

# BRABANT SPEELT.



#9

KIEMEN VAN HET NIEUWSTE BRABANT



# 10

In 2014 organiseerde BrabantKennis vier debatavonden over Het Nieuwste Brabant. We zijn het gesprek aangegaan met betrokken Brabanders. Achter kartonnen dozen vertelden zij improviserend en inspirerend over hun versie van het nieuwste Brabant. In deze reeks trendboekjes staan tien Brabanders centraal die met hun verhaal staan voor een bredere trend of ontwikkeling. In dit nummer gaan we in op het belang van spelen. Spelen om creativiteit te triggeren, informatie over te brengen en beleving en gedrag van mensen te veranderen. Leon van Rooij vertelt over het steeds interactiever worden van vormgeving en beeldende kunst, en het belang van spel voor betrokkenheid van het publiek.

Joks Janssen, directeur BrabantKennis

# HET NIEUWSTE BRABANT IS EEN SPELEND BRABANT.

Het nieuwste Brabant is een spelend Brabant. Spelen is een basisbehoefte van de mens en belangrijk voor onze ontwikkeling. Zoals Johan Huizinga in 1938 al in zijn boek 'Homo Ludens' opmerkte: 'de mens is eerst en vooral een spelend wezen.' Bijna al onze emotionele, sociale en intellectuele vaardigheden leren we aan door spel. Door spelen wordt een kind volwassen. Al spelend gebruiken we onze creativiteit om van conflict naar oplossing te komen of van fantasie naar werkelijkheid. Spelenderwijs ontdek je wat er kan en niet kan. Wat slim is en wat niet.

## De rol en de lol van het spel

Huizinga gaf aan dat plezier van groot belang is bij het ontstaan van cultuur en daarom ook thuishoort in ons hele dagelijkse leven. Die boodschap is vandaag de dag, in het tijdperk van digitale media, actueler dan ooit. Het spelelement in onze samenleving wordt letterlijk steeds zichtbaarder. Onze mobiele telefoons zijn virtuele spelletjeszolders, vol met apps voor het vermaak, die je alleen of tegen elkaar kunt spelen. En waarvan de resultaten op Facebook met de wereld worden gedeeld.

Maar elementen van spel komen we steeds vaker niet alleen 'ter vermaeck' maar ook 'ter leering' tegen. Een ontwikkeling die ook wel bekend is als 'gamification'. Een mooi voorbeeld hiervan is de 'pianotrap' [[www.thefuntheory.com](http://www.thefuntheory.com)]: een saaie betonnen trap omgebouwd tot piano met de bedoeling mensen meer te laten bewegen. Door toevoeging van dat kleine spelelement namen bijna twee keer zo veel mensen als normaal de trap.

**ELEMENTEN VAN SPEL KOMEN WE STEEDS VAKER NIET ALLEEN 'TER VERMAECK' MAAR OOK 'TER LEERING' TEGEN.**

Onze samenleving gaat continu door veranderingsprocessen, kleiner en groter, die we als individu vaak lastig, moeilijk of soms zelfs ongewenst vinden. Denk maar aan meer bewegen, vaker de auto laten staan, gezonder eten, duurzamere producten kopen, onze eigen energie opwekken of de Brabantse agrofood-sector duurzamer maken. De optelsom van alle individuele keuzes geeft uiteindelijk een enorm maatschappelijk effect. *Gamification* zou daarin weleens een belangrijke rol kunnen gaan spelen. Het inzetten van spel helpt om gewoontegedrag speels en licht ter discussie te stellen, te veranderen en gewenst gedrag uit te lokken.



## Fun loont

De gebruikelijke kanalen om gedrag dat we graag zien te stimuleren, zijn informatie en educatie. De game-industrie, gedragseconomie en sociale psychologie leren ons dat *fun* loont. Want het is leuk om een probleem op te lossen, een beloning te krijgen, iets nieuws te ontdekken, spelend samen te werken of juist iemand te verslaan. De overheid kan erop inspringen en op zoek gaan naar andere manieren om mensen te motiveren en te verleiden ander gedrag te vertonen. Maar: dan moet het wél echt een motiverend spel zijn en geen verkapte les met een gamesausje. Want, we spelen het liefst en het vaakst als de regels en doelen helder zijn en we vooruitgang kunnen boeken. Zo kun je bijvoorbeeld social media en spel inzetten om weggebruikers te verleiden een andere route of vervoermiddel te kiezen, de spits te mijden of thuis te werken.

