

Éducation aux médias

DES RESSORTS LUDIQUES À L'APPROCHE CRITIQUE

et jeux vidéo

LES DOSSIERS
de l'éducation
aux médias

MEDIA
animation
communication & éducation



Éducation aux médias et jeux vidéo

Des ressorts ludiques à l'approche critique

MEDIA
animation
communication & éducation

www.media-animation.be

Avec le soutien


FÉDÉRATION
WALLONIE-BRUXELLES

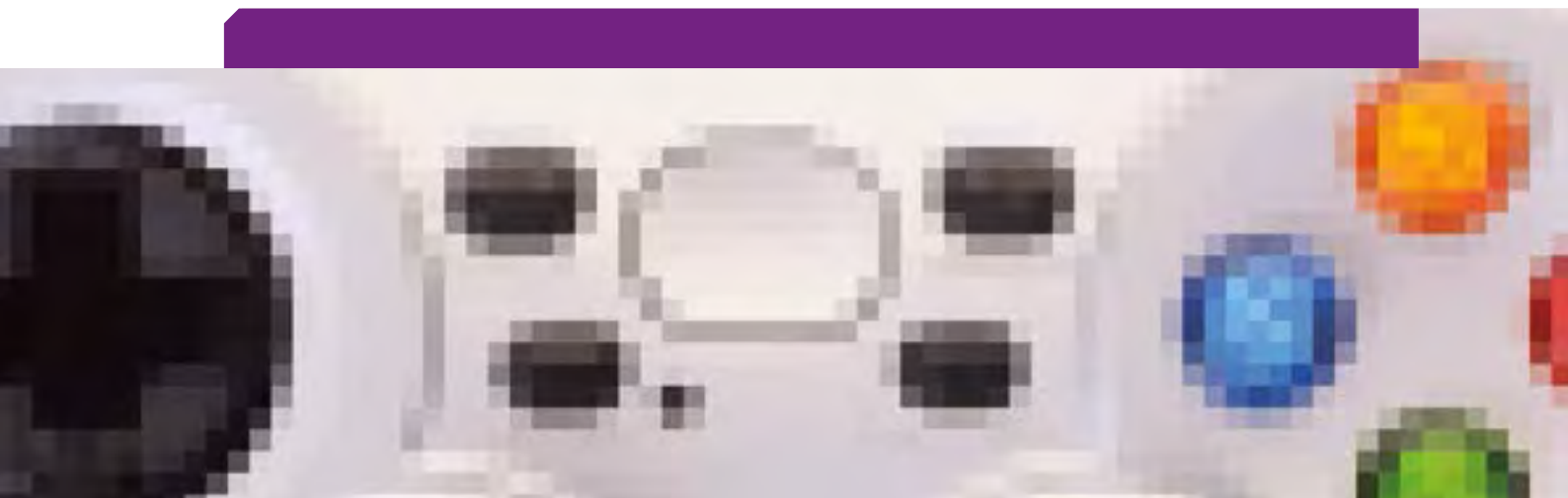
© Média Animation 2015

LES DOSSIERS DE L'ÉDUCATION AUX MÉDIAS • Une collection éditée par Média Animation

- 1 • Grilles sur le gril • La programmation télé passée au crible, Bruxelles, 2006.
- 2 • Hollywood lave plus blanc • Le cinéma entre racisme et multiculturalité, Bruxelles, 2006.
- 3 • Les publicitaires savent pourquoi • Les jeunes, cibles des publicités pour l'alcool, Bruxelles, 2006.
- 4 • Internet c'est vous • Les nouvelles pratiques de l'Internet social, Bruxelles, 2008.
- 5 • La réalité si je mens • Analyse critique de la télé-réalité, Bruxelles, 2009.
- 6 • Médias sans frontières • Productions et consommations médiatiques dans une société multiculturelle, Bruxelles, 2011.
- 7 • Madame, monsieur, bonsoir • Décoder l'information télévisée, Bruxelles, 2013.
- 8 • Médias plus verts que nature • L'exploitation du thème de l'environnement dans les médias, Bruxelles, 2013.
- 9 • Éducation aux médias et jeux vidéo. Des ressorts ludiques à l'approche critique, Bruxelles, 2015.

