FOTO AFP

De Engelenburcht (Castel Sant' Angelo) in Rome stond donderdag vol in de schijnwerpers ter gelegenheid van de introductie van Sony's nieuwe spelcomputer de PlayStation 4 in Italië.

Elk spel beduidt iets, zei Johan Huizinga al

Games
Vanaf vandaag elke maandag op de mediapagina: de rubriek Games. Nieuwe ontwikkelingen in gaming, ook bedoeld voor niet-spelers. Want de gamesector is te creatief en te groot om aan gamers over te laten.

Door **David Nieborg**

Er is geen betere tijd om verslingerd te zijn aan games. De PlayStation 4 ligt sinds vrijdag in de winkel, Super Mario 3D World is net uit en er zijn weer eens nieuwe iPads. En dan zijn er natuurlijk nog duizenden gratis games online te spelen. Wat een weldaad.

Nederlandse games blijven toenemen en winnen internationale prijzen. De omzet blijft niet achter. Accountants- en adviesorganisatie PwC schat dat er dit jaar 607 miljoen euro wordt uitgegeven aan games, over vier jaar zal dat 722 miljoen zijn, een groei van 5 procent per jaar.

Voor de drie gamejournalisten die deze rubriek wekelijks gaan vullen is deze weldaad zowel een vloek als een zegen.

Een vloek omdat, puur praktisch gezien, spelen enorm veel tijd kost. De filmcriticus heeft het maar makkelijk, die is per film twee uur bezig. Bij veel games is na twee uur spelen de introductie nog niet afgerond. Kwestie van heel goed kiezen dus. Ons doel is games bespreken in de volle breedte, van *Candy Crush* tot *Call of Duty*.

Een vloek ook omdat de woorden games en serieus nog steeds niet in een zin lijken te passen. Spelen, zeker in de Lage Landen, wordt al decennialang gezien als een zinloze bezigheid, iets voor kinderen. Opmerkelijk, want zoals historicus Johan Huizinga in zijn boek *Homo Ludens* al opmerkte: „Elk spel beduidt iets". Deze visie, breed gedragen in het wetenschappelijke vakgebied van de gamestudies, botst met hoe er - ook nu nog - over spelen gedacht wordt. Wie met droge ogen beweert dat 'spelletjes spelen' de laatste jaren gezien werd als een tijdverdrijf met enig aanzien, die liegt.

De overvloed aan nieuwe spelervaringen is daarom vooral ook een zegen. Het zal nooit duidelijk worden wanneer het exact gebeurd is, maar gamen is mainstream geworden. In de zin dat de meerderheid van de Nederlanders regelmatig speelt.

En met deze bredere acceptatie is er ruimte om dieper in te gaan op de ongekende successen, creatieve keuzes, nieuwe spelers en hun voorkeuren, nieuwe spelgenres en hun betekenis en, vooruit, glimmende apparaten.

Zichzelf serieus nemende gamejournalistiek is extra belangrijk omdat de commerciële belangen enorm zijn. Pr-medewerkers zijn alomtegenwoordig en proberen de regie in handen te houden, bijvoorbeeld door het versturen van gratis games en toegang tot spelmakers.

Daarnaast is volwassen spelkritiek van belang omdat naast groei en creativiteit de moderne spelcultuur enkele ruwe kantjes heeft. Virtueel moorden is populairder dan ooit. Kritiek uit eigen hoek is evenwel zeldzaam. Doorgewinterde gamers, en reken spelmakers hier ook gerust bij, dubbelen als loyale fans. Deze minderheid is niet alleen erg vocaal maar doorgaans ook in zichzelf gekeerd en buitengewoon eenkennig. Ze bevestigen daarmee de stereotypes die ze zelf zo verachten.

Ten slotte is er een uitdaging. Er is nog nauwelijks een gedeelde taal. Er is zoveel verscheidenheid en eigenlijk is alles altijd nieuw. Journalisten, spelers, makers en ook wetenschappers zijn naarstig op zoek naar de juiste begrippen om games helder en eenvoudig te kunnen duiden.

Als gedreven gamers gaan wij op deze plek al deze uitdagingen aan. Immers, elk spel betekent iets.

AUTEURS

Rouleren

De nieuwe rubriek over games wordt afwisselend geschreven door drie freelance journalisten die zich hebben gespecialiseerd in games. Niels 't Hooft en David Nieborg schrijven ook voor *nrc.next*, Arjan Terpstra schrijft al over games voor *NRC Handelsblad*.

ABC VOOR BEGINNERS IN GAMING

C is voor Console / Die slaat soms op hol

Game. Het digitale spel is al decennia oud. De eerste games werden ontwikkeld door onderzoekers. Bijvoorbeeld *OXO* (1951), gevolgd door *Tennis for Two* (1958) en *Spacewar* (1961).

Social game. Games speelbaar op sociale netwerken, vooral Facebook. Bekendste social game is FarmVille (2009), dat in korte tijd tientallen miljoenen spelers kreeg.

Casual game. Met 'spelletjes' worden vaak casual games bedoeld. Deze minder complexe, laagdrempelige games zijn populair onder alle lagen van de bevolking en worden vaak behoorlijk lang online gespeeld.

Serious game. Spellen met een ander doel dan vermaak, zoals trainingsgames voor het leger. Worden ook wel 'toegepaste games' of 'applied games' genoemd. Reclamegames worden ook wel 'advergames' genoemd. In Nederland worden relatief veel serious games ontwikkeld.

Platform. De computer of website waarop een game 'draait'. De pc en Playstation zijn hardwareplatforms, Facebook is een softwareplatform.

Console. De *video game console* of spelcomputer is het apparaat verbonden met de televisie, primair bedoeld om op te spelen. Denk aan de Xbox, Wii en Playstation. Draagbare spelcomputers zoals de Nintendo DS worden 'handhelds' genoemd.

Controller. Het bedieningspaneel van Consoles Bij de nieuwe Xbox vervangt de stem voor een groot deel de controller. Er zijn al games die door middel van hersengolven bediend worden.

Mobile game. Games die je kunt spelen op de mobiele telefoon, de smartphone en de tablet. Apple en Google domineren de markt waarop games als 'apps' te koop zijn. Stuwende kracht bij apps is het 'freemium' verdienmodel, waarbij games gratis te downloaden zijn en de speler moet betalen voor aanvullend spelmateriaal, of de premiumversie zonder reclame.

Gamification. Het gebruik van gamevormen voor andere doelen. Een strategie, geïnspireerd door het succes van games, om mensen te interesseren voor zaken die ze anders te saai vinden. Bijvoorbeeld: pensioenen van AEGON, of zombies die je aanzetten tot joggen.