voortgang tonen: Het is belangrijk om de speler een einddoel te geven zodat hij/zij iets heeft om naar toe te werken. Veel games gebruiken de simpele metafoor 'levels' waarbij bij de speler een X-aantal levels moet uitspelen om de game te voltooien. Andere manieren zijn een high score lijst bij houden of om de hoofd karakter te volgen door een verhaal heen met een duidelijke einddoel. Hoe de manier ook is, het is belangrijk om dit visueel weer te geven. Een manier om dit te doen is door een zogenoemde 'world map' weer te geven en tussen de levels door die te updaten. De speler heeft dan directe feedback op zijn progressie in de game en weet hoe lang het nog duurt voordat de einddoel bereikt is.

Verhaal en karakters: Je moet eerst nagaan of een verhaal zinvol is voor jou game. Veel simpele puzzel games hebben dit niet nodig maar het kan wel een enorme toegevoegde waarde hebben. Een goed verhaal lijn kan een erg verslavende werking hebben gecombineerd met een karakter waar de speler emotionele waarde aan kan hechten. Let wel bij keuze van je verhaal/thema op de voorkeuren van je doelgroep.

Als je ervoor kiest een verhaal en karakters toe te voegen, hou het zo simpel mogelijk. Spelers willen niet pagina's lange dialogen voorgeschiedt krijgen. Hou je verhaal kort en krachtig en onderschat de fantasie van de speler niet. Niet alles hoeft tot in de details te worden uitgelegd. De speler krijgt extra voldoening door de lege plekken zelf in te vullen wat ook voor diepgang en betrokkenheid in jou verhaal zorgt. Maak daarom zo veel mogelijk gebruik van beeld in plaats van dialoog om je verhaal vorm te geven. Zorg er ook voor dat de speler ingezogen wordt in jou spel wereld en verbreek niet die illusie met teksten als "Hallo speler, druk nu op de spatie op je toetsenbord".

Muziek en Geluid: Muziek en geluid toevoegen aan je game zijn een goede manier om de gameplay te versterken. Geluidseffecten zijn nuttig het geven van feedback zowel positief of negatief. Muziek heeft als toegevoegde waarde dat het sfeer versterkend is. Met verschillende soorten muziek kun je aan hetzelfde beeld een andere emotie oproepen.

3.3.2 Enquête

Hier volgen de resultaten van mijn online enquête die door verschillende tiener meiden is ingevuld. Ik zal de verschillende vragen uit de enquête aanvullen met extra observaties.

Aangezien er een gering aantal meiden de enquête hebben ingevuld kunnen er niet al te keiharde conclusies hieruit worden ontleend. Deze gegevens dienen daarom als een impressie van de persoonlijke meningen van de gehele doelgroep. Voor een overzicht van de specifieke enquête vragen en antwoorden zie bijlage A.

Leeftijd

De leeftijden van de meiden die de enquête invulden lagen tussen de 14 en 21 jaar. Het gemiddelde ligt rond de 16 jaar.

Afkomst

De deelnemende meiden waren voornamelijk afkomstig uit Europa en Noord Amerika. Dit weerspiegelt eerder de doelgroep van de websites waar ik de enquêtes heb gepost dan dat het een accurate beeld geeft van alle gamende meiden in het algemeen.

Game uren per week

De grootste gedeelte van de ondervraagden besteedde minder dan 10 uur per week aan gamen. Maar een klein percentage gamede meer dan dat. Het gemiddelde ligt rond de 1 uur of minder per dag.

Favoriete genres

De meest genoemde genres waren Puzzel en Denk spellen, Platform spellen en simpel Arcade/Behendigheid spellen. Er waren ook een aantal meiden die aangaven alle genres te spelen.

Favoriete webgames

Een aantal games die door de meiden genoemd zijn als favoriet vallen onder de meest uiteenlopende categorieën. De meeste van de genoemde games vielen echter onder de eerder benoemde favoriete genres.

Simpele puzzel spellen waren enorm populair onder de meiden. Bejeweld, Zuma en alle mogelijke klonen hiervan werden veel gespeeld. Deze spellen zijn vaak niet meer dan simpele kleuren of vormen matchen en daarmee veel punten verdienen.

Cake Mania en dergelijk bediening spellen werden ook vaak genoemd. Het draait hier om punten te verzamelen door zo snel mogelijk de orders van de klanten klaar te maken.

Platform en behendigheid spellen werden ook vaak benoemd als favorieten. Los van een aantal specifieke voorbeelden waren er niet bepaalde trends of voorkeuren te bespeuren. Wel viel het op dat de platform spellen simpele behendigheid vaardigheden vereisten of puzzels bevatten.

Opmerkelijk was dat de spellen van een onafhankelijke game designer genaamd Ferry Halim een aantal keer werd genoemd. Zijn games stellen niet veel voor in termen van game design of uitgebreide gameplay elementen, het zijn merendeels simpele behendigheid spellen waarbij 1 simpele handeling vereist word. Zijn games hebben wel stuk voor stuk een unieke presentatie met erg artistieke beelden.

Belangrijke gaming elementen

Goede kwaliteit, originaliteit, uitdaging waren termen die veel naar voren kwamen als belangrijke elementen. Die meiden gaven aan een verzorgde game te willen spelen die wel wat uitdaging gaf. Een aantal van de meiden gaven ook aan de zij een beetje tempo in de game willen waardoor het spannend was en wat vergde van hun behendigheid.

Wat ik wel verrassend vond was dat veel meiden aan gaven dat ze mooie graphics belangrijk vonden. Ik had niet verwacht dat zij dit zo belangrijk zouden vinden maar meer waarde zouden hechten aan goede verslavende gameplay. Dit verklaard waarschijnlijk ook waarom de simpele maar toch uiterst artistieke games van Ferry Halim geliefd zijn.

Net zoals als bij mijn web research gaven een aantal meiden in de enquête aan dat verhaal een belangrijke element voor ze was. Dit waren voornamelijk de meiden met een brede smaak van games en die gemiddeld meer uren besteden aan games. De meiden die erg simpele games speelden hadden vrijwel geen eisen en gaven geen belangrijke elementen voor games op.

3.3.3 Statistieken

Dit is een overzicht van de statistieken van de gameportal Flashplay in de tijdsperiode van Februari tot September 2008.

Top 5 meest populaire games

Naam	Aantal Hits	Genre	Gemiddeld Cijfer (1-5)
Tetris	9361	Behendigheid	3
Pacman	7231	Behendigheid	3
Spider Solitaire	7202	Kaart	3
Super mario 64	6245	Mario	4
Kussen op Kantoor	5979	Avontuur	4

De populariteit van de top 5 is te danken aan de naamsbekendheid van de spellen. Tetris, Pacman en Mario zijn gevestigde namen/spellen in de industrie en die zullen altijd populair onder gamers blijven. De vreemde eend in de bijt is Kussen op kantoor. Het is opmerkelijk dat dit simpele spelletje zoveel hits scoort. De naam van het spel is vermoedelijk meer verantwoordelijk voor deze populariteit dan de gameplay zelf.

Totaal aantal hits per genre

Genre	Totaal Aantal Hits
Behendigheid	42372
Avontuur	28627
<i>Paarden</i>	<i>28215</i>
Mario	28115
<i>Opmaak</i>	<i>26418</i>
Kaart	24234
Puzzel	20324
Strategie	18891
Race	16960
Multiplayer	15825
Voetbal	14664
Schiet	13524
Sport	13130
Vecht	6796

Als je de cijfers van Flashplay en de uitkomst van de enquête vergelijkt zijn parallellen te bespeuren. Behendigheid, avontuur en puzzel spellen zijn in beide lijsten hoog genoteerd.

Paarden en opmaak spellen scoren hoog vanwege de enorme populariteit bij de jonge meisjes die net buiten de doelgroep vallen. Dit zijn vaak spellen die weinig uitdaging bieden en een niche positie in de markt vervullen. De meiden uit de enquête lieten doorschemeren dat zij liever wat meer diepgang en uitdaging in hun spellen prefereren.

3.4 Conclusie vraagstukken

Hoofdvraag

Wat voor web(casual)games spelen tiener meiden het liefst?

Tiener meiden spelen het liefst simpel op te pakken webgames die wel enig vorm van uitdaging en herspeelbaarheid bieden. Puzzel en behendigheid spellen zijn daarom geliefde genres.

Subvraag I

Wat zijn de verschillen in interesses en eigenschappen tussen jongens en meiden en hoe vertaald dat zich naar algemene gaming voorkeuren?

Meiden willen beloond worden voor sociaal gedrag en het vinden van creatieve oplossingen. Jongens zijn erg competitief en worden liever beloond door het uitschakelen van de tegenstander. Meiden willen ook een verhaal en een sterk karakter waarmee zij zich kunnen identificeren. Jongens hebben lieven super helden die in een fantastische buitenaardse omgeving dood en verderf zaaien.

Subvraag II

Wat zijn de favoriete webgame genres van tiener meiden en waarom?

Puzzel, platform, en simpele behendigheid spelletjes zijn het meest populair. Veel meiden zijn niet vies van uitdagende spellen maar besteden te weinig tijd aan gamen voor al te uitgebreide speel sessies. Zij willen snelle vermaak waarbij relatief weinig input voor maximale beloningen zorgt. Wel zeggen veel meiden dat als ze eenmaal een spel leuk vinden dat ze het voor uren achter elkaar kunnen spelen.

Subvraag III

Welke richtlijnen moet Feltron volgen om de (her)speelbaarheid van de game verhogen?

Het is verstandig de algemene richtlijnen om een casual game te ontwerpen te volgen, hou het simpel maar bied wel uitdaging. Om ervoor te zorgen dat de webgame specifiek tiener meiden aanspreekt moet een passende thema gekozen worden. Vermijd gewelddadige en fantasierijke thema's en blijf bij gewone of alledaagse thema's die herkenbaar zijn. Vanzelfsprekend is dat de game valt onder 1 van de favoriete genres van de meiden.

Veel meiden gaven aan te houden van visuele pracht en praal, een sterke visuele presentatie is daarom enorm belangrijk. Hier geldt ook, houd de presentatie herkenbaar en zorg voor een warme kleuren pallet.

3.5 Richtlijnen

Uit de resultaten zijn een aantal richtlijnen naar voren gekomen waar mijn game aan zou moeten voldoen om specifiek dit doelgroep aan te spreken. Deze richtlijnen heb ik meegenomen bij het bepalen van mijn design keuzes en het opzetten van mijn concept.

- Zorg voor een herkenbaar hoofdpersonage waarmee de doel zich mee kan identificeren.
- Zorg voor een mooie visuele presentatie.
- Zorg dat de besturing makkelijk te hanteren is.
- Geef veel positieve feedback en stimulus om verder te spelen.
- Zorg dat de moeilijkheidsgraad van de game niet te hoog ligt.

Hoofdstuk 4 : Ontwikkel proces

4.1 Technische kennis

Tijdens mijn vorige stage had ik al een game ontwikkeld met Macromedia Flash. Hoewel ik al vaardig was met Flash was mijn kennis niet compleet genoeg om een complexere game te ontwerpen.