Dépôt légal 2015/3462/1
Bruxelles 2015

Éditeur responsable Paul de Theux
Maquette et mise en page Média Animation
Photos Shutterstock
Rédaction Daniel Bonvoisin, Martin Culot



Éducation aux médias et jeux vidéo

Des ressorts ludiques à l'approche critique

En moins de trente ans, le jeu vidéo s'est imposé tant comme une industrie lucrative que comme objet culturel dont l'importance ne cesse de croître. Longtemps perçu comme une curiosité spécifique à une niche de pratiquants, sa diffusion planétaire et sa présence dans les autres médias imposent de le prendre au sérieux et de ne plus le réduire à une curiosité frivole et adolescente. Au-delà des méfiances craintives qu'il a suscitées, à l'instar de toutes les nouveautés médiatiques, il interpelle désormais le monde de l'éducation, qu'elle soit scolaire ou populaire : quelle place pourrait-il y occuper ?

Pour mieux cerner les paramètres à prendre en compte, la première partie de ce dossier de l'éducation aux médias propose de revenir à ce qu'est le jeu et à ce en quoi jouer consiste. Les conditions qui encadrent et permettent cette activité universelle sont autant de défis lancés aux dispositifs qui mobilisent le jeu pour atteindre des objectifs pédagogiques, militants ou promotionnels. La seconde partie est consacrée à l'application de l'approche de l'éducation aux médias appliquée aux jeux vidéo. Les articles proposent plusieurs portes d'entrée à une réflexion critique sur ce média atypique : de l'analyse des idéologies qui structurent l'expérience du joueur aux technologies qui y sont mobilisées ou à l'articulation entre rentabilité et mécanismes de jeu.

LE JEU EST-IL UN OUTIL ÉDUCATIF ?

Le jeu a cette faculté étonnante de susciter l'enthousiasme de ses pratiquants tout en les amenant à manifester des compétences et une inventivité tactique parfois impressionnantes. Quoi de plus naturel dès lors à ce que le jeu éveille l'intérêt des pédagogues et des communicateurs, parfois bien en difficulté lorsqu'il s'agit de déclencher l'intérêt des apprenants ou des publics.

Daniel Bonvoisin

« Le jeu est, en effet, une sorte de délassement du fait que nous sommes incapables de travailler d'une façon ininterrompue et que nous avons besoin de relâche. »
Aristote, L'éthique à Nicomaque.

À l'heure de la domination insolente du jeu vidéo dans l'industrie et les pratiques culturelles, le jeu serait-il devenu la solution miracle pour mobiliser l'attention ? Les promoteurs du serious game, entre autres jeux à vocation utilitaire, y croient fermement. Cependant, le domaine du jeu ne se laisse pas aussi facilement capturer dans des démarches qui cherchent à le détourner au profit d'objectifs non ludiques. Pour mieux cerner les paramètres à prendre en compte, il faut revenir à ce qu'est le jeu et à ce en quoi consiste jouer. Les conditions qui encadrent cette inclinaison universelle permettent alors d'envisager de manière critique les dispositifs qui se réclament du jeu et qui, bien souvent, menacent de le vider de sa substance et donc d'échouer.

Le jeu, cette activité étrange et banale à la fois

Qu'est-ce qu'un jeu ? La question peut paraître curieuse tant la réponse semble évidente car, s'il est bien une activité que tout le monde a expérimenté, c'est le jeu. Pourtant, paradoxalement, les philosophes, anthropologues, sociologues, linguistes ou pédagogues ont peiné à proposer une définition consensuelle du jeu.

Le langage courant n'aide pas : le mot est utilisé à toutes les sauces pour décrire des choses en apparence très différentes. Quel rapport peut-il y avoir entre un jeu d'argent comme la roulette, un jeu de clés et le jeu d'échec ? Entre cache-cache, le jeu d'une porte dans ses gongs et le football ? *Le jeu de l'amour et du hasard* ou le Grand Jeu diplomatique de l'Asie centrale sont-ils vraiment ludiques ?



Le jeu en tout temps et en tous lieux. Achille et Ajax jouant, amphore de Exekias, ca 540-530 av. JC.