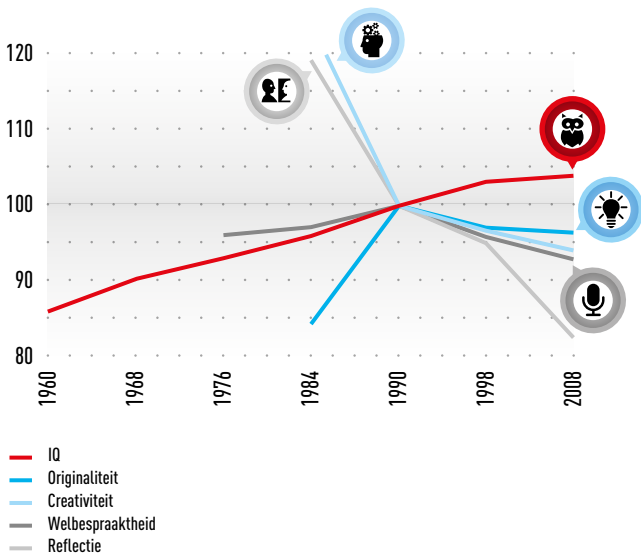
**HET IS LEUK OM EEN PROBLEEM  
OP TE LOSSEN, EEN BELONING  
TE KRIJGEN OF IETS NIEUWS  
TE ONTDEKKEN.**



## DE CREATIEVE CRISIS

### BEGAAFDHEID VERSUS ZELFREDZAAMHEID

Het IQ van kinderen stijgt nog steeds maar hun scores voor originaliteit, creativiteit, reactievermogen en welbespraaktheid dalen. Dat blijkt uit deze grafiek over de ontwikkeling ervan bij Amerikaanse kinderen. Eenzijdige aandacht op school voor rekenen en taal zijn daar debet aan volgens onderzoekers.





Ook *serious games* zijn mogelijk: de werkelijkheid nabootsen om mensen te motiveren hun gedrag te veranderen. Zo heeft BV Atlantis Games, een 100% dochter van de NHTV, onlangs de game 'Familiegeheimen' ontwikkeld. De game wordt ingezet om eenzaamheid onder ouderen tegen te gaan. Om verder te kunnen in het onlinespel moeten spelers op enig moment met een maatje naar buiten om codes te vinden – en blijven zo sociaal actief.

## GAMIFICATION IS EEN KANS VOOR BRABANT

### Follow the fun!

De mogelijkheden om spelenderwijs te besturen en maatschappelijke vraagstukken op te lossen staat nog in de kinderschoenen. *Gaming* zou weleens een mooie kans voor Brabant kunnen zijn. Wij hebben hier een onderwijs- en kennisnetwerk om trots op te zijn: van de TU/e, Design Academy Eindhoven, SintLucas, het Radius College, NHTV tot AKV|St.Joost. De vraag is dan ook hoe de provincie nóg meer van die regionale expertise kan profiteren. Hoe we als samenleving *gamification* en *serious gaming* kunnen inzetten voor probleemoplossing en sociale vernieuwing? Hoe we de lol van het spelen kunnen gebruiken om maatschappelijke vraagstukken daadwerkelijk op te lossen?

Welkom in Brabant: *follow the fun!*



- Commissaris van de Koning Wim van de Donk riep niet voor niets tijdens de BrabantKennis Trenddag 2014 op tot 'follow the fun' als een nieuwe manier om sociaal te innoveren. Hoe kan de provincie zorgen voor een goed onderwijs- en ondernemingsklimaat op dat gebied, zodat Brabant daarin voorop kan blijven lopen?
- Met *serious games* kunnen provinciale vraagstukken inzichtelijk worden gemaakt en kan gedragsverandering worden gestimuleerd. Hoe en wanneer kan de provinciale overheid dit gebruiken?
- Het inzetten van *gamification* voor gedragsverandering bij mensen werpt een aantal ethische vragen op. Hoe ver kan en mag de overheid gaan met gedragsbeïnvloeding?