Gelukkig is er veel informatie te vinden op het internet over Flash en zijn er talloze boeken over programmeren met Actionscript beschikbaar. Ik heb het boek 'Actionscript 2.0 en 3.0' van Peter Kassenaar aangeschaft voor aanvullende informatie. Daarnaast had één van de andere stagiaires het boek 'Gary Rosenzweig's ActionScript 3.0 Game Programming University' in zijn bezit. Dit boek gekoppeld met de website <http://flashgameu.com> heeft mij veel bruikbare informatie opgeleverd.

Zo heb ik mijzelf bijgeschoold door tutorials te bekijken en de noodzakelijk en aanvullende informatie uit de boeken te raadplegen.

Ook was de andere stagiaire een welkome bron van kennis. Hij was wat technisch vaardiger dan ik en beheerste ook het scripten wat beter.

4.2 Concept

Uit de doelgroep analyse is naar voren gekomen dat meiden wel van behendigheidspelletjes hielden. Ik wilde liever geen bestaande game remaken of een opmaak spel ontwerpen, daar zijn er inmiddels al tallozen van, daarom is mijn keuze uiteindelijk gevallen op een behendigheidsspel.

Met de resultaten en richtlijnen uit de doelgroep analyse en mijn technische kennis in het achterhoofd is dit uiteindelijk het concept geworden. Ik heb ook geprobeerd een niet al te ambitieus concept aan te pakken omdat ik rekening moest houden met mijn eigen technische beperkingen en de hoeveelheid ontwikkelingstijd.

Omdat ik geen standaard meiden game wou maken heb ik voor een vrij neutrale thema en spel personage gekozen die desondanks ook wel door de doelgroep zou worden gewaardeerd. De keuze van een kikker die vliegen vangt is voortgekomen uit een behoefte om een 'schattige' spel personage en gameplay elementen te ontwerpen die niet te veel afweken van wat zij al kenden en die voor de hand liggend zouden zijn voor de doelgroep. Tijdens het brainstormen had ik het idee om een soort verzamel spel te ontwerpen en kwam dit idee om een kikker die insecten opeet te nemen als uitgangspunt haast automatisch in mij op.

Behendigheid spel

Veel meiden gaven aan simpele behendigheid spellen te willen spelen. Dit soort games zijn bedoeld als tijdverdrijf en moeten vooral niet te ingewikkeld zijn. Ze hebben vaak maar 1 simpele gameplay element en zijn dan verpakt in een mooie visuele presentatie.

Met dit concept wil ik een simpele behendigheid spel maken die bedoeld is voor korte speel sessies van rond de 10 minuten. Je bestuurt een kikker en het is de bedoeling om vliegjes en andere insecten te vangen om door te blijven spelen. Je krijgt punten voor hoeveel vliegjes je vangt, hoe langer je speelt hoe meer punten je krijgt.

MoSCoW Analyse

Must have:

- Simpele besturing
- Mooie 'cartoony visuele' presentatie
- Highscore lijst

Should have:

- Muziek en geluid
- Vijanden die ontwaken moeten worden (vis, vogel)

Could have:

- Verschillende moeilijkheid niveaus
- Verschillende levels

Would be nice to have:

- Geen

4.3 Uitvoering

De richtlijnen die ik van te voren heb vastgesteld heb ik ook toegepast bij het ontwikkelen van mijn game. Met het concept als leidraad ben ik begonnen met ontwikkelen. Helaas klopte mijn initiële planning niet meer met de planning die ik in mijn plan van aanpak heb vastgelegd omdat ik een week langer dan verwacht bezig was met de vooronderzoek. Gelukkig heb ik genoeg speling overgelaten voor een eventuele uitloop.

Mijn eerste kennismaking met animatie heb ik opgedaan tijdens mijn eerste stage waar ik ook veel animatie tutorials heb doorgewerkt. Ik wou bij deze game mijn animatie en grafische design vaardigheden een stap verder brengen. Ik heb gebruik gemaakt van een tablet bij het ontwerpen van mijn grafische assets. De analoge eigenschappen die een pen en tablet met zich mee brachten tegenover de minder flexibele muis resulteerden in een visuele presentatie die mijn vorige game overtroffen. Ik kon mijn schetsen nu bijna 1 op 1 vertalen in digitale vorm. Dit was niet alleen een persoonlijke aanwinst maar ook een vereiste richtlijn die uit de doelgroep analyse naar voren is gekomen. De eerste deel van mijn ontwikkel proces heb ik dan ook voornamelijk besteed aan het ontwerpen van de visuele assets en de animatie.

Nadat ik de assets had moest ik voor de interactie en gameplay zorgen. De tweede deel van het ontwikkel proces heb ik besteed aan het scripten (programmeren). Dit, zoals eerder vermeld, bracht nog de nodige problemen met zich mee. Gelukkig kon de andere stagiaire mij helpen met bepaalde problemen waar ik tegen aan liep. Als wijze van dienst ruil heb ik voor zijn project een aantal grafische assets ontworpen en heeft hij voor mij een aantal scripts geschreven.

Natuurlijk wilde ik de code zelf ook beheersen dus heeft hij alleen de opzet verzorgd die ik daarna verder heb uitgebreid en aangepast naar mijn wensen. Door zijn code als basis te gebruiken heeft dat kostbare tijd gescheeld en kon ik op schema blijven. Uiteindelijk heb ik veelvuldig genoeg zijn stukjes code gebruikt en aangepast wat ervoor zorgde dat ik nu ook dat gedeelte van de code beheers.

Dit is een aanpak wat ik vaker heb toegepast tijdens de verloop van mijn studie aangezien ik sneller iets leer van iemand die het al beheerst dan dat ik met nul kennis van voor af aan moet beginnen. Dit zelfde principe is natuurlijk ook van toepassing wanneer je een tutorial uitwerkt.

Uiteindelijk heeft mijn ontwikkel proces een eerste (Beta) versie van mijn game 'Froggie the Fly Catcher' opgeleverd.

Beta versie

Menu Scherm:



Dit is het start menu van mijn Beta versie.

Ik heb gekozen voor een speelse presentatie die de doelgroep zou aanspreken. Dit is te zien aan de keuze van lettertype en de ontwerp van de afgeronde knoppen en menu kaders.

Gezien de onderwerp van mijn game heb ik gekozen voor een kleuren schema van groen en blauw. Ik heb van geel/oranje als contrasterende kleur goed gebruik gemaakt bij titels en andere dingen die aandacht vereisten.

Omdat het oog van links boven naar rechts onder leest heb ik besloten de titel van de game links boven te plaatsen. Gewoon om het anders te doen heb ik de menu zelf rechts gedaan in plaats van het gebruikelijke links. Hoewel er bepaalde design regels van toepassing zijn betreft hoe je het beste een user interface ontwerpt voor bijvoorbeeld een website vond ik dat ik hiervan kon afwijken omdat er weinig anders in beeld is. Het is in één oogopslag duidelijk wat knoppen zijn en hoe je verder door de game zou moeten navigeren.

Een ander reden was omdat mijn hoofdpersonage meer aandacht zou krijgen. Wanneer je het menu scherm voor het eerst te zien krijgt valt jou aandacht gelijk op Froggie. Ik heb ook besloten om hem volledig uit te tekenen van de voorkant ondanks dat, dat je alleen zijn achterkant te zien krijgt tijdens het spelen, vond ik het noodzakelijk. Hierdoor krijgt hij identiteit en een herkenbaar gezicht. Ik heb ook met het ontwerp geprobeerd om een schattige personage te ontwerpen.

Alle belangrijke informatie, zoals de tijdbalk en puntenaantal, staan boven in met onderop de kikker en alle vliegen midden in beeld. Ik heb ook twee rieten aan de voorkant geplaatst om meer diepte gevoel te simuleren en om het idee te geven dat je midden in een moeras bevindt.

Game Scherm:



De gameplay is vrij simpel. Beweeg de kikker met de muis of toetsenbord naar de lelie blad waar je wilt zitten en schiet je tong uit om vliegen te vangen. De tijdbalk loopt langzaam leeg en die kun je vullen door vliegen te vangen. De snelheid van de game, de snelheid waarmee de tijdbalk leeg loopt, gaan met verloop van tijd vanzelf omhoog en hierbij ook de snelheid waarmee de vliegen over het beeld heen verplaatsen.

Ik heb gekozen om twee bedieningsmogelijkheden toe te voegen. Uit mijn vooronderzoek bleek dat de meeste casual games met de muis worden bedient. Ikzelf, en een aantal anderen die mijn game hebben getest, prefereren een toetsenbord bediening. Door beiden bedieningsmogelijkheden toe te voegen houd je rekening met meerdere type spelers.

Naast gewone vliegen heb ik een gouden vlieg toegevoegd die bonuspunten geeft wat voor extra positieve stimulus zorgt. Ook verschijnt er om de twee snelheid levels een libelle die erg snel over het beeld heen vliegt. Als je die weet te vangen dan word er een bonus level geactiveerd waarbij er heel veel vliegen tegelijk komen.

Bij deze Beta versie had ik al afgeweken van mijn eerste concept. In de MoSCoW analyse stond er bij 'should have's' vijanden die ontweken moeten worden (vis, vogel) maar die had ik weggelaten. Ik ging er vanuit dat het niet bevorderlijk voor de gameplay zou zijn omdat ik al vrij vroeg heb gemerkt bij mijn eigen speel sessies en bij de speel sessies van mijn vrienden en collega's dat de aandacht volledig gefocust was op het midden van de scherm. Door nog meer dingen toe te voegen wat de aandacht opeist zou de game frustrerend worden.

Mijn eerste idee was om een soort van obstakels toe te voegen die je zou moeten ontwijken zoals een vis die van onderaf kwam of een vogel van boven die jou wou op eten. Je zou daardoor steeds van lelie blad moeten springen om ze te ontwijken. Daarvoor in de plaats heb ik wespen gemaakt waar je duizelig van word als je die op zou opeten. Ik vond als extra penalty tijdverlies een iets te grote straf wat de speelplezier zou ontnemen.

Deze Beta versie heb ik op een aantal websites, waaronder www.gametrailers.com , www.newgrounds.com, geplaatst voor wat snelle feedback. Het was eerst de bedoeling om een uitgebreide test bij de doelgroep te houden met de Beta en dan de opgedane kennis toepassen in de uiteindelijke versie. Ik had echter het gevoel dat deze versie nog niet volledig genoeg was en daardoor niet al te bruikbaar informatie zou op leveren van de doelgroep zelf over hoe het anders kon. Op deze sites waren veel amateur game designers te vinden en ik vond dat deze een veel betere bron van feedback zouden zijn.

4.4 Afronding

Het testen van mijn Beta, door een aantal honderd man, leverde wat bruikbare informatie op maar de meeste commentaar was alleen in de trend van 'Wel leuk gemaakt, maar verveeld snel'. Mijn vermoedens bleken dus wel te kloppen. Het was wel leuk voor eventjes maar verveelde vrij snel.

Definitieve versie



Naar aanleiding van deze kleine Beta test heb ik besloten een drastische aanpassing te maken aan de gameplay.