Si on ouvre l'Encyclopédie Diderot d'Alembert, on peut être étonné par une définition du jeu essentiellement centrée sur les jeux d'argent qui se pratiquent à la cour du roi. En 1945, les mathématiciens et économistes John von Neumann et Oskar Morgenstern publient une célèbre « théorie des jeux » qui se consacre aux échanges marchands¹, bien loin des activités de loisirs. Pourtant, dans un grand magasin, le rayon jeu semble réservé aux plaisirs des enfants. Quant aux cérémonies du cinéma, elles consacrent chaque année, à coups de palmes ou d'oscars, l'excellence du jeu des acteurs.

Ces différentes significations pourraient n'être que des synonymes. Mais ces activités qualifiées de jeu recouvrent sans doute quelque chose qui est bien en rapport avec ce que l'on fait dès lors que nous jouons. C'est pour tenter de trouver ce commun dénominateur que de nombreux penseurs se sont penché sur cette activité humaine totalement commune mais qui semble échapper à une définition simple et consensuelle.



Pieter Brueghel l'Ancien, Jeux d'enfants, 1560, Kunsthistorisches Museum, Vienne.

« Espèce de convention fort en usage, dans laquelle l'habileté, le hasard pur, ou le hasard mêlé d'habileté, selon la diversité des jeux, décide de la perte ou du gain, stipulés par cette convention, entre deux ou plusieurs personnes. »

Diderot et d'Alembert, *L'Encyclopédie ou Dictionnaire raisonné des sciences, des arts et des métiers*, 1765, article « Jeu ».

Les classiques de la recherche sur le jeu

L'historien médiéviste néerlandais Johan Huizinga est le premier à consacrer une recherche exclusivement consacrée au jeu : *Homo Ludens*. Il posera quelques jalons théoriques toujours pertinents. La matière de ses réflexions reste cependant distante des pratiques contemporaines : l'examen des rituels shamaniques, une réflexion sur les cultes antiques. En 1960, le philosophe Eugène Fink lui emboîte le pas et plonge dans les cultes grecs pour méditer sur la notion dans *Le jeu comme symbole du monde*. En France, l'essayiste Roger Caillois publie en 1957 un livre devenu classique, *Des jeux et des hommes*, qui propose une classification des jeux encore exploitée aujourd'hui (les jeux d'*agôn* basés sur la compétition, d'*aléa* fondé sur le hasard, d'*ilinx* sur le vertige et de *mimicry* sur le simulacre). À nouveau, ce sont les rituels sportifs, les cérémonies « primitives », les jeux enfantins et les jeux de hasard et d'argent qui alimentent la réflexion. Dans le monde anglosaxon, les psychologues Gregory Bateson et Norman Winnicott et le sociologue Erving Goffman se réfèrent au jeu dans leurs travaux pour explorer les comportements sociaux. Leurs avancées théoriques en la matière sont toujours des références. La synthèse de la réflexion « définitoire » reste au crédit du philosophe français Jacques Henriot, qui, avec *Sous couleur de jouer. La métaphore ludique*, propose en 1989 un examen critique des théories du jeu et une synthèse fructueuse. Dans le monde anglo-saxon, le « théoricien du jeu » Brian Sutton-Smith ponctue 40 ans de travaux, essentiellement consacrés aux enfants, par un ouvrage, *The Ambiguity of Play*, qui synthétise brillamment les discours tenus sur le jeu et identifie huit rhétoriques différentes à travers les sciences et les époques. Mais malgré ces travaux, le jeu n'occupe avant les années 1990 qu'une place discrète dans les sciences. Il est rarement l'objet d'une réflexion pour lui-même. La finalité ludique ne semble pas inspirer grand-monde, ce qui reste paradoxal pour une activité aussi universelle. Avant l'avènement du jeu vidéo, la réflexion restait marginale comme l'étaient finalement les groupes de joueurs sur lesquelles s'appuyaient souvent ces théories : les enfants, les « sauvages », les ancêtres.