# VRAGEN & DILEMMA'S



## INTERVIEW LEON VAN ROOIJ

Playgrounds International Digital Arts Festival is een internationaal festival voor vernieuwende digitale kunst. Het laat de wereld kennismaken met de nieuwste ontwikkelingen op het gebied van digitale media: technologisch en creatief. Nog steeds het geesteskind van directeur Leon van Rooij, maar de tijd is gekomen, zegt hijzelf, om het naar volwassenheid te brengen. Het festival is dé kans voor digitale kunstenaars om hun laatste werk te tonen, de nieuwste kennis en technologie te delen en elkaar te ontmoeten. Maar ook om gewoon lekker in de 'speeltuin' rond te lopen, je te verbazen, nieuwe ideeën op te doen, eens een nieuwe techniek uit te proberen en samen met anderen al ontdekkend te leren. Ooit begonnen met een middag in Tilburg, is het nu uitgegroeid tot een driedaags festival op verschillende plaatsen in Brabant en Amsterdam.

HET GAAT EROM  
WAT JE MET DE TECHNIEK  
WILT BEREIKEN.

# MAATSCHAPPELIJKE RELEVANTIE.

## **Techniek is geen doel op zich**

Leon van Rooij is naast festivaldirecteur ook docent animatie aan de AKV|St.Joost. Alles wat met animatie en games te maken heeft, volgt hij op de voet. En hij vraagt zich daarbij steevast af wat de maatschappelijke relevantie zou kunnen zijn. Techniek om de techniek: daar heb ik niks mee, zegt hij. Het gaat erom wat je met die techniek wilt bereiken. Dat is ook de vraag die ik altijd aan mijn studenten stel. Ze komen niet weg met een antwoord als 'gewoon omdat ik het mooi vind'. Ik wil dat ze uit kunnen leggen waarom juist rood op die plek een goede kleur en dus van belang is. De tijd – als die er al ooit geweest is – dat iedere student na de academie als zelfstandig kunstenaar zijn brood kon verdienen is voorbij. En de meesten komen ook niet bij PIXAR Studio's of Walt Disney terecht. Velen zullen hun brood moeten verdienen in de toegepaste kunsten.



**VERTEL HET ME EN IK ZAL HET  
VERGETEN. LAAT HET ME ZIEN  
EN IK ZAL HET ONTHOUDEN.**

BRON: CONFUCIUS, 551 V.CHR. – 479 V.CHR.

A composite image featuring a microscopic view of gills. The left side shows a close-up of the gill's surface with several dark, circular spots and a small, dark, hook-like structure. The right side shows a more detailed view of the gill's internal structure, characterized by numerous fine, radiating lines. A red text box is overlaid at the bottom, containing the text 'LAAT HET ME ERVAREN EN IK ZAL HET ME EIGEN MAKEN!' in white, bold, uppercase letters.

**LAAT HET ME ERVAREN EN IK  
ZAL HET ME EIGEN MAKEN!**

## Het publiek als co-designer

Het publiek onderdeel laten uitmaken van het werk wordt ook aan de academie een steeds belangrijker thema.

We willen bij onze studenten 'interactief bewustzijn' creëren.

Ik ben een groot fan van *conditional design*, zegt van Rooij. Dat wil zeggen dat een kunstenaar vooraf een aantal spelregels bepaalt waarbinnen vervolgens het publiek (eventueel samen met de kunstenaar) het kunstwerk maakt. De kunstenaar bepaalt dus de voorwaarden, maar maakt het kunstwerk niet meer zelf. Dat laat hij anderen doen. Aan de academie leren we de studenten als kunstenaar, ontwerper of festivalorganisator voorwaarden te creëren waarbinnen het publiek als het ware haar gang kan gaan. Zodat het publiek zelf op ontdekking kan gaan en al spelenderwijs tot een verhaal of beeld komt.

GAMIFICATION ZORGT ERVOOR DAT  
SIMPELWEG VEEL MEER DEURTJES  
VAN ONZE ZINTUIGEN WORDEN OPGEZET.



