

# ‘Serious games’, om artsen lastige bevallingen te leren

**N**ormaal is het een kwestie die wetenschappers bezighoudt. De klassieke definitievraag: wat maakt games nu games?

Een game is een systeem met spelregels, heeft een doel en spelers hechten waarde aan de uitkomst. Om maar drie elementen te noemen. Er zijn tientallen boeken en honderden academische papers geschreven over deze zoektocht naar een eenduidige omschrijving.

Dat commerciële games als *Tetris*, *Angry Birds* en *World of Warcraft* onder dezelfde definitie moeten vallen is te overzien. Maar games en gametechnologie worden steeds meer toegepast in andere domeinen zoals de gezondheidszorg, de krijgsmacht, het onderwijs, enzovoort. Zijn het dan nog wel games of hebben we het dan over iets anders?

Deze vraag bleek relevanter dan ooit tijdens twee gameconferenties vorige week. Allereerst de *Games for Health Europe*-conferentie in Amsterdam. Honderden gameontwikkelaars, wetenschappers, militairen, medici, ambtenaren en verzekeraars kwamen bij elkaar om kennis te delen over hoe games in te zetten zijn binnen de gezondheidszorg. De toepassingen zijn divers. Van games gericht op beweging en gezond eten tot hyperrealistische simulaties die artsen voorbereiden op lastige geboortes.

Op de conferentie wordt veelvuldig gesproken over *serious games*: games met een ander doel dan vermaak. Anderen spreken liever over

*toegepaste games*. Een eenduidige definitie is er echter niet en de term *serious* is ook nog eens vreemd voor een gamer als ik. Alle games zijn toch serieus?

Later die week op de *Games for Brands*-conferentie in Londen werd er over iets heel anders gediscussieerd. Hoe kunnen bedrijven spelomgevingen en speltechnologieën gebruiken om consumenten met merken te laten spelen? Hier nog meer game gerelateerde termen: *advergaming*, *branded games*, *virtual worlds*, *gamification*. En ook hier dook weer de existentiële vraag op: waar hebben we het nu precies over? Hebben we het nog wel over games? Moeten we op zoek naar andere termen? Willen we op een zinnige manier blijven discussiëren over games die verder gaan dan vermaak, dan moet er toch echt nog wat denkwerk verricht worden, ook al zitten adverteerders en artsen daar niet op te wachten.

## DAVID NIEBORG

*In deze rubriek schrijven freelance journalist Niels 't Hooft en gamewetenschapper David Nieborg over games.*