Om de speler meer uitdaging te bieden en wat actieve te laten spelen heb ik verschillende kleuren vliegen toegevoegd. De speler krijgt dan alleen tijd bonus en punten toegekend als hij de juiste kleur vangt. Dit heb ik weergegeven met een soort van stoplicht linksboven. Elke keer als de kleur veranderde verschijnt ook met duidelijke tekst in beeld wat voor kleur ze moeten vangen.

Veel populaire webgames draaien om kleuren of het verzamelen van objecten. Ik vond dat deze aanpassing een vrij duidelijk spelelement zou zijn die wel positief door de doelgroep zou worden opgevangen. Aangezien de achtergrond werd gedomineerd door de kleur groen heb ik gekozen voor de kleur geel als plaatsvervanger. Dit zorgde voor meer contrast ook al moest ik afwijken van de herkenbare kleuren palet van rood, groen en blauw. De gouden vlieg heb ik veranderd in een groene vlieg om verwarring met de gele vlieg te voorkomen. Omdat de groene vlieg een pulserende groene gloed om zich heen heeft steek hij wel voldoende tegen de achtergrond af.

Deze gameplay verandering zorgde ook dat speler constant actief bezig was het vangen van de juiste kleur. Ik heb besloten om geen penalty te geven voor het vangen van de verkeerde kleur omdat dit nogal makkelijk te doen was. Zo geeft de game alleen maar stimulans en word de speler niet al te veel bestraft. De wespen heb ik hetzelfde gelaten als in de Beta.

Omdat er nu verschillende kleuren vliegen waren was de leuke bijkomstigheid dat de bonus na het vangen van de libelle wat relevanter was. Door nu heel veel van dezelfde kleur vlieg te laten verschijnen tijdens de bonus level kreeg de speler nu ook echt het gevoel dat hij beloond werd met een bonus in plaats alleen maar meer van hetzelfde.

Ook heb ik besloten om te beginnen met maar twee kleuren vliegen om het spel principe langzaam te introduceren. Pas vanaf snelheid drie verschijnen rode vliegen. Deze zijn gelijk de kleur van de eerste bonus level. Zo word gelijk duidelijk dat de rode vliegen wel goed zijn om te vangen omdat normaal gesproken rood de kleur van gevaar is.



Ook kleine design tips heb ik meegekregen van mijn Beta test. Zo heb ik de tekst hier en daar aangepast en de achtergrond van de knoppen veel lichter gemaakt voor betere leesbaarheid. Het toevoegen van een pauzeknop was ook een bruikbare tip die ik achteraf gezien volledig over het hoofd heb gezien. Uiteraard heb ik bij de definitieve versie ook geluid toegevoegd met de optie om het uit te zetten.

Promotie

Bij de definitieve versie van mijn game heb ik ook ruim aandacht besteed aan promotie eisen van de game. De game heeft natuurlijk als doel om spelers naar webgamesforgirls.com te lokken. De manier van promotie werd bepaald door Paul Rovers. Hij gaf aan precies waar en hoe de promotie materiaal in game moest worden verwerkt.

Omdat de meeste webgame portals de games overal vandaan plukken was het noodzakelijk om de promotie materiaal in de game zelf te verwerken. In het menuscherm en de gamescherm zelf heb ik de logo verwerkt. Zo wordt de speler onbewust eraan blootgesteld en zorgt het 'brand awareness'. De speler krijgt veelvuldig webgamesforgirls.com voorgeschoteld wat hun bekendheid met het merk verhoogt en er voor zorgt dat zij vaker de website zullen bezoeken.

Door te klikken op het logo word de website geopend. Met de knop 'More Games' die evenals ook naar de website webgamesforgirls.com leid krijgt de speler de mogelijkheid om meer soortgelijke games uit te proberen als deze is bevallen.

Introductie reclame:



Met introductie animatie van ongeveer 12 seconden word gelijk vanaf het begin de website promoot. De lengte van de animatie zorgt ervoor zij verplicht aan webgamesforgirls.com worden blootgesteld ook al spelen zij het spel via een andere website.

Al deze elementen samen zorgen voor maximale blootstelling aan het 'product' webgamesforgirls.com. Uiteindelijk is medio Januari 2009 mijn game online gegaan op de website. Die game is ook op www.mochiads.com geüpload. Via deze website word hij verspreid aan een heleboel verschillende gameportals die de game van Mochiads afplukken.

De resultaat hiervan wordt pas merkbaar als Paul de statistieken van de webgamesforgirls.com bekijkt of er een duidelijke verhoging van de bezoekers voor en na dat mijn game is gelanceerd. Aangezien de game pas aan het einde van mijn stageperiode is gelanceerd kan ik niet zorgen voor definitieve cijfers. Een week nadat mijn game online stond was al een verhoging van een aantal honderden bezoekers te constateren.

Hoofdstuk 5 : Testen

5.1 Uitvoering van de test

Nadat ik de uiteindelijke versie van mijn game had voltooid heb ik een test uitgevoerd met leden uit de doelgroep. Ik heb gekozen voor simpele spel test waarbij ik de doelgroep kon observeren terwijl zij speelden. Na afloop van de speel sessie moesten de meiden een korte vragenlijst invullen voor aanvullende informatie.

Ik heb deze manier van testen gekozen in plaats van bijvoorbeeld een online spel test omdat ik dan mijn eigen waarnemingen kon meenemen in de resultaten en niet afhankelijk was van de resultaten van de enquête. Zo kon ik ter plaatse observeren hoe zij speelde en tegen wat voor problemen zij eventueel aanliepen. Tijdens mijn minor kreeg ik te horen dat deze manier van testen is gebruikelijk in de games industrie.

Aangezien de doelgroep waar ik ging testen vrij jong was kon ik niet vertrouwen op een volledige kritische verantwoording van hun ervaringen tijdens de speel sessie. Daardoor hechtte ik meer waarde aan mijn eigen observaties ten opzichte van de ingevulde enquêtes.

5.2 Testrapport

De test is uitgevoerd door 17 meiden van de basisschool De Laarakker te Arnhem. De leeftijden van de meiden bedroegen 11 en 12 jaar.

Dit zijn de vragen van de enquête die de meiden naar afloop moesten invullen.

Ik heb voor deze vragen gekozen om meer inzicht te krijgen in wat voor games zij graag speelden en wat zij wel of niet goed vond aan mijn game.

1. Hoe oud ben je?
2. Hoe veel uur per week speel je webgames (internet spelletjes)?
3. Wat is jouw favoriete webgame en wat maakt het jouw favoriete spel?
4. Heb je een favoriete games website waar je vaak komt en waarom ga je juist daarheen?
5. Vond je de game leuk om te spelen? Geef aan wat je wel of niet leuk aan vond:
6. Wat vond je van de besturing?
7. Wat vond je van de moeilijkheidsgraad? (omcirkel jouw antwoord)
veel te makkelijk / makkelijk / precies goed / moeilijk / veel te moeilijk
8. Wat vind je van hoe het wordt gepresenteerd (grafisch / geluid)?
9. Overige commentaar:

Enquête resultaten

Voor een volledig uitwerking van alle antwoorden van de meiden raadpleeg bijlage III.

Mijn verwachting was dat er uiteraard een aantal meiden zouden zijn die de game niet zo leuk zouden vinden. Iedereen heeft tenslotte een andere smaak. Verrassend genoeg gaven bijna alle meiden een positieve reactie. De reacties liepen van 'Wel aardig' tot 'Super leuk!'.

Alleen één meisje gaf aan de game helemaal niks aan te vinden. Uit haar antwoorden bleek dat zij wat meer een hardcore gamer was en regelmatig schietspellen speelde. Hoewel zij de juiste leeftijd en geslacht had behoorde zij eigenlijk door haar gaming voorkeuren niet meer tot de beoogde doelgroep.

De grootste gedeelte van de meiden gaven aan het de moeilijkheidsgraad precies goed te vinden en een aantal te makkelijk. Niemand gaf aan dat de game te moeilijk was.

De reacties op de vormgeving waren alleen maar positief gestemd. Helaas waren niet bij all test computers werkende koptelefoons aanwezig en kon ik dus niet van iedereen feedback over het geluid krijgen. De paar die wel met geluid speelde gaven geen reactie erop behalve dat eentje zei dat het eentonig werd na een tijdje.

Bij de vraag naar de favoriete games van de meiden kwamen verwachtbaar antwoorden. Veel genoemde games waren 'opmaak' spelletjes en puzzel en behendigheid spelletjes zoals Bomberman.

Op verzoek van Paul heb ik ook gevraagd naar favoriet webgame website (portal). Spele.nl was veruit het meest populair met als beredenering de grote hoeveelheid aangeboden spellen. De populaire chat en game website Habbo.nl werd ook vaak genoemd vanwege de communicatie mogelijkheden.

Eigen observaties

Terwijl de meiden bezig waren liep ik rond en bekeek hoe zij de game speelden. Ik heb mijzelf voorgenomen om zo weinig mogelijk te vertellen of uit te leggen zodat ik kon zien of zij zonder mijn hulp eruit kwamen

Wat gelijk opviel is dat geen enkel van de meiden de moeite nam om de 'Controls' of speluitleg te bekijken. Iedereen klikte gelijk op start en begon met spelen.

Door wat met de muis heen en weer te bewegen en te klikken kwamen de meeste vrij snel achter wat de bedoeling was. Niemand probeerde de toetsenbord als bediening omdat de muis al werkte voor input. Ik heb toch besloten bij de laatste paar meiden halverwege in hun speelsessie te vertellen dat er ook een mogelijkheid was om met de toetsen te besturen. Een aantal gaf gelijk aan dat te prefereren terwijl de rest snel terugschakelde naar de muis.

Wel grappig was om verbale feedback te ontvangen van de verschillende gameplay elementen. Zo werden de wespen als 'eng' ervaren en was er merkbare blijdschap bij het vangen van een groene vlieg of de libelle.

Ook was een verschil merkbaar bij hoe snel sommige meiden de gameplay oppakten. Een aantal meiden bleven gedurende het spel op één lelie blad zitten en klikte veelvuldig om alles te vangen. Andere meiden die een wat meer tactische benadering hadden door veel heen en weer te springen en alleen met de tong te schieten als ze de juiste kleur vlieg konden vangen werden dan ook beloond met een hogere score.

Dit bracht dan ook de meest verrassende uitkomsten van de test. Ik werd verast door de competitie drang die de meiden onderling met elkaar hadden. Constant werd er gecommuniceerd met elkaar hoeveel score zij hadden en op welke snelheid zij zaten. Een aantal meiden hadden zelfs als verzoek dat ik na de test bekend maakte wie er de aller hoogste score had behaald. Dit was in contrast met de verschillen tussen meiden en jongens die tijdens het vooronderzoek naar voren was gekomen.

De promotie elementen van de game hadden wel effect bij de testgroep. Ik kreeg veel vragen wat de website was en een aantal van de meiden hadden het adres opgeschreven om thuis nog eens de website te bezoeken.

Conclusie test en aanbevelingen

Hoewel ik tevreden met mijn game en de resultaten van de test ben zijn er nog een aantal kleine punten wat er eventueel aan de game kan worden aangepast om de herspeelbaarheid te verhogen.

