

# Het playtesten van games

Het is belangrijk om tijdens het ontwikkelproces een game regelmatig te testen. Playtesten, zoals dit heet, gebeurt niet alleen om fouten uit de game te halen, maar ook om te ontdekken of de game leuk is om te spelen. De speelervaring van de speler is echter niet zomaar te achterhalen. Hoe kan het proces van playtesten worden georganiseerd zodat er betrouwbare en waardevolle feedback uit voortkomt? Deze handout van het Expertisecentrum voor Games en Game Design geeft tips en informatie over dit onderwerp.

Om een goede game te maken is het van belang dat deze zo vroeg mogelijk en vaak in het designproces wordt getest.<sup>1</sup> Op die manier krijgen gamedesigners veel feedback zodat de game daarna kan worden verbeterd. Het krijgen van nuttige, objectieve feedback is echter niet eenvoudig: het playtesten van een game vereist een zorgvuldige aanpak. Daarom is het belangrijk om van tevoren te formuleren wat er precies moet worden getest en waarom.<sup>2</sup> Er kan worden getest op de moeilijkheidsgraad, een bepaalde functie in de game of heel breed: is de game leuk om te spelen? Op basis van die doelen moet er een of meerdere methodes worden gekozen, zoals een enquête of een groepsdiscussie. Hierbij moeten verschillende feedbackvormen in acht worden genomen: is er veel kwantitatieve data nodig of is er ook behoefte aan diepgaande, kwalitatieve feedback?<sup>3</sup> Voor een zo compleet mogelijk overzicht is het belangrijk om feedbackvormen te combineren: alleen op die manier krijgen gamedesigners een goede indruk van de speelervaring.

## Participanten

Om te beginnen kies je de mensen die aan de playtest deelnemen:

- Test met mensen die je niet kent. Vrienden en familieleden zijn net als

jijzelf bevooroordeeld: zij zullen de game altijd positiever beoordelen.<sup>4</sup>

- Test met mensen die onder de doelgroep vallen. Zij zijn representatief voor de mensen die uiteindelijk de game zullen gaan spelen, dus zo kun je erachter komen of deze groep de game leuk vindt.<sup>5</sup>
- Test met verschillende soorten spelers, bijvoorbeeld met competitieve spelers of mensen die de grenzen van het spel verkennen. Op deze manier kunnen fouten in het spel makkelijk worden opgespoord en krijg je inzicht in het diverse speelgedrag van mensen.<sup>6</sup>



Test voor GATE Health pilot bij Revalidatiecentrum De Hoogstraat

- Test met dezelfde groep mensen die je een paar keer uitnodigt om hetzelfde product te spelen. Volgens Randy Pagulayan is dit een goede methode om

gestructureerde evaluatie te krijgen, omdat participanten kunnen reageren op de wijzigingen in verschillende iteraties van de game.<sup>7</sup>

- Test met drie tot vijf mensen in het begin, en later in het proces met meer mensen.<sup>8</sup> Met weinig deelnemers is het lastig om de resultaten te generaliseren, met teveel deelnemers is het moeilijk om diepgaande feedback te krijgen.

## Omgeving

Elke testomgeving heeft zijn voor- en nadelen. Deelnemers mogen niet worden afgeleid door de omgeving, maar ze mogen zich er ook niet ongemakkelijk voelen. Waar kun je je game playtesten?

- Op het kantoor van de gamedesigner. Dit heeft als voordeel dat alle designers aanwezig kunnen zijn bij de playtest, maar het is geen natuurlijke omgeving voor een participant om te spelen.<sup>9</sup>
- In het huis van de deelnemer. Dit is comfortabel voor de speler, maar volgens Jesse Schell is dit voor designers lastig omdat het lang duurt voordat alle apparatuur is geïnstalleerd en maar een beperkt aantal designers aanwezig kunnen zijn om te observeren.<sup>10</sup> Toch is dit volgens David Tisserand noodzakelijk in het geval van augmented reality games, omdat dit problemen met ruimte en licht in kaart brengt.<sup>11</sup>
- Internet. Door codes of betaversies van de game online te zetten kan je in een klap heel veel mensen je game laten spelen. Het nadeel hieraan is dat je geen precies inzicht hebt in de ervaring van de speler.<sup>12</sup>

**Combineer verschillende methodes om een zo goed mogelijke indruk te krijgen van de speelervaring.**

- Een speciaal playtest lab dat een huiskamer nabootst. Dit is de meest ideale plek, maar helaas wel duur om te realiseren.<sup>13</sup>

## Tijdens de playtest

Het is belangrijk om de deelnemers geen of zeer minimale uitleg te geven van tevoren: je wilt immers testen of de game makkelijk is te begrijpen.<sup>14</sup> Waar moet je precies op letten tijdens de playtest?