1. John von Neumann et Oskar Morgenstern, *Theory Of Games And Economic Behavior*, Princeton University Press, 1947.

L'impact de l'industrie vidéoludique

Avant le milieu du ^{xx}e siècle, le jeu était un champ d'investigation discret, réservé aux pédagogues en quête de nouvelles méthodes. À la faveur des années 1970, la marginalité du jeu a été bouleversée par le développement des jeux vidéo et de son industrie. En trente ans, ils ont conquis l'univers des loisirs pour représenter dès les années 2000, le premier secteur économique culturel mondial en termes de chiffre d'affaires, devant le cinéma et la musique.



Joueurs de cartes, Theodoor Rombouts (1597-1637), Residenzgalerie, Salzbourg.

Le phénomène a d'abord été attaché à la jeunesse dont il était un des nouveaux marqueurs comme en témoigne l'archétype fictionnel du garçon adolescent joueur et informaticien (de génie). Mais au fil des ans, cette génération a vieilli et l'activité vidéoludique n'est plus strictement un phénomène jeune. Elle représente désormais un pan essentiel des pratiques de loisirs, même familiales. Plus largement, c'est le jeu tout entier qui a conquis l'estime de ses contemporains. Le développement du jeu de rôle, des jeux de figurines et de plateau à partir des années 1980 constitue aussi un secteur non négligeable du loisir adulte, comme l'illustrent les magasins spécialisés et les succès des salons et des activités d'initiation².

Ce développement spectaculaire a contribué à modérer les préjugés d'infantilisme et de futilité qui étaient associés au jeu. Devenu à la fois un phénomène social et un secteur industriel, il a gagné sa légitimité comme objet scientifique. Depuis le tournant des

années 2000, les ouvrages et les chercheurs spécialisés se sont démultipliés. Le monde universitaire se penche sur le sujet d'autant plus aisément qu'il est désormais un débouché professionnel, tant pour les concepteurs, que pour le marketing. Cependant, plutôt qu'être réduite aux activités enfantines ou aux jeux d'argent, voire au sport, la notion de jeu tend à se limiter à celle du vidéoludique, comme l'illustre le champ anglo-saxon des Games Studies qui se concentre essentiellement sur cet univers³. Mais l'ensemble du domaine profite de l'appel d'air provoqué par le succès du jeu vidéo, lui-même emporté par l'immensité des interrogations que génère le bouleversement des technologies numériques et de la communication.

Les conditions du game et du play

Anciennes ou contemporaines, les réflexions sur le jeu peinent à s'entendre sur une délimitation claire de l'activité. L'exercice se complique d'autant plus que les pratiques se sont elles-mêmes diversifiées et continuent de s'enrichir de formes rarement anticipées. Par exemple, là où le jeu vidéo était d'abord perçu comme une pratique solitaire et malade qui confinait l'adolescent dans une chambre obscure et à un rapport humain/machine suspect, il se joue dorénavant en réseau, sur des supports de moins en moins matérialisés, et poten-

². En témoigne le salon Spiel de Essen en Allemagne, qui accueille chaque année plus de cent mille visiteurs.

³. Comme l'illustre la revue scientifique scandinave de référence en la matière *Games Studies*. <http://gamestudies.org>

tiellement en plein air lorsqu'il s'agit d'exploiter les possibilités nouvelles en termes de réalité augmentée. Si *Space Invaders* offre un combat désespéré et compulsif contre des pixels grossiers, *Ingress* de Google, invite à lutter pour l'avenir de l'humanité en explorant physiquement les villes à la recherche d'indices ou en rencontrant d'autres joueurs grâce à des smartphones dont les écrans, les caméras et les GPS reconfigurent l'environnement urbain et social en un espace de jeu totalement ouvert.

Quelles notions retenir de cet univers pour le moins touffu ? D'abord, sans doute faut-il s'inspirer du vocabulaire anglo-saxon qui donne au mot « jeu » deux traductions.

D'une part, il y a le *game*, c'est-à-dire le jeu en tant qu'objet, ensemble de règles ou de pratiques. On parlera du football, de la belote, du jeu d'échec... L'objet sous blister acheté en magasin est un *game*. D'autre part, il y a le *play*, le jeu au sens de l'activité humaine, de ce qu'il se passe lorsqu'on utilise un *game*. Le *player* est le joueur⁴. Ces deux sens du mot jeu sont bien utiles pour distinguer l'objet joué du sujet qui joue.