- Omdat niet gelijk duidelijk was dat er twee besturing mogelijkheden waren zou het handig zijn om bij het starten van de game de optie aan te bieden om te kiezen voor een muis of toetsenbord besturing.
- Hoewel de meeste meiden aangaven die moeilijkheidsgraad precies goed te vinden zou het misschien goed zijn om twee niveaus van moeilijkheid aan te bieden. Voor de mensen die de game te makkelijk vonden levert het een grotere uitdaging en herspeelbaarheid voor de anderen die de makkelijk niveau al onder de knie hebben. Door gelijk met 3 kleuren vliegen te beginnen en de snelheid sneller op te laten lopen word de game gelijk uitdagender. Ook het alsnog toevoegen van te ontwijken obstakels als een vis en vogel zou hier een rol in kunnen spelen.
- Het toevoegen van een internationale scorebord zodat de spelers hun score kunnen vergelijken met andere spelers. Dit zal appelleren aan de competitie element van de spelers.

Hoofdstuk 6 : Conclusie

6.1 Conclusie probleemstelling

Tijdens mijn vooronderzoek en studie heb ik veel nuttige informatie gevonden om mijn probleemstelling te beantwoorden.

Bij de vraag, *Hoe ontwerp je een webgame die zal aanslaan bij tiener meiden?*, heb ik de volgende conclusie kunnen trekken.

Deze vraag dient in twee stappen te worden beantwoord. Als eerste moet je weten hoe je een goede webgame ontwikkelt. Zorg eerst dat je kennis op dit vakgebied op peil is. Hoewel game design een creatief proces is, zijn er toch een aantal methodes en design principes waar je aan dient te houden bij het ontwerpen van een succesvolle game.

Er was op internet veel aanvullende informatie te vinden over webgames ontwerpen en daar heb ik dankbaar gebruik van gemaakt. Tips van succesvolle game designers zijn een goede richtlijn. Zij hebben al ervaring met wat wel of niet werkt en waar je eventueel de mist in kan lopen bij bepaalde design keuzes.

Ten tweede zorg dat je eerst een goed inzicht krijgt in de doelgroep waar je voor wilt ontwikkelen. Je weet niet waar jij op moet letten of wat belangrijke punten zijn als je niet weet wat de doelgroep ook belangrijk vindt.

Probeer zo veel mogelijk relevante informatie overal vandaan te halen en let bij je design keuzes constant op of dit wel positief bij de doelgroep zal worden ontvangen. Probeer jou game door de ogen van de doelgroep te bekijken. Iets wat volstrekt duidelijk voor jou kan zijn kan volledig onbegrijpbaar zijn door iemand met minder ervaring in gaming. Hoe beter jij je kan inleven in de doelgroep hoe beter je uiteindelijke product zal zijn.

Zorg ook dat je tussentijds je game laat testen. Dit zorgt voor nuttige feedback en kan inzicht geven in dingen die je totaal over het hoofd hebt gezien. Hoe meer je test hoe beter.

6.2 Persoonlijke evaluatie

Overall ben ik wel tevreden met het resultaat van mijn game. Het was in eerste instantie moeilijk voor mij om een game te ontwikkelen voor een vreemde doelgroep. Ik kreeg eerder de nijging om game te ontwikkelen die ik zelf leuk zou vind in plaats van een game die gericht was op tiener meiden.

Ik moest mijzelf constant afremmen bij bepaalde design keuzes als moeilijkheidsgraad en vormgeving. Daardoor heb ik wel geleerd om iets te ontwerpen vanuit een ander oogpunt. Hoewel ik later games wil ontwerpen die ik zelf leuk zal vinden om te spelen zal dit lang niet altijd geval zijn. Ook had ik graag wat eerder tijdens mijn productieproces mijn game willen testen bij de doelgroep zelf in plaats van helemaal op het eind. Niets geeft meer kennis en inzicht dan kijken hoe de spelers zelf spelen.

Nog een fijne bijkomstigheid was dat ik de mogelijkheid kreeg om aan mijn animatie en grafische ontwerpen te oefenen. Hoewel een schat aan technisch en theoretische kennis van groot belang zijn bij het vervolg van mij carrière, zijn het de creatieve processen en het realiseren daar van de dingen die mij interesseren en waar ik het meest plezier aan heb ontleent tijdens mijn studie en deze afstudeerstage.

Bronvermelding

Hier volgt een lijst van de door mij gebruikte bronnen tijdens mijn doelgroep onderzoek.

- Wikipedia – Casual Game
http://en.wikipedia.org/wiki/Casual_game
- What are casual games?
http://www.casualconnect.org/newscontent/11-2007/CasualGamesMarketReport2007_Summary.pdf
- Male Monkeys Prefer Toy Cars, Females Like Dolls
<http://www.wtop.com/?sid=668497&nid=502>
- Boys like blue, Girls like pink
<http://www.independent.co.uk/news/science/boys-like-blue-girls-like-pink--its-in-our-genes-462390.html>
- From Barbie to Mortal Kombat: Further reflections
<http://culturalpolicy.uchicago.edu/conf2001/papers/jenkins.html>
- Girls and Gaming
<http://girlstech.douglass.rutgers.edu/PDF/GirlsAndGaming.pdf>
- Attention game designers: 5 steps to attract girl gamers
<http://cerise.theirisnetwork.org/archives/26>
- The dos and don'ts of casual games
http://www.beyond.com/members/BYONDCasual?command=view_post&post=41195
- Web and Downloadable Games Whitepaper
http://www.igda.org/online/IGDA_WebDL_Whitepaper_2004.pdf
- Casual Games Whitepaper
http://www.igda.org/wiki/index.php/Casual_Games_SIG/Whitepaper/Production_and_Design
- Forums Gametrailers
<http://forums.gametrailers.com/>
- Forums Kongregate
<http://www.kongregate.com/forums/>
- Forums Newgrounds
<http://www.newgrounds.com/bbs/>
- Flashplay game portal
<http://www.flashplay.nl/>

Overige Bronnen

- Webgame portals
www.flashplay.nl , www.webgamesforgirls.com , www.retroflashgames.com
- Flash statistieken
http://www.adobe.com/products/player_census/flashplayer/version_penetration.html

Bijlagen

Bijlage I: Doelgroep analyse

1. Inleiding

Dit rapport bevat een uitvoerig doelgroep analyse van tiener meiden.

Feltron wil een webgame laten ontwikkelen die toegespitst is op dit specifiek doelgroep om de gameportal (www.webgamesforgirls.com) te promoten. Om te zorgen dat de game veel spelers krijgt en een succes wordt, moet er eerst gedetailleerd naar de doelgroep worden gekeken. Wat maakt deze doelgroep zo uniek? Wat zijn hun voorkeuren met betrekking tot webgames?

Om dit te verwezenlijken heb ik op verschillende manieren informatie verzameld en getracht antwoord te geven op deze vraagstukken. Door middel van web-research, persoonlijke informatie vergaren (met behulp van een enquête) en spel statistieken van een gameportal heb ik uiteindelijk een aantal conclusies kunnen trekken. Deze conclusies kunnen als richtlijnen worden gebruikt tijdens het ontwikkelingsproces van de game.

Dit rapport bevat ook een korte samenvatting van alle belangrijke gegevens en conclusies. Tenslotte zijn er vermeldingen van de gebruikte bronnen en een aantal bijlagen.

Veel leesplezier toegewenst.

2. Probleemstelling

Om de voorkeuren van de doelgroep te kunnen beschrijven moeten er een aantal vragen worden gesteld.

2.1 Hoofdvraag

Wat voor web(casual)games spelen tiener meiden het liefst?

Wat voor game zal Feltron moeten ontwikkelen die populair wordt onder tiener meiden en ervoor zorgt dat zij terug blijven komen om te spelen? Om volledig antwoord te geven op deze vraag er moet eerst een aantal subvragen worden gesteld.

2.2 Subvragen

Subvraag I

Wat zijn de verschillen in interesses en eigenschappen tussen jongens en meiden en hoe vertaald dat zich naar algemene gaming voorkeuren?

De verschillen tussen de seksen blijven niet beperkt tot uiterlijke vertoon. Meiden houden van poppen en mooie jurkjes terwijl mannen van auto's en geweld houden. Kloppen deze stereotypen en zijn ze ook van toepassing bij hun voorkeuren voor bepaalde games?

Subvraag II

Wat zijn de favoriete webgame genres van tiener meiden en waarom?

Er zijn talloze verschillende games in de loop der jaren verschenen. Niet alle games zijn in een hokje te plaatsen maar er zijn een aantal genres waar de meeste games onder vallen. Wat voor genres spelen meiden het liefst en wat is de reden daar achter?

Subvraag III

Welke richtlijnen moet Feltron volgen om de (her)speelbaarheid van de game verhogen?

Welke richtlijnen moet je volgen om een succesvolle web(casual)game te bouwen. Wat voor doelgroep specifieke eigenschappen moet de game bevatten om een optimale speel ervaring aan te bieden? Hoe zorg je voor die verslavende factor?

3. Onderzoeksmethoden

Informatie verzamelen voor mijn onderzoek heb ik op verschillende manieren aangepakt. Aangezien de doelgroep en de context van de onderzoek zich allebei op het internet bevinden, heb ik mij beperkt tot dit specifiek medium.

3.1 Online research

Veel algemene informatie heb ik vergaard door artikels en onderzoeken naar vrouwen en gaming op te sporen. Ik heb veel gezocht naar artikelen die de verschillen tussen de eigenschappen en voorkeuren van mannen en vrouwen weergeven.

Voornamelijk heb gezocht naar artikelen die uitleggen wat casual games inhouden en welke richtlijnen je als designer het beste kunt volgen om ervoor te zorgen dat je game een succes wordt. Daarnaast heb ik veel forums bezocht en columns gelezen om persoonlijke meningen van de gamende dames zelf te bekijken.

3.2 Enquête

Om extra persoonlijke informatie te verzamelen heb ik een enquête opgesteld en op gaming websites gepost en populaire sites waar veel meiden komen. Door een aantal gerichte vragen op te stellen heb ik specifieke opinies van verschillende meiden verkregen.

3.3 Statistieken

Voor een overzicht van wat populaire spellen zijn heb ik gebruik gemaakt van de statistieken van de gameportal Flashplay. Aan de hand van de harde cijfers van hoe vaak bepaalde type games gespeeld zijn, zijn een aantal interessante conclusies te ontlelen.

4. Onderzoeksresultaten

Hier volgt de door mij gevonden resultaten. Voor aansluitend of uitgebreidere informatie kunnen de bijlagen en/of de bronnen worden geraadpleegd.

4.1 Online research

4.1.1 Casual Gaming

Je hoort de termen casual gaming en hardcore gaming wel vaker vallen om een game te definiëren, maar wat betekent het eigenlijk? Casual Games Association geeft in samenvatting van hun markt rapport van 2006 een lijstje met karakteristieken van casual en hardcore gamers en toont hoe ze van elkaar afwijken.