- Pas op wat je zegt. Vragen stellen kan spelers afleiden, maar het geeft tegelijkertijd wel waardevolle informatie over dat specifieke moment. Overweeg dus goed hoeveel je zegt.<sup>15</sup>

- Help de speler niet. Laat hem zelf uitvogelen hoe de game werkt. Als de speler echt vastzit en niet verder komt, kun je hem wel helpen.<sup>16</sup>

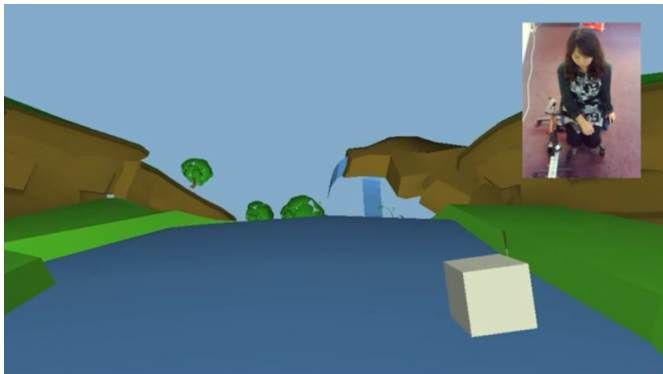
- Moedig de deelnemer aan om hardop te denken. Dit kan meer inzicht geven in de keuzes die de speler maakt.

Niet iedereen is dit echter van nature gewend, dus doe dit niet zomaar bij iedereen: anderen kunnen er namelijk juist gestresst door raken.<sup>17</sup>

- Test kinderen samen. Kinderen zijn minder verlegen in het bijzijn van vrienden en ze leggen de game aan elkaar uit, wat waardevolle informatie oplevert.<sup>18</sup> Let op dat je geen broertjes en zusjes bij elkaar zet – deze maken juist sneller ruzie.<sup>19</sup> Voor meer informatie over testen met kinderen, zie de EGG handout “Doelgroeponderzoek met kinderen”.
- Test sociale games en multiplayer games in een groep. Op deze manier wordt de natuurlijke gamesituatie nagebootst en

in het bijzijn van vrienden voelen mensen zich meer op hun gemak.<sup>20</sup>

- Observeer de lichaamshouding. Jesse Schell raadt aan om de gezichtsuitdrukkingen van deelnemers te filmen.<sup>21</sup> Dit is volgens Mathijs de Jonge niet zinvol omdat Nederlanders niet zo expressief zijn als Amerikanen. De lichaamshouding van iemand zegt volgens Jeroen van der Heijden meer: bijvoorbeeld of iemand onderuitgezakt zit of op het puntje van zijn stoel.<sup>22</sup>



Test met mock-up versie van *Vogels!* (Komodo)

## Objectieve data

Een andere manier om informatie over een game te krijgen is het inzetten van software die registreert wat spelers doen in de game.<sup>23</sup> Denk hierbij aan dingen als hoe snel een speler door de game gaat en waar, hoe vaak en waardoor hij sterft. Welke wapens worden er opgepikt en waar en wanneer komen spelers zonder ammunitie te zitten? Deze methode kan inzicht geven in de moeilijkheidsgraad van een game en waar precies probleempunten liggen. Het is een goede manier om objectieve data te krijgen over de game, maar het is wel aan te raden om deze methode te combineren met interviews: zo kom je er ook achter wat de speler denkt over je game en waarom precies iemand iets voelt.<sup>24</sup>

## Na de playtest

De manieren om feedback te krijgen van de speler zijn zeer verschillend. Elke vorm heeft daarom ook zijn voor- en nadelen.

- Vragenlijst/enquête. Dit is een makkelijke vorm om kwantitatieve data te krijgen, maar het gevaar van vragenlijsten is dat deze data erg vrij is te interpreteren.<sup>25</sup>
- Een één-op-één interview is de beste methode om kwalitatieve data te krijgen. Hier kun je de speler meer diepgaande vragen stellen: wat voelt hij en waarom? Deelnemers kunnen soms positiever antwoorden om de designer niet te kwetsen.<sup>26</sup> Laat ze daarom weten dat ze juist helpen door eerlijk te zijn, want je wil je game verbeteren.
- Een groepsdiscussie met zes tot twaalf mensen geeft deelnemers de mogelijkheid om vrijuit te discussiëren en brainstormen over de game.<sup>27</sup> Let erop dat deze discussie na een individueel interview of vragenlijst plaatsvindt, aangezien participanten elkaar kunnen beïnvloeden.<sup>28</sup>

Geen enkele methode geeft op zichzelf een compleet inzicht in de ervaring van de speler. Het is dus van belang voor je game om deze methodes te combineren: alleen dan kan de game echt verbeterd worden!

Daarnaast is het goed om na te denken over de overdracht van de kennis naar de overige leden van het team. Als bijvoorbeeld alleen de designer getest heeft, is het aan te raden dat deze na de test een korte presentatie geeft aan de betrokken teamleden, zoals artist(s), sound designer(s) en programmeur(s). Zo kan iedereen zijn voordeel doen met de in de test vergaarde informatie.