## Spelenderwijs

Wat de laatste tijd wel bewezen is, geeft Van Rooij aan, is dat als iemand een opgave als een spel ervaart en er plezier in heeft, hij er ook veel meer van leert. En daarom zijn *gamification* en *serious gaming* nu ook zo in opkomst. Simpelweg omdat veel meer deurtjes van onze zintuigen worden opengezet. Veel elementen laten zich namelijk moeilijk vertalen in beeld of taal. Met *gamification* of *serious gaming* creëer je een omgeving, reëel of digitaal, waarbij verschillende elementen zorgen voor een totaalervaring. In plaats van 'kennis' doe je een 'ervaring' op. En dát beklijft uiteindelijk veel beter, zegt Van Rooij. Daarom is het toevoegen van spelvormen of het ontwikkelen van een *serious game* een perfecte manier om mensen over bepaalde aspecten van een opgave of probleem te informeren. Zo heeft een van onze studenten laatst bij een opdracht voor de NOS een memoryspel ontwikkeld om het belang van een goede beeldredactie onder de aandacht te brengen. De beelden en teksten van uitgezonden nieuwsitems werden van elkaar gescheiden en nieuws- en beeldredacteuren kregen de opdracht om ze weer opnieuw te combineren. Opvallend was dat bijna niemand het goed had. Dit spel liet veel beter dan een geschreven rapport het belang van beeldredactie zien.

AKV|St.Joost is een nieuwe speler op het gebied van *gamification* en *serious gaming*. Wij zijn onze mogelijkheden op dit gebied nog aan het onderzoeken, maar dat die groot zijn is nu al wel duidelijk.

## Brabant als leading digital capital

Brabant is een heel interessante omgeving om met interactieve vormen van digitale media ervaring op te doen. Brabant staat bekend als *open minded*. En meedoen – coöperatie – is hier nog steeds vanzelfsprekend. Brabant heeft daarnaast een geweldig fijnmazig netwerk van onderwijs- en kennisinstellingen op gebied van digitale media. Niet alleen in Breda: door de hele provincie zitten toonaangevende instituten. Maar wat ontbreekt is een thuismarkt, een platform waar studenten zich na hun tijd aan de academie kunnen doorontwikkelen en in hun onderhoud kunnen voorzien. Veel van onze studenten besluiten na de academie te verhuizen naar Amsterdam, zegt Van Rooij, omdat daar de condities gewoon beter zijn. Brabant zou die markt veel meer naar zich toe moeten trekken, stelt hij. Alleen met kennis- en onderwijsinstellingen op het gebied van digitale media kom je er niet: Brabant heeft ook platformen nodig waarop onze kunsten getoond kunnen worden aan een groter publiek. Zodat ook (inter-)nationale bedrijven weten dat ze juist hier moeten zijn!

*Playgrounds International Digital Arts Festival presenteert ieder jaar de nieuwste technologische en creatieve ontwikkelingen op het gebied van digitale kunst. Voor meer informatie: <http://www.playgroundsfestival.nl>*



# BRABANT STAAT BEKEND ALS OPEN MINDED. EN MEEDOEN IS HIER HEEL GEWOON.

## Colofon

Uitgave BrabantKennis, april 2015, [info@brabantkennis.nl](mailto:info@brabantkennis.nl), [www.brabantkennis.nl](http://www.brabantkennis.nl), @brabantkennis

Tekst Silvia de Caluwé en Joks Janssen Eindredactie Heidi Buijtels Tekstredactie Silvia de Caluwé Ontwerp Total Public

Fotografie Willeke Machiels, Marc Bolsius, Playgrounds Festival 2014, GLOW Eindhoven 2013 (Claus Langer) Druk Kampert Nauta

BrabantKennis is het platform waar strategische kennis van en over Brabant wordt verzameld, ontwikkeld en gedeeld.

BrabantKennis staat voor onafhankelijk vooruitdenken; het bekijkt de toekomst van de Brabantse samenleving vanuit wisselend perspectief. Naast het verzamelen en analyseren van data, het opstellen van trendverkenningen en scenariostudies, voedt

BrabantKennis ook het publieke debat met discussies en lezingen. Volg ons op [www.brabantkennis.nl](http://www.brabantkennis.nl) of op Twitter @brabantkennis.



**Brabant  
Kennis**