« Dis-moi à quoi tu joues, je te dirais quel joueur tu es » serait une démarche qui consisterait à se concentrer sur l'objet *game*. Mais elle s'est souvent avérée infructueuse car l'univers ludique ne peut pas être délimité par un inventaire matériel où se distingueraient jeux de cartes, jeux de balle, jeux de rôles, jeux vidéo, d'esprit, de stratégie, avec pions ou sans pion, jouets... Cette diversité foisonnante et presque infinie masque les dénominateurs communs du jeu et la nature de l'usage. Pour explorer le jeu, c'est vers les conditions qui l'encadrent et ce que fait le joueur en jouant qu'il faut se tourner. Ainsi, les réflexions sur le jeu se concentrent volontiers sur le *play*, voulant mettre au jour ce que cette activité a de singulier, quel que soit le *game* dont elle s'empare. Malgré les différences formelles entre les jeux, en s'appuyant sur les réflexions des penseurs, on peut tenter d'identifier les conditions fondamentales pour qu'une activité devienne un jeu et qu'un joueur s'en empare et joue.



« Une action libre, sentie comme « fictive » et située en dehors de la vie courante, capable néanmoins d'absorber totalement le joueur ; une action dénuée de tout intérêt matériel et de toute utilité : qui s'accomplit en un temps et dans un espace expressément circonscrits, se déroule avec ordre selon des règles données, et suscite dans la vie des relations de groupes s'entourant volontiers de mystère ou accentuant par le déguisement leur étrangeté vis-à-vis du monde habituel. »
Johan Huizinga, *Homo Ludens. Essai sur la fonction sociale du jeu*, 1938.

Une activité réglée

Jouer, c'est se soumettre à des règles. Celles-ci sont d'ailleurs ce qui définit le mieux un jeu (*game*). Les règles encadrent l'action possible, imposent ou du moins limitent les comportements et configurent la manière dont les joueurs interagissent tant avec le système lui-même qu'avec les autres joueurs. Les règles vont au-delà d'une liste d'actions autorisées ou interdites, elles paramètrent la difficulté du jeu mais aussi les modes de sociabilité qu'il engendre (quelles formes de coopération ou de compétition). Dans un jeu vidéo, l'action du joueur sera solidement encadrée par l'algorithme, l'environnement mathématique, qui s'exerce sur elle et qui définit les réponses du système. Simples ou extrêmement complexes, qu'elles rendent l'usage du jeu facile ou difficile, les règles représentent le cadre « dur » de

4. Ce que ne facilite pas le terme *gamer* dont l'usage désigne généralement le joueur de jeu vidéo, illustrant en cela l'hégémonie du vidéoludique sur l'ensemble de l'univers du jeu.

l'action du joueur⁵. En outre, si certains jeux sont totalement abstraits et se réduisent à des règles qui ne représentent qu'elles-mêmes (le solitaire, la plupart des sports...), beaucoup, sinon une vaste majorité, se présentent comme des simulations de quelque chose : la guerre, l'économie, la vie des adultes, la conquête spatiale, une autre vie, une autre époque, etc. Si cette simulation s'incarne dans les esthétiques du jeu, elle se fonde largement dans les règles qui font écho aux choses qu'elles représentent et qui, dès lors, se soumettent à une évaluation de la vraisemblance auxquelles elles prétendent de près ou de loin.

Jouer, c'est s'éprouver

Le système des jeux se définit souvent par rapport à un objectif à atteindre, qui constitue pour le joueur une épreuve à laquelle il se soumet et dont l'issue est incertaine. Cet objectif combiné aux règles et aux possibilités qu'elles autorisent encadre non plus la seule action du joueur mais aussi la direction que celle-ci doit prendre. Cette finalité donne un sens au jeu. La plupart des jeux s'offrent comme une succession d'épreuves, dont la complexité va croissante, que le joueur doit surmonter pour « gagner ». En dehors de l'univers vidéoludique où le logiciel et ses algorithmes incarnent l'opposition, la plupart des jeux prévoient comme épreuve d'affronter un ou des adversaires, un autre joueur qui sera doté a priori des mêmes moyens⁶. Cependant, si c'est souvent le jeu lui-même qui définit l'épreuve, jouer peut aussi consister à se définir pour soi-même un autre objectif. Le joueur réoriente le sens du système, à la manière d'un enfant qui réinvente une règle ou détourne un jouet.

La liberté d'agir

Si l'action du jeu est délimitée dans le cadre plus ou moins strict des règles et si le sens de cette action est orienté vers un objectif, jouer a paradoxalement la réputation d'être une activité caractérisée par la liberté. On se soumet au jeu sans contrainte. La réponse du joueur au système du jeu sera la tactique qu'il mettra en place pour atteindre l'objectif. Cette tactique peut être de n'importe quel ordre et on n'attend du jeu qu'une évaluation « objective » de sa mise en place, c'est-à-dire de sa conformité au système (à défaut de l'autorité d'un programme, il faut faire appel à un arbitre pour évaluer cette conformité). Dans l'espace d'action délimité par les règles, tout est possible, sans jugement de valeur. Les seules limites d'un jeu sont celles qu'il prévoit.

Un huis clos imperméable

Ces limites composent un espace séparé du monde conventionnel, un « cercle magique⁷ » strictement délimité : dans l'espace (comme l'est un terrain de football), socialement (on sait qui joue et qui ne joue pas) et dans le temps (on sait quand on commence à jouer et on comprend quand le jeu s'arrête). Ces frontières ont également pour vocation d'être infranchissables. Ce qu'il se passe dans un jeu reste dans le jeu, les conséquences s'arrêtent à lui-même. La société sanctionne d'ailleurs ceux qui tentent de faire passer les résultats du jeu en contrebande dans le monde « réel » comme les mauvais perdants à qui on reproche une mauvaise humeur persistante. Le jeu se doit d'être une activité sans perte ni profit, improductive⁸, elle est futile au regard des enjeux du quotidien.

5. Ce cadre définit l'espace ludique : ne dit-on pas d'un objet qu'il a du jeu lorsqu'il bouge dans un espace bien délimité ?

6. Ou au contraire, les joueurs n'auront pas les mêmes moyens : certains peuvent être affligés d'handicaps. L'objectif est d'équilibrer la partie pour qu'elle soit équitable.

7. Cette notion est inspirée des réflexions de Johan Huizinga dans *Homo Ludens. Essai sur la fonction sociale du jeu*, Paris, Gallimard, 1951.

8. Au plus, il aura redistribué des richesses matérielles (l'argent misé) ou symbolique (l'aura de la victoire) entre les participants.

La volonté de jouer

Le huis clos établi par le jeu doit être conscient pour le joueur. On ne joue pas sans le savoir, sans quoi les frontières qui garantissent la liberté du jeu et l'inconséquence de ce qui s'y produit sont sans effet⁹. Cette ignorance annihilerait toute jouissance d'une activité qui, dès lors, devient « réelle » aux yeux du joueur. L'adhésion volontaire au jeu est tout aussi essentielle car si on se trouve forcé de jouer, cette force appartient, elle, au monde conventionnel et jette un trouble sur la garantie du huis clos. Si on veut que je joue, que peut-on me reprocher une fois le jeu fini ?



Le huis clos du jeu.

Le jeu est récréatif

Le jeu exerce une attraction sur la conscience que chacun a pu expérimenter. C'est peut-être même ce qui fait un bon jeu : sa capacité à monopoliser psychiquement et durablement le joueur autour de ses enjeux. Le temps d'une partie, le monde extérieur n'existe plus. Cette absorption est d'ailleurs ce qui rend l'activité suspecte aux yeux de ceux qui ne jouent pas : quelle est donc cette puissance qui captive à ce point ? Le jeu est une distraction. Il offre de rompre avec le quotidien conventionnel. Bien qu'il ait tout d'un système carcéral, avec sa discipline (les règles impérieuses) et ses murs (le huis clos), c'est vers lui qu'on s'évade. Affranchie des conséquences mondaines, l'activité ludique devient plaisante. Elle n'est pas sérieuse bien qu'on s'y consacre totalement.

Jouer, c'est exercer un second degré

Lorsqu'on joue, on donne aux éléments du jeu une signification alternative à celle de leur apparence au premier degré. Un bouchon devient un vaisseau spatial, un pion devient une armée, trois pixels un personnage, une règle une loi physique. Ce qui se passe réellement dans le jeu n'est jamais ce que les joueurs en diront. Je n'aurai pas actionné un pistolet à pétard vers mon ami mais j'ai tué un affreux gangster. Il y a donc ce que je fais vraiment et ce que je dis que je fais. Un jeu revêt une dimension objective — faite de mouvements, de concordance avec des règles, de gestes particuliers et souvent répétitifs — et subjective, qui donne à un ensemble d'actions a priori sans intérêt (22 hommes qui courent derrière un ballon) une interprétation seconde qui fonde le sens métaphorique du jeu.

Le jeu produit une fiction

Ce second degré est le support d'une fiction. Le sens que prend le jeu, souvent proposé par le jeu lui-même à travers ce qu'il offre de simuler, donne à l'action du joueur une dimension métaphorique qui est suspendue entre le réel



Le jeu : il y a ce que je fais vraiment et ce que je dis que je fais.

⁹. C'est tout le problème qu'explore le film *The Game* de David Fincher (1997) où le personnage de Michael Douglas ignore qu'il participe à un jeu.

« a) Pour bien saisir ce que c'est que jouer, il ne faut pas oublier que c'est la *préoccupation* qui marque essentiellement le jeu d'un enfant. Ce n'est pas tant le contenu qui compte, mais cet état proche du retrait qu'on retrouve dans la *concentration* des enfants plus grands et des adultes. L'enfant qui joue habite une aire qu'il ne quitte qu'avec difficulté, où il n'admet pas facilement les intrusions.

b) Cette aire où l'on joue n'est pas la réalité psychique interne. Elle est en dehors de l'individu, mais elle n'appartient pas non plus au monde extérieur. [...]

d) En jouant, l'enfant manipule les phénomènes extérieurs, il les met au service du rêve et il investit les phénomènes extérieurs choisis en leur conférant la signification et le sentiment du rêve. »

D.W. Winnicott, *Jeu et réalité. L'espace potentiel*, 1975.

du *game* et le « faire comme si » propre au *play*. Aux côtés du théâtre, de la littérature ou encore du cinéma, le jeu se présente comme un autre moyen de créer des récits « pour de faux » mais diffère radicalement de ces formes traditionnelles de la fiction en ceci que l'interactivité propre au jeu, son aspect forcément imprédictible, inscrit le développement de la fiction sur une trame qui se réfère au développement réel, objectivé par les règles, de la partie. Le jeu offre une séquence d'événements, produits par la confrontation des joueurs avec ses principes, qui compose quelque chose qui est de l'ordre du drame et de l'imaginaire.

Les frontières poreuses du ludique

Si ces caractéristiques conviennent pour décrire une grande partie de l'activité ludique humaine, elles posent des difficultés à des formes de jeu relativement courantes. Le jeu d'argent constitue dans ses expressions les plus populaires une des activités dites ludiques les plus universelles. Or, il s'agit ici d'une forme de jeu qui fait retour dans le monde réel puisque l'objectif est de gagner de l'argent. Difficile aussi d'y voir un second degré, la suite de chiffres d'une grille de Lotto ne signifie a priori rien d'autre qu'elle-même. Le sport présente aussi des difficultés. Si les critères formels du jeu y sont tout à fait présents (les règles, l'objectif, le huis clos...), le second degré est moins évident car s'il est bien un intérêt au sport c'est précisément ce qu'il est au premier degré : une suite d'exercices physiques qu'on réalise pour eux-mêmes. De plus, pour les « joueurs » professionnels (du joueur de poker au tennisman), l'activité n'est pas séparée du monde puisqu'elle constitue un moyen de subsistance et une industrie.

Ces activités peuvent se réconcilier avec les notions propres au jeu si on s'autorise à considérer que certains jouent aux jeux de hasard et aux sports là où d'autres les pratiquent sans y jouer.

L'activité ludique dépendrait du rapport personnel qui s'établit avec une situation potentiellement ludique. Si l'aspect formel du jeu prend une signification seconde pour le joueur alors il joue. La partie de dés n'est plus un simple résultat de probabilité, elle devient significative d'une prise en main du destin, elle est une réussite symbolique : si je fais trois six c'est que l'avenir sera meilleur. Il en va de même pour le sport : la victoire formelle, parfois techniquement limitée à un geste chanceux, devient la métaphore d'une domination bien plus large. Le ballon ne secoue pas que les filets, il répond à une aspiration supérieure.

C'est cette épaisseur sémantique de l'action objective que partagent les spectateurs des grands spectacles sportifs. Ils discernent dans la victoire de leur équipe ou de leur joueur non plus les seules arithmétique ou habileté mais la supériorité



La supériorité acquise dans le jeu existe-t-elle en dehors ?

Pierre Krall, *Le Soir*, 22 août 2008, avec l'aimable autorisation de l'auteur.

rité de leur communauté ou la naissance olympique d'un héros qui les inspire à la manière d'une star de cinéma. Bien que la liesse populaire puisse déborder de la clôture du stade et contaminer toute une population, une victoire sportive n'indique rien de plus qu'elle-même. La fierté collective repose sur une interprétation symbolique. Et à la partie suivante, les compteurs reviennent à zéro.

De ce point de vue, l'action ludique peut s'appuyer sur n'importe quoi. Tout est potentiellement un jeu pour autant que des joueurs adhèrent ensemble à sa convention ou qu'un joueur isolé s'empare d'un élément du monde pour le détourner dans son imaginaire et agisse avec lui, comme un enfant le ferait avec le moindre objet. Et à l'inverse, le jeu comme *game* n'engendre pas forcément du jeu comme *play*. Malgré toutes les apparences ludiques qu'il peut revêtir, une suite d'exercices mathématiques échoue à faire jouer son élève qui l'envisagera avec ennui.

Le jeu vidéo, un univers ludique bien cadré

Les imperfections des concepts et la porosité des jeux semblent trouver avec le jeu vidéo un univers stable et bien délimité. S'il ne dessine pas physiquement un terrain, le rapport médiatique qu'il instaure entre le joueur et la machine trace de lui-même un espace clos où règne l'autorité rarement contestée du programme et de son algorithme. Formellement donc, le jeu vidéo épouse les critères du jeu retenus plus haut : il est un ensemble de règles qui simule un thème et offre un objectif, ses effets restent limités à lui-même, le huis clos est garanti et il offre au joueur un second degré qui métamorphose ses clics, ses mouvements de manettes et ses pixels en une multitude de contenus fictionnels. Le joueur y déploie librement et volontairement des tactiques, ce qui s'accompagne bien souvent d'une absorption de la conscience presque hypnotique que tous les joueurs ont éprouvée.

Par son succès, le jeu vidéo a introduit une pratique ludique qui se vit souvent solitairement, aspect relativement neuf et qu'on lui a reproché. La dimension sociale est cependant bien présente, d'abord avec l'avènement des consoles de salon à plusieurs manettes (dispositif plus difficile à reproduire sur PC), puis avec les pratiques de LAN (lorsque plusieurs ordinateurs sont directement connectés entre eux) et enfin avec le développement des jeux multijoueurs en ligne (les parties de bridge ou *World of Warcraft*). Même dans l'isolement de la pratique, le jeu vidéo a généré une culture qui se vit socialement. Les jeux s'échangent, se commentent, on s'apprend les astuces et les stratégies, on decline ses expériences sur d'autres supports.

« On appelle jeu tout procès métaphorique résultant de la décision prise et maintenue de mettre en œuvre un ensemble plus ou moins coordonné de schèmes consciemment perçus comme aléatoires pour la réalisation d'un thème délibérément posé comme arbitraire. »

Jacques Henriot, *Sous couleur de jouer. La métaphore ludique*, 1989.

« Un jeu est un système dans lequel les joueurs s'engagent dans un conflit artificiel, défini par des règles, il en résulte un résultat quantifiable. »

Katie Salen et Eric Zimmerman, *Rules of Play: Game Design Fundamentals*, 2004.



Le jeu vidéo, le jeu séparé du monde réel par excellence ?



League of Legends: le jeu vidéo devenu sport et spectacle à part entière.

Les frontières très stables du jeu vidéo présentent toutefois des brèches caractéristiques de la porosité du jeu face au quotidien. La finalité de la pratique peut parfois devenir lucrative comme lorsque des utilisateurs des