## Literatuur

- <sup>1</sup> Sztajer, Paul. "How many players should you playtest with?" *Gamasutra*, 18 Jun. 2011. [http://www.gamasutra.com/blogs/PaulSztajer/20110618/7810/How\\_many\\_players\\_should\\_you\\_playtest\\_with.php](http://www.gamasutra.com/blogs/PaulSztajer/20110618/7810/How_many_players_should_you_playtest_with.php)
- <sup>2</sup> Schell, Jesse. *The Art of Game Design: A Book of Lenses*. Burlington: Morgan Kaufmann Publishers, 2008. Pp 390-401.
- <sup>3</sup> Fulton, Bill en Michael Medlock. "Beyond Focus Groups: Getting More Useful Feedback from Consumers." *Game Developer's Conference 2003 Proceedings*, San Jose CA, 2003.
- <sup>4</sup> Fullerton, Tracy. *Game Design Workshop: A Playcentric Approach to Creating Innovative Games*. Burlington: Morgan Kaufmann Publishers, 2008. Pp 248-276.
- <sup>5</sup> zie noot 4.
- <sup>6</sup> Dobson, Emmeline. "Some How's And Why's On Usability Testing." *Gamasutra*, 4 Aug. 2011. [http://www.gamasutra.com/view/news/36344/Opinion\\_Some\\_Hows\\_And\\_Whys\\_Of\\_Usability\\_Testing.php](http://www.gamasutra.com/view/news/36344/Opinion_Some_Hows_And_Whys_Of_Usability_Testing.php)
- <sup>7</sup> Pagulayan, Randy, et al. "User-centered Design in Games." *Handbook for Human-Computer Interaction in Interactive Systems: Fundamentals, Evolving Technologies and Emerging Applications*. Ed. Julie Jacko en Andrew Sears. Mahwah: CRC Press, 2002.
- <sup>8</sup> zie noot 1.
- <sup>9</sup> zie noot 2.
- <sup>10</sup> zie noot 2.
- <sup>11</sup> Tisserand, David. "User testing social & casual games." *Festival of Games*, 2010.
- <sup>12</sup> zie noot 11.
- <sup>13</sup> zie noot 2.
- <sup>14</sup> zie noot 2 en 4.
- <sup>15</sup> zie noot 2.
- <sup>16</sup> Morrison, Brice. "Game Design Tutorial: Making Your Game by Breaking Your Game." *The Game Prodigy*, n.d. <http://thegameprodigy.com/game-design-tutorial-making-your-game-by-breaking-your-game/>
- <sup>17</sup> zie noot 2.
- <sup>18</sup> zie noot 6.
- <sup>19</sup> zie noot 11.
- <sup>20</sup> zie noot 11.
- <sup>21</sup> zie noot 2.
- <sup>22</sup> Hooft, Niels 't. "Testing Killzone: hoe usertesting de nieuwste van Guerrilla beter maakte." *Bashers*, 25 Feb. 2011. <http://bashers.nl/testing-killzone-hoe-usertesting-de-nieuwste-van-guerrilla-beter-maakte>
- <sup>23</sup> zie noot 22.
- <sup>24</sup> zie noot 7.
- <sup>25</sup> Davis, John, Keith Steury, en Randy Pagulayan. "A survey method for assessing perceptions of a game: The consumer playtest in game design." *Game Studies: the International Journal of Computer Game Research*, Okt. 2005. [http://www.gamestudies.org/0501/davis\\_steury\\_pagulayan/](http://www.gamestudies.org/0501/davis_steury_pagulayan/)
- <sup>26</sup> zie noot 4.
- <sup>27</sup> zie noot 25.
- <sup>28</sup> zie noot 4.

Het Expertisecentrum voor Games en Game-Design (EGG) is opgericht om een bijdrage te leveren aan de ontwikkeling van toegepaste games in Nederland. EGG doet dit door zowel (potentiële) opdrachtgevers als ontwikkelaars kennis en advies te bieden. Hierbij richt EGG zich op zowel literatuuronderzoek, afgesloten projecten, als games die in ontwikkeling zijn, en trekt hier praktische lessen uit. Op deze manier ontstaat er een raamwerk van kennis waar zowel opdrachtgevers, ontwikkelaars als onderzoekers op kunnen voortbouwen. Zo hoeft niet ieder project zelf het wiel uit te vinden en kan de Nederlandse gamesector op het gebied van toegepaste games haar innovatieve karakter blijven uitbouwen. EGG is een samenwerkingsproject tussen TNO, de Hogeschool voor de Kunsten Utrecht en Taskforce Innovatie Regio Utrecht. Het project is onderdeel van het overkoepelende project Dutch Game Valley, dat tot stand is gekomen met steun vanuit het landelijke Pieken in de Delta programma van Economische Zaken, en wordt ondersteund door de gemeente Utrecht, de provincie Utrecht en de gemeente Amersfoort.

*Meer informatie:*

[www.expertisecentrumgames.nl](http://www.expertisecentrumgames.nl)

[info@expertisecentrumgames.nl](mailto:info@expertisecentrumgames.nl)