Karakteristiek	Casual	Hardcore
Demografisch	Alle leeftijden, man en vrouw, 100% van de bevolking	18-35 jaar man, <15% van de bevolking
Waar spelen	Thuis, werk, vliegtuig, bushalte	Thuis
Waarom spelen	Plezier, ontspanning, ontsnapping	Ontdekking, stimulatie, adrenaline rush
Thema's	Familie vriendelijke scenario's	Sci-Fi, geweld, horror, suspense, oorlog
Tijd besteding	Game of level tijd: 1-10 minuten om te voltooien	Levels: 20 min – 2 uur, MMO 5 - 40 uur per week
Tijd tot voltooiing	Single player verhaal 15 uur	Single player verhaal 15 – 40 uur om te voltooien
Primaire platform	PC, Mac, Goedkope console	Game consoles, dure game PC
Game prijs	Gratis – \$19,99	\$39,99 - \$59,99
Game selectie	Gratis uitproberen, up-sells	Marketing campagnes, reviews en previews raadplegen
Hollywood equivalent	Sex & the City, Friends, ER	Horror, Silence of the Lambs, Reservoir Dogs, Alien

Casual games worden beschouwd als leuk, makkelijk op te pakken games die geen vooraf verkregen vaardigheden of ervaring vereisen om te spelen. Hoewel er hardcore webgames bestaan vallen veruit de grootste gedeelte van webgames onder de categorie casual games. Geschat wordt dat wereldwijd ongeveer 200 miljoen mensen per maand (in 2006) casual games online spelen en dat aantal is groeiende.

Met een aandeel van 51% zijn vrouwen een grotere doelgroep van casual games dan mannen. Opmerkelijk is dat de casual gamende vrouwen voornamelijk, met een percentage van 62%, een leeftijd van boven de 35 jaar hebben.

Voorbeelden van populaire casual webgames zijn Bejeweld, Cake Mania & Peggle. Cake Mania was zelfs de meest gedownload casual game in 2006.

4.1.2 Verschillen tussen mannen en vrouwen

Algemene Verschillen

In het artikel 'Male Monkeys Prefer Toy Cars, Females Like Dolls' staan een aantal onderzoeken die de verschillen tussen mannen en vrouwen illustreren. In een onderzoek door Gerianne Alexander, psycholoog aan de Texas A&M Universiteit, werd bij apen gemeten hoe lang er gemiddeld met verschillende stukken speelgoed werd gespeeld. Mannelijk apen speelde met de speelgoed auto's en ballen terwijl de vrouwelijk apen geïnteresseerd waren in de poppen en keukengereedschap. Neutrale objecten als een plaatjes boek en een speelgoed hondje kregen van beide seksen evenveel aandacht.

Er werd altijd gedacht dat de verschil in smaak lag aan de verschillen in wijze van opvoeding tussen mannen en vrouwen. Onderzoeken zoals deze duiden er echter op dat deze verschillen genetisch bepaald zijn. Alexander speculeert dat vrouwen (zowel bij apen als mensen) door de evolutie voorgeprogrammeerd zijn om kinderen te verzorgen. Mannen daaraan tegen prefereren objecten die met gooien en beweging te maken hebben, vaardigheden die bruikbaar zijn voor jagen en een partner aantrekken. Veel onderzoeken wijzen er ook op dat mannen beter zijn in mathematische problemen en ruimtelijke ordening en vrouwen juist beter zijn in verbale en sociale vaardigheden.

In het artikel 'Boys like blue and Girls like pink' word vastgesteld dat voorkeur voor bepaalde kleuren ook genetisch word bepaald. Vanwege de verschillende vaardigheden die vereist werden om te overleveren zijn voorkeuren ontwikkeld. Mannen prefereren blauwe tinten en vrouwen rode tinten.

Algemene Gaming verschillen en voorkeuren

Henry Jenkins legt in zijn artikel 'From Barbie to Mortal Kombat' uit wat de verschillen zijn tussen wat meiden en jongens zoeken in een game. Hij doet dit door te kijken naar de onder meiden enorm populaire game 'The Sims'.

*Meiden - Hoofd karakters zijn alledaagse mensen waarmee zij duidelijk kunnen identificeren.
Jongens - Hoofd karakters zijn fantasierijke actie helden met 'super krachten'.*

In het geval van de The Sims zijn de karakters alledaagse mensen en zijn de uitdagingen herkenbaar.

Meiden - Het doel is om te ontdekken en nieuwe ervaringen te hebben met verschillende gradaties van succes en gevarieerde uitkomsten.

Jongens - Het doel is om te winnen. De uitkomst is zwart of wit met maar 1 juiste oplossing.

The Sims heeft een breed selectie van verschillende doelen en uitkomsten. De game nodigt uit om verschillende dingen te proberen en eigen ervaringen te creëren.

Meiden: De focus ligt bij een multi-zintuig opgang in een spel, ontdekking en sterke verhaal lijnen.

Jongens: Snelheid en actie zijn funest.

The Sims is ontworpen als een 'zandbak' of poppenkast waar de speler zijn eigen verhaal moet creëren.

Meiden – Zowel alledaagse realistische situaties als nieuwe plekken om te ontdekken.

Jongens – Niet realistisch en grandioos situaties.

De situaties in de game zijn ontworpen om emotionele respons te krijgen. De karakters hebben emotionele diepgang.

Meiden – Succes wordt vervaardigd door de ontwikkeling van vriendschappen en creatieve oplossingen vinden.

Jongens – Succes wordt vervaardigd door je tegenstander te elimineren.

Meiden en Jongens zijn even competitief, zij prefereren alleen andere vormen van competitie. Meiden willen sociale invloed en gestructureerde relaties opbouwen terwijl jongens willen domineren en vernietigen.

In het artikel 'Girls and Gaming' staat een vergelijkbaar lijstje inhoudelijke voorkeuren van meiden waar veel parallellen te ontdekken zijn.

Meiden prefereren

- Games die de conflict tussen goed en kwaad schuwen
- Games met de nadruk op verhaal lijnen en karakter ontwikkeling
- Games die van oorsprong niet competitief zijn
- Games die bestaande (echte) omgevingen bevatten
- Games die sterke vrouwelijk karakters hebben die controle hebben over hun acties en beslissingen
- Games die de mogelijkheid bieden om in de huid van de hoofd karakter te kruipen
- Games die focussen op sociale relaties
- Games waar ze iets kunnen leren
- Games die niet gewelddadig zijn

4.1.3 Game design richtlijnen

Ik ben verschillende artikelen tegengekomen die beschreven hoe je het beste een game kan ontwerpen die aanslaat bij de vrouwelijke gamers. Ook is er genoeg informatie te vinden over hoe je het beste een casual game kan ontwerpen die zal aanslaan bij elke doelgroep.

Algemene Game design

Latoya Peterson beschrijft in haar artikel 'Attention game designers' 5 tips hoe je een vrouwvriendelijke game moet maken.

1. Maak een goede game - Vrouwelijke gamers zijn precies dat, gamers. Zij willen goeie games spelen. In plaats van inspelen op stereotype eigenschappen van vrouwen, zorg dat je game goed speelbaar is.
2. Geef je karakters een persoonlijkheid – In plaats van te vervallen in clichés en 1-dimensionale karakters maakt, geef je karakters diepgang. Vrouwen willen een goed verhaal wat voor binding zorgt met een game en zijn karakters.
3. Realiseer dat niet alle vrouwelijke gamers gelijk zijn – Iedereen houdt van andere games. Vrouwen spelen dezelfde games als mannen. De games hoeven niet specifiek op hun te worden afgestemd. Roze displays zijn niet noodzakelijk.
4. Creëer (fysiek) sterke vrouwelijke karakters – Vrouwen willen geen karakter die zich onderdoet voor hun mannelijke tegenpolen. Zij willen ook een heldin met sterk identiteit die ook haar 'mannetje' staat.
5. Nu alvast voorbereiden – De groep van vrouwelijke gamers word elk jaar groter en groter. Wees erop voorbereid en speel daar nu vast op in.

Casual Game design

In een artikel genaamd 'The dos and don'ts of casual games' worden een aantal handige tips beschreven wat je wel of juist niet moet doen bij het ontwerpen van een casual game.

Niet:

- Je game te moeilijk maken
- Te veel keuze aanbieden
- Een slechte thema kiezen die niet past bij de doelgroep
- Je spelers laten lezen

Wel:

- Eenvoudig op te pakken besturing
- Geef de speler leuke beloningen
- Maak je game verslavend en herspeelbaar
- Luister naar feedback

De meeste punten spreken voor zich. Een belangrijk punt is om maximale beloningen te geven voor minimale input. Iets simpel als 10.000 punten te geven als beloning in plaats van 100 punten geeft de speler een positievere gevoel wat hem/haar uitnodigt om verder te spelen.

De speler moet in een ontspannende gemoedstoestand jou game kunnen spelen zonder frustraties. Uitdaging mag maar moet niet ten kosten gaan van het speel plezier. Zorg dat je game makkelijk op te pakken is maar wel ruimte bied voor langere speel sessies of herspeelbaar is.

In een andere artikel 'Web and Downloadable Games White Paper' staan een aantal andere richtlijnen, geschreven door de game developers van RealArcade, waar een designer op moet letten bij het ontwikkelen van een casual game.

Front-end User Interface: Menu items moeten duidelijke geformuleerd worden, kies makkelijk te begrijpen namen. Spelers moeten binnen 1 muis-klik van de hoofdmenu de game kunnen beginnen.

Gameplay concept: De kern gameplay concept moet gelijk duidelijk zijn voor de speler. Binnen 2 minuten moet de speler kunnen begrijpen wat hij/zij moet doen om te slagen.

In-Game Tutorials: Spelers willen geen grote stukken tekst lezen. Maak de tutorial in de game interactief. Deze tutorial moet nooit langer duren dan 2 tot 5 minuten. Als het langer is dan is de game te ingewikkeld en moet er te veel worden geleerd voor een korte speel sessie. Een optie is om gameplay elementen weg te halen en later stapsgewijs te introduceren als de speler wat verder is.

Verslavingsaspecten: Hoewel dit voor zich spreekt is het wel belangrijk om te onthouden. Wat maakt een game verslavend? Een combinatie van alle facetten van game design (graphics, geluid, gameplay en gebruikersgemak) die elkaar complimenteren.

Muis besturing: De makkelijkste vorm van besturing is de muis. Elke gebruiker ongeacht zijn ervaring met een computer kan met een muis overweg. Games met muis besturing als kern gameplay hebben daarom een enorm voordeel. Games kunnen wel een toetsenbord besturing hebben maar dat is het vaak beperkt tot de pijltjestoetsen en 1 actie knop.

High Score: Score bijhouden werkt als goede psychologische motivatie. Bij elke hoog tempo actie game is een high score lijst een vereiste.

Save Games: Als je game langer dan 15 minuten duurt om uit te spelen dan dien je als regel een save optie toe te voegen. Hierdoor bied je de mogelijkheid voor een korte speel sessie en tegelijk hoeven de terugkerende spelers niet elke keer van vooraf aan te beginnen.

In een andere Whitepaper over casual games, geschreven door de International Game Developers Association, komen veelal dezelfde punten naar voren. Aansluitend worden een aantal andere belangrijke aspecten van casual game design genoemd.

Voortgang tonen: Het is belangrijk om de speler een einddoel te geven zodat hij/zij iets heeft om naar toe te werken. Veel games gebruiken de simpele metafoor 'levels' waarbij bij de speler een X-aantal levels moet uitspelen om de game te voltooien. Andere manieren zijn een high score lijst bij houden of om de hoofd karakter te volgen door een verhaal heen met een duidelijke einddoel. Hoe de manier ook is, het is belangrijk om dit visueel weer te geven. Een manier om dit te doen is door een zogenoemde 'world map' weer te geven en tussen de levels door die te updaten. De speler heeft dan directe feedback op zijn progressie in de game en weet hoe lang het nog duurt voordat de einddoel bereikt is.

Verhaal en karakters: Je moet eerst nagaan of een verhaal zinvol is voor jou game. Veel simpele puzzel games hebben dit niet nodig maar het kan wel een enorme toegevoegde waarde hebben. Een goede verhaal lijn kan erg verslavende werking hebben gecombineerd met een karakter waar de speler emotionele waarde aan kan hechten. Let wel bij keuze van je verhaal/thema op de voorkeuren van je doelgroep.

Als je ervoor kiest een verhaal en karakters toe te voegen, hou het zo simpel mogelijk. Spelers willen niet pagina's lange dialogen voorgeschiedt krijgen. Hou je verhaal kort en krachtig en onderschat de fantasie van de speler niet. Niet alles hoeft tot in de details te worden uitgelegd. De speler krijgt extra voldoening door de lege plekken zelf in te vullen wat ook voor diepgang en betrokkenheid in jou verhaal zorgt. Maak daarom zo veel mogelijk gebruik van beeld in plaats van dialoog om je verhaal vorm te geven. Zorg er ook voor dat de speler ingezogen wordt in jou spel wereld en verbreek niet die illusie met teksten als "Hallo speler, druk nu op de spatie op je toetsenbord".

Muziek en Geluid: Muziek en geluid toevoegen aan je game zijn een goede manier om de gameplay te versterken. Geluidseffecten zijn nuttig het geven van feedback zowel positief of negatief. Muziek heeft als toegevoegde waarde dat het sfeer versterkend is. Met verschillende soorten muziek kun je aan hetzelfde beeld een andere emotie oproepen.

4.2 Enquête

Hier volgen de resultaten van mijn online enquête die door verschillende tiener meiden is ingevuld. Ik zal de verschillende vragen uit de enquête aanvullen met extra observaties.

Aangezien er een gering aantal meiden de enquête hebben ingevuld kunnen er niet al te keiharde conclusies hieruit worden ontleend. Deze gegevens dienen daarom als een impressie van de persoonlijke meningen van de gehele doelgroep. Voor een overzicht van de specifieke enquête vragen en antwoorden zie bijlage A.

4.2.1 Leeftijd

De leeftijden van de meiden die de enquête invulden lagen tussen de 14 en 21 jaar. Het gemiddelde ligt rond de 16 jaar.

4.2.2 Afkomst

De deelnemende meiden waren voornamelijk afkomstig uit Europa en Noord Amerika. Dit weerspiegelt eerder de doelgroep van de websites waar ik de enquêtes heb gepost dan dat het een accurate beeld geeft van alle gamende meiden in het algemeen.

4.2.3 Game uren per week

De grootste gedeelte van de ondervraagden besteedde minder dan 10 uur per week aan gamen. Maar een klein percentage game meer dan dat. Het gemiddelde ligt rond de 1 uur of minder per dag.

4.2.4 Favoriete genres

De meest genoemde genres waren Puzzel en Denk spellen, Platform spellen en simpel Arcade/Behendigheid spellen. Er waren ook een aantal meiden die aangaven alle genres te spelen.

4.2.5 Favoriete webgames

Een aantal games die door de meiden genoemd zijn als favoriet vallen onder de meest uiteenlopende categorieën. De meeste van de genoemde games vielen echter onder de eerder benoemde favoriete genres.

Simpele puzzel spellen waren enorm populair onder de meiden. Bejeweld, Zuma en alle mogelijke klonen hiervan werden veel gespeeld. Deze spellen zijn vaak niet meer dan simpele kleuren of vormen matchen en daarmee veel punten verdienen.

Cake Mania en dergelijk bediening spellen werden ook vaak genoemd. Het draait hier om punten te verzamelen door zo snel mogelijk de orders van de klanten klaar te maken.

Platform en behendigheid spellen werden ook vaak benoemd als favorieten. Los van een aantal specifieke voorbeelden waren er niet bepaalde trends of voorkeuren te bespeuren. Wel viel het op dat de platform spellen simpele behendigheid vaardigheden vereisten of puzzels bevatten.

Opmerkelijk was dat de spellen van een onafhankelijke game designer genaamd Ferry Halim een aantal keer werd genoemd. Zijn games stellen niet veel voor in termen van game design of uitgebreide gameplay elementen, het zijn merendeels simpele behendigheid spellen waarbij 1 simpele handeling vereist word. Zijn games hebben wel stuk voor stuk een unieke presentatie met erg artistieke beelden.

4.2.6 Belangrijke gaming elementen

Goede kwaliteit, originaliteit, uitdaging waren termen die veel naar voren kwamen als belangrijke elementen. Die meiden gaven aan een verzorgde game te willen spelen die wel wat uitdaging gaf. Een aantal van de meiden gaven ook aan de zij een beetje tempo in de game willen waardoor het spannend was en wat vergde van hun behendigheid.

Wat ik wel verrassend vond was dat veel meiden aan gaven dat ze mooie graphics belangrijk vonden. Ik had niet verwacht dat zij dit zo belangrijk zouden vinden maar meer waarde zouden hechten aan goede verslavende gameplay. Dit verklaard waarschijnlijk ook waarom de simpele maar toch uiterst artistieke games van Ferry Halim geliefd zijn.

Net zoals als bij mijn web research gaven een aantal meiden in de enquête aan dat verhaal een belangrijke element voor ze was. Dit waren voornamelijk de meiden met een brede smaak van games en die gemiddeld meer uren besteden aan games. De meiden die erg simpele games speelde hadden vrijwel geen eisen en gaven geen belangrijke elementen voor games op.

4.3 Statistieken

Dit is een overzicht van de statistieken van de gameportal Flashplay in de tijdsperiode van Februari tot September 2008.

4.3.1 Top 5 meest populaire games

Naam	Aantal Hits	Genre	Gemiddeld Cijfer (1-5)
Tetris	9361	Behendigheid	3
Pacman	7231	Behendigheid	3
Spider Solitaire	7202	Kaart	3
Super mario 64	6245	Mario	4
Kussen op Kantoor	5979	Avontuur	4

De populariteit van de top 5 is te danken aan de naamsbekendheid van de spellen. Tetris, Pacman en Mario zijn gevestigde namen/spellen in de industrie en die zullen altijd populair onder gamers blijven. De vreemde eend in de bijt is Kussen op kantoor. Het is opmerkelijk dat dit simpele spelletje zoveel hits scoort. De naam van het spel is vermoedelijk meer verantwoordelijk voor deze populariteit dan de gameplay zelf.

4.3.2 Totaal aantal hits per genre

Genre	Totaal Aantal Hits
Behendigheid	42372
Avontuur	28627
<i>Paarden</i>	<i>28215</i>
Mario	28115
<i>Opmaak</i>	<i>26418</i>
Kaart	24234
Puzzel	20324
Strategie	18891
Race	16960
Multiplayer	15825
Voetbal	14664
Schiet	13524
Sport	13130
Vecht	6796

Als je de cijfers van Flashplay en de uitkomst van de enquête vergelijkt zijn parallellen te bespeuren. Behendigheid, avontuur en puzzel spellen zijn in beide lijsten hoog genoteerd.

Paarden en opmaak spellen scoren hoog vanwege de enorme populariteit bij de jonge meisjes die net buiten de doelgroep vallen. Dit zijn vaak spellen die weinig uitdaging bieden en een niche positie in de markt vervullen. De meiden uit de enquête lieten doorschemeren dat zij liever wat meer diepgang en uitdaging in hun spellen prefereren.

5. Conclusies probleemstelling

Aan de hand van de gegevens die ik heb verzameld geef ik antwoord op de eerder vermelde probleemstellingen.

5.1 Hoofdvraag

Wat voor web(casual)games spelen tiener meiden het liefst?

Tiener meiden spelen het liefst simpel op te pakken webgames die wel enig vorm van uitdaging en herspeelbaarheid bieden. Puzzel en behendigheid spellen zijn daarom geliefde genres.

5.2 Subvragen

5.2.1 Subvraag I

Wat zijn de verschillen in interesses en eigenschappen tussen jongens en meiden en hoe vertaald dat zich naar algemene gaming voorkeuren?

Meiden willen beloond worden voor sociaal gedrag en het vinden van creatieve oplossingen. Jongens zijn erg competitief en worden liever beloond door het uitschakelen van de tegenstander. Meiden willen ook een verhaal en sterke karakter waarmee zij zich kunnen identificeren. Jongens hebben lieve super helden die in een fantastische buitenaards omgeving dood en verderf zaaien.

5.2.2 Subvraag II

Wat zijn de favoriete webgame genres van tiener meiden en waarom?

Puzzel, platform, en simpele behendigheid spelletjes zijn het meest populair. Veel meiden zijn niet vies van uitdagende spelletjes maar besteden te weinig tijd aan gamen voor al te uitgebreide speel sessies. Zij willen snelle vermaak waarbij relatief weinig input voor maximale beloningen zorgt. Wel zeggen veel meiden dat als ze eenmaal een spelletje leuk vinden dat ze het voor uren achter elkaar kunnen spelen.

5.2.3 Subvraag III

Welke richtlijnen moet Feltron volgen om de (her)speelbaarheid van de game verhogen?

Het is verstandig de algemene richtlijnen om een casual game te ontwerpen te volgen, hou het simpel maar bied wel uitdaging. Om ervoor te zorgen dat de webgame specifiek tiener meiden aanspreekt moet een passende thema gekozen worden. Vermeid gewelddadige en fantasierijke thema's en blijf bij gewone of alledaagse thema's die herkenbaar zijn. Vanzelfsprekend is dat de game valt onder 1 van de favoriete genres van de meiden.

Veel meiden gaven aan te houden van visuele pracht en praal, een sterke visuele presentatie is daarom enorm belangrijk. Hier geldt ook, houd de presentatie herkenbaar en zorg voor een warme kleuren pallet.

6. Slotconclusie

Elke gamer is anders. Erg gewelddadige games of schiet spellen zullen altijd beter bij de jongens aanslaan, maar meiden spelen ze ook. Puzzel en RPG games zullen altijd gretig aftrek bij de meiden vinden, maar jongens spelen ze ook. De illusie dat gamen een exclusief jongens ding is en games voor meiden roze moeten zijn met paarden en elfjes in betoverende bossen geldt al lang niet meer. Meiden spelen tegenwoordig ook dezelfde populaire games die ook bij de jongens geliefd zijn, kwaliteit is immers niet sekse gebonden. Maar om de grootste gedeelte van een doelgroep aan te spreken zijn er wel een aantal trends en voorkeuren waar je rekening mee moet houden.

Casual games zijn in het algemeen makkelijk op te pakken games die zich lenen voor korte speel sessies. Hierdoor zijn ze geliefd bij de doelgroep tiener meiden. Hoewel de groep van meiden die zichzelf onder de noemer 'hardcore gamer' kunnen scharen met de dag groter word, de meeste meiden hebben nog steeds voorkeur voor games met een lage instap drempel en zichzelf als 'casual gamer' zouden bestempelen. Zij spelen games ter ontspanning, als tijdverdrijf en om aan de realiteit te ontsnappen. Simpele puzzel, platform en behendigheid spellen zijn daarom geliefde genres.

Om een webgame te creëren die bij deze doelgroep aansluit moet er een aantal richtlijnen worden gevolgd. Zorg dat de controles intuïtief zijn, zorg voor simpel te begrijpen gameplay elementen, beloon de speler rijkelijk en straf de fouten niet te veel af. Dit zijn enkele voorbeelden van hoe je ervoor zorgt dat je casual game plezierig is om te spelen en daardoor een breed doelgroep van casual gamers zal aantrekken. Veel van de eisen en elementen die door de meiden van de enquête als belangrijk werden aangekaart komen ook naar voren bij algemene richtlijnen van casual games design.

Wat doelgroep specifiekere eisen zijn verhaal en interessante karakters. Veel meiden gaven aan dat zij dit als belangrijke elementen van een game beschouwden en dit werd door veel artikelen bevestigd. Veel genres en spel ontwerpen van casual games zullen zich echter niet lenen voor een uitgebreid verhaal. Bij de juiste toepassing kan het daarentegen wel een enorm toegevoegde waarde hebben.

De keuze van een thema is wel van enorm belang en van toepassing op alle genres. Hou de thema identificeerbaar door herkenbaar karakters en omgevingen te kiezen in plaats van de fantasie rijkere thema's die meer bij de jongens zullen aanslaan. Dit allemaal weergegeven met een sterke visuele presentatie ondersteund door vrouwvriendelijke kleuren zal door de doelgroep enorm gewaardeerd worden.

Ongeacht spel genre, thema of doelgroep, een goede game is een goede game. Plaats de belangen en speel beleving van de speler boven je eigen voorkeuren als game designer. Hierdoor zal kwaliteit en speel plezier gepaard gaan met succes en een enthousiaste doelgroep.

7. Samenvatting

Om de gameportal (www.webgamesforgirls.com) te promoten wil Feltron een webgame laten ontwikkelen die toegespitst is op de doelgroep tiener meiden. Dit doelgroep analyse dient te onderzoeken wat voor eigenschappen en voorkeuren de meiden hebben betreft games.

Ik heb met een duidelijke probleemstelling gedefinieerd wat ik precies wou onderzoeken. Aan de hand van internet research, een enquête en speel statistieken heb ik genoeg informatie verzameld om antwoord te geven op mijn specifieke probleemstellingen.

Verschillende bronnen leverden vergelijkbaar resultaat op. Mannen en vrouwen hebben sekse gebonden eigenschappen en voorkeuren. Hier dient men rekening mee te houden bij het ontwikkelen van een webgame om te zorgen dat het bij de doelgroep zal aanslaan.

Met hulp van een aantal subvragen heb ik uiteindelijk antwoord kunnen geven op de hoofdvraag: *Wat voor web(casual)games spelen tiener meiden het liefst?*

Het antwoord wat ik erop gevonden heb is: Tiener meiden spelen het liefst simpel op te pakken webgames die wel enig vorm van uitdaging en herspeelbaarheid bieden. Puzzel en behendigheids spellen zijn daarom geliefde genres.

8. Bijlagen

Dit is een overzicht van de uit de enquête naar voren gekomen resultaten. Ik heb de enquête op verschillende game en populaire meiden websites gepost.

Enquête vragen:

1. Hoe oud ben je?
2. Wat is je afkomst?
3. Hoe veel uur per week speel je webgames?
4. Wat zijn jou favoriete genres van webgames?
5. Post een link van 1 van jou favoriete webgames en geef aan waarom je de game leuk vind.
6. Wat zijn specifieke elementen die jij leuk vind of zoekt in andere games?

Enquête antwoorden:

#1

1. 15
2. USA
3. Rond 10 uur
4. Alle genres
5. <http://www.kongregate.com/games/arawkins/dolphin-olympics-2>
Altijd een dolfin willen zijn en de ruimte in springen is erg leuk.
6. Herspeelbaarheid.

#2

1. 14
2. Brazilië
3. 2
4. Actie en avontuur, Platformers en Simulatie
5. Ja, Punk-o-matic <http://www.newgrounds.com/portal/view/147276>
6. Iets wat leuk is maar TE uitdagend.

#3

5. 21
6. Engeland
7. 15
8. Actie/Avontuur en Platformers
9. Platform racing 2 <http://www.kongregate.com/games/Jiggmin/platform-racing-2>
10. Uitdagend, spannend, afwisselend.

#4

5. 14
6. VS
7. 16
8. Actie/Avontuur, Schietspellen, Platformers en Sport
9. The Last Stand 2 <http://www.newgrounds.com/portal/view/439275>
10. Geen

#5

1. 15
2. Australië
3. 5
4. Actie/Avontuur, Puzzel, Simulatie en Arcade/Behendigheid spellen
5. Voornamelijk de games op www.ferryhalim.com/orsinal
6. Ik hou enorm veel van simulatie spellen zoals de Sims. Helpt mij leren omgaan met dagelijkse situaties.

#6

1. 15
2. VS
3. 2
4. Puzzel, Strategie, Arcade/Behendigheid
5. Voornamelijk puzzel spellen.
6. Geen

#7

1. 14
2. Engeland
3. 12
4. Actie/Avontuur, Puzzel, Strategie, Platformers.
5. Puzzel games, Escape games
6. Grote levels met veel om te ontdekken.

#8

1. 18
2. Nederland
3. 7
4. Actie/Avontuur, Puzzel, Strategie, Platformers.
5. Voornamelijk games van Ferry Halim.
6. Uitdagend maar ook een goed verhaal.

#9

1. 19
2. VS
3. 12
4. Ik hou van alle genres
5. Ja, intressant 'fun' titles zoals Coil en Dad n' Me.
<http://www.newgrounds.com/portal/view/422918>
<http://www.newgrounds.com/portal/view/254456>
6. Interessante verhaal lijnen.

#10

1. 16
2. Nederland
3. 15 minuten ofzo
4. Geen idee speel altijd van die bediening en hotel spelletjes.
5. Bediening, gewoon vind t geinig.
6. Eigenlijk niet iets bijzonders

#11

1. 17
2. Nederland
3. 1
4. Denkspelletjes, Tijdspelletjes, Behendigheidspeletjes
5. <http://spele.nl/game/bediening/hotdogbush.html>
Ik vind het gewoon keileuk haha en probeer elke keer verder te komen.
6. Goeie kwaliteit, niet van die pixelige spelletjes, verder maakt het niet heel veel uit.

#12

1. 15
2. Nederland
3. 2
4. Actie, strategie, puzzel
5. www.zylom.nl Bricks of Atlantis, Zuma en Cake Mania)
6. Goede kwaliteit, originaliteit

#13

1. 18
2. Nederland
3. 0,5
4. Denk spellen
5. Spellens op spele.nl , makkelijk te onthouden
6. Ik hou wel van gamen, maar niet echt webbased. Wat ik irritant vind aan die webbased dingen is dat je vaak het geluid niet uit kan zetten, dan heb ik er al geen zin meer in.

#14

1. 19
2. Nederland
3. 7
4. Dress up, platform, race en behendigheid spelletjes
5. <http://spele.nl/game/bubbletrouble/bubbelstruggle.html>
Ik kan uren met dit spelletje bezig zijn omdat er snelheid en behendigheid bij komt kijken en er zijn een heleboel levels om uit te spelen.
6. Ik wil mijn behendigheid/snelheid kunnen testen in games maar ook gewoon langer er mee bezig moeten zijn, zodat het goed tijdverdrijf en anti-verveling is. Maar de game moet er grafisch wel goed uit zien, anders trekt het me veel minder.

#15

1. 16
2. Nederland
3. 0.5
4. Time management
5. Cake Mania
6. Geen

#16

1. 18
2. Nederland
3. 0,5
4. Denk, Puzzel, Behendigheid
5. <http://www.zylom.nl> en dan eigenlijk heel veel spelletjes.
6. Er moet een duidelijk opbouw zijn in de levels, maar niet te langzaam. Het moet dus uitdagend zijn. Ik zou het zelf leuk vinden als je zou kunnen opslaan waar je bent gebleven want dat kan heel vaak niet bij dat soort games.

#17

1. 20
2. Nederland
3. Iedere dag een uur ofzo, dus 7 uur per week
4. Van die drie-op-een-rij spelletjes en bediening/taartenbakken enzo.
5. Pastry Passion - Leuke plaatjes, en er is wel een beetje een doel zeg maar, je moet combi's maken met ingrediënten om zo een taart te maken waar je dan weer punten voor krijgt. Vind ik leuker dan alleen maar doelloos combi's maken (zoals bejuweled) Cakemania - leuke plaatjes, leuke graphics, en het moet ook wel een beetje snel kunnen gaan haha.
6. Leuke graphics, een beetje snelheid en niet te veel lullen.

#18

1. 21
2. Nederland
3. Dat verschilt. Soms speel ik twintig uur in de week, soms een week helemaal niet.
4. Dat ligt aan mijn stemming, maar ik denk dat ik denkspellen wel leuk vind.
5. <http://www.escapegames24.com>
Een site waar veel escape games op staan die ik wel leuk vind.
6. Ehm, ik houd van spellen waar je een beetje bij na moet denken, zodat het extra leuk is als je het uitspeelt (uitdagend dus). Ook vind ik spellen waarbij je snelheid en/of behendigheid telt erg leuk, zoals arcade spellen.

#19

6. 21.
7. Engeland
8. 5
9. Strategie, Simulatie en RPG
10. Ik hou van Tower Defense en Sim Date games.
11. Een diepe verhaal. Goede graphics. Tijdverdrijvend.

Bijlage II: Plan van Aanpak

1. Inleiding

Een internet bedrijf in Boxmeer, genaamd Feltron (www.feltron.nl), wil zijn markt uitbreiden. Gezien de populariteit van casual gaming op dit moment willen zij zich binnen deze bedrijfstak ook manifesteren. Feltron wil gameportals lanceren die casual games aanbieden.

Naast een game portal die toegespitst is op jongens en mannen hebben zij ook een gameportal die gericht is op tiener meiden (www.webgamesforgirls.com). Om deze portal te promoten willen zij een flash game laten ontwikkelen voor deze specifieke doelgroep. Omdat het bedrijf oorspronkelijk zijn achtergrond in internet heeft (voornamelijk PHP en webdesign), zijn zij opzoek gegaan naar expertise van buitenaf om dit te realiseren.

Dit plan van aanpak beschrijft hoe dit project tot stand kan komen. Er zijn een aantal stappen die genomen moeten worden voordat de game als eindproduct kan worden gerealiseerd.

2. Project omschrijving

2.1 Doelstelling

De doelstelling van dit project is de gameportal voor meiden promoten door middel van een game ontwikkelen die aansluit bij de doelgroep. Hoe dit wordt aangepakt wordt beschreven in de probleemstelling.

2.2 Probleemstelling

Om een game te creëren dat bij de doelgroep aansluit zal er eerst gekeken moeten worden naar wat voor eisen de game aan moet voldoen. Door een vooronderzoek te verrichten kunnen de eigenschappen en voorkeuren van de doelgroep worden achterhaald. Achteraf moet er door middel van testen naar de gemaakte keuzes worden gekeken of die juist waren.

2.3 Op te leveren

Om te zorgen dat de project tot een succesvol einde kan komen zullen er een aantal op te leveren producten vereist worden.

Onderzoeksrapport

Tijdens dit onderzoek zal er gekeken worden naar de doelgroep. Verschillende manieren van informatie vergaren zullen inzicht geven op de doelgroep specifieke eisen en wensen. De uitkomsten hiervan zullen verwerkt worden in een onderzoeksrapport.

Game concept

Naar aanleiding van de naar voren gekomen resultaten van het onderzoeksrapport kan een game concept worden bepaald.

Game Beta

Een belangrijk mijlpaal in dit project is de eerste versie van de game ook wel Beta-versie genoemd. Alle gegevens die tijdens het vooronderzoek naar voren zijn gekomen zullen verwerkt worden in deze eerste versie van de game.

Testrapport

Met de prototype kan er worden getest of de game daadwerkelijk aansluit bij de doelgroep. De uitkomsten daarvan zullen verwerkt worden in een testrapport.

Eind product (Uiteindelijke versie game)

Naar aanleiding van eventuele opmerkingen en inzichten die bij het testen naar voren komen zal de game aangepast moeten worden. Inclusief deze veranderingen zal de game verder gepolijst moeten worden om als uiteindelijke eindproduct te worden opgeleverd.

2.4 Eisen

Er is 1 simpel eis waar het project aan moet voldoen: De ontwikkelde game moet bij de doelgroep aansluiten.

2.5 Beperkingen

De enige beperkingen aan het project zijn van technische aard. De game moet ontwikkeld worden in Flash omdat dit de meest gebruikte technologie is voor web games. De technische beperking van dit project is dat er binnen de technische limieten van flash moet worden gewerkt.

3. Werkwijze

Omdat het eindresultaat een fysiek product betreft zal het een ontwikkel project zijn. Tijdens het project zullen verschillende fasen worden doorgelopen die uiteindelijk voor een eindproduct zullen zorgen.

Het project zal worden opgedeeld in 4 fasen:

- Voorbereidingsfase
- Ontwerpfase
- Ontwikkelingsfase
- Afrondingsfase

3.1 Voorbereidingsfase

Dit is de eerste stap in het project. Dit zal een uitvoerig onderzoek zijn naar de eigenschappen en voorkeuren van de doelgroep.

Op te leveren product: Onderzoeksrapport

3.2 Ontwerpfase

De volgende fase is het ontwerpfase. Nadat alle specificaties en eisen zijn vastgesteld waar het project aan moet voldoen zal ik een game concept opstellen die daarop aansluit.

Op te leveren product: Game concept

3.3 Ontwikkelingsfase

Na de ontwerpfase komt de ontwikkelingsfase. Tijdens deze fase zal aan de game worden gewerkt. Wanneer er een speelbaar versie af is kan er getest worden. Naar aanleiding van het testen zal er een rapport worden opgesteld.

Op te leveren product: Beta-versie Game en Testrapport

3.4 Afrondingsfase

Tijdens de laatste fase zullen nog alle puntjes op de i worden gezet. Als er nog aanpassingen nodig zijn die naar voren zijn gekomen tijdens het testen dan zullen die nog in de game worden geïmplementeerd. Uiteindelijk zal dit een laatste versie van de game opleveren.

Op te leveren product: Eindproduct

4. Project Inrichting

4.1 Organisatie

De rol van projectleider en alle uitvoerende taken binnen het project zullen worden voltooid door mijzelf (Chris Kamp).

De begeleiding van school zal door afstudeer begeleider Monique Dullaart zijn. Vanuit Feltron zal Paul Rovers de rol van begeleider tot zich nemen.

4.2 Administratie

De communicatie tussen de projectleider en de begeleiders zal schriftelijk en verbaal van aard zijn. Dit zal via e-mail en persoonlijke gesprekken gaan.

4.3 Financiën

Een zijn geen extra financiën nodig om dit project te voltooien.

4.4 Informatie

Voor het verzamelen van informatie zal ik voornamelijk Internet als medium gebruiken. Voor het testen zal ik de doelgroep zelf benaderen.

4.5 Technieken

Tijdens het uitvoeren van het project zal ik gebruik maken van de faciliteiten die door Feltron worden aangeboden.

5. Planning

Hier volgt een globale planning.

Totaal aantal weken 16

Vorbereidingsfase:	Week 1 – 3	1 September – 21 September
Ontwerpfase:	Week 4	22 September – 28 September
Ontwikkelfase:	Week 5 – 12	29 September – 30 November
Afrondingsfase:	Week 13 – 16	1 December – 14 December

Bijlage III: Resultaten Enquête Game Test.

Enquête

10. Hoe oud ben je?
11. Hoe veel uur per week speel je webgames (internet spelletjes)?
12. Wat is jouw favoriete webgame en wat maakt het jouw favoriete spel?
13. Heb je een favoriete games website waar je vaak komt en waarom ga je juist daarheen?
14. Vond je de game leuk om te spelen? Geef aan wat je wel of niet leuk aan vond:
15. Wat vond je van de besturing?
16. Wat vond je van de moeilijkheidsgraad? (omcirkel jouw antwoord)
veel te makkelijk / makkelijk / precies goed / moeilijk / veel te moeilijk
17. Wat vind je van hoe het wordt gepresenteerd (grafisch / geluid)?
18. Overige commentaar:

Resultaten

#1

1. 11
2. 7
3. Stardoll: Ik wil later modeontwerpster worden.
4. Spele.nl en Stardoll: Je kunt er je eigen poppetje hebben.
5. Ja wel lollig
6. Irritant. Als je wilt klikken ga je soms van blad verwisselen
7. Veel te makkelijk
8. Kwa plaatjes wel leuk. Had geen geuild aan.
9. Het is en beetje kinderachtig vind ik.

#2

1. 12
2. 1
3. Bomberman en Aankleden
4. Girlsgogames.nl
5. Ja echt wel. Leuk en spannend.
6. Goed en toch ook raar.
7. Pricies goed
8. Gewoon prima
9. Geen

#3

1. 12
2. 1
3. Opmaak spellen
4. Spele.nl en Stardoll
5. Ik vond het wel leuk maar wel vermoeiend
6. Goed
7. Makkelijk
8. Goed
9. Geen

#4

1. 12
2. 6
3. Makeover en behendigheids spelletjes: De kleertjes uitzoeken en klanten helpen.
4. Spele.nl Je kunt daar veel games uitzoeken
5. Ik vind het superleuk. De spanning is wel leuk.
6. Gemakkelijk te besturen
7. Precies goed
8. Goed en leuk
9. Ga zo door met zulke games. Meisjes vinden schattige dieren leuk!

#5

1. 12
2. 3
3. Schietspellen, avontuur en opmaak
4. Spele.nl en Stardoll. Omdat opmaken leuk is.
5. Vond het wel leuk maar kreeg lamme vinger.
6. Gaat wel
7. Veel te makkelijk
8. Dat is wel leuk.
9. Geen

#6

1. 12
2. 7
3. Bediening
4. Spele.nl
5. Ja maar je word snel gestrest of je het gaat halen met de tijd.
6. Fijn dat je met de muis of toetsen kon bedienen
7. Precies goed
8. Geluid niet gehoord maar voor de rest wel leuk
9. Het is ook wel leuk voor jongens!

#7

1. 11
2. 8
3. Geen
4. Spele.nl
5. Ja want je gaat niet dood.
6. Goed
7. Precies goed
8. Geluid stond zachtjes
9. Is vast ook wel leuk voor jongens.

#8

1. 11
2. 2
3. Helicopterspel: Het is wel uitdagend.
4. Spele.nl
5. Ja
6. Wel goed, makkelijk
7. Makkelijk
8. Het geluid werkte niet.
9. LEUK!

#9

1. 12
2. 2
3. Bomberhockey: Je kan het met zn 2en doen
4. Spele.nl
5. Superleuk! Leukste waren de pluspunten en de wespen die moest ontwijken. Niet leuk was de tijd die steeds af ging.
6. Best makkelijk en goed
7. Precies goed
8. Plaatjes waren erg mooi.
9. SUPER!!!

#10

1. 11
2. 2
3. Bomberhockey: Omdat je het met zijn 2en kan doen.
4. Spele.nl
5. Ja ik vond het wel grappig
6. Makkelijk
7. Precies goed
8. Beeld mooi! Geluid niet gehoord.
9. Ik vind het ook wel leuk voor jongens.

#11

1. 12
2. 8
3. Habbo: Omdat je met je vrienden kan kletsen.
4. Alleen Habbo
5. Ja wel grappig
6. Gewoon
7. Precies goed
8. Geluid was een beetje eentonig
9. Leuk

#12

1. 11
2. 1
3. Bomberman
4. Spele.nl
5. Leuk, grappig en apart
6. Handig
7. Precies goed
8. Mijn geluid werkte niet
9. Geen

#13

1. 12
2. 12
3. Cubefield: Het is verslavend want je moet dingen ontwijken en zo kom je steeds verder.
4. Spele.nl Zijn heel veel spelletjes
5. Ik vond het wel leuk. Leuk = vliegen, Nietleuk = Wespen
6. Wel handig
7. Veel te makkelijk
8. Ik vind het er erg mooi uitzien
9. Leuk spel.

#14

1. 12
2. 8
3. Mario spel: Het is een avontuur en je kunt hele leuke dingen doen
4. Funnygames.nl : Omdat er allemaal leuke spellen zijn
5. Ik vond het erg leuk om de vliegjes op te eten. Ik vond het niet erg dat er wespen waren.
6. Best wel lastig
7. Makkelijk
8. Ik vond het er wel mooi en grappig uitzien
9. Het is en leuk spel.

#15

1. 12
2. 40
3. Call of Duty: Ik vind schieten leuk en dat jongens door meisjes gekillt worden omdat er niet veel meiden spelen.
4. Warrock voor de clanwars die we doen.
5. Ik vond het gewoon niet zo leuk. Ik hou niet van softe games!
6. Vreselijk irritant!
7. Veel te makkelijk
8. 3D is mooier vind ik.
9. Maak ook een Schietspel!!!

#16

1. 12
2. 10
3. Habbo: Je speelt samen met andere mensen en je moet ook geld verdienen.
4. Habbo: Het is gewoon leuk en je hebt veel meer gewone spelletjes.
5. Ja, moest telkens een andere kleur vlieg pakken en de kikker is wel grappig.
6. Grappig maar ook lastig
7. Precies goed
8. Leuk, mooi gemaakt!
9. Ik het vond het spel leuk en mooi eruit zien. Het was ook wel leuk om te besturen.

#17

1. 11
2. 7
3. Habbo: het is gezellig want je kan er veel mensen op ontmoeten.
4. Habbo
5. Ja. Alleen om heel lang te spelen niet want dan word het een beetje saai.
6. Wel fijn
7. Precies goed
8. Ik heb geluid niet gehoord maar het zag er goed uit.
9. Ik vond het spel wel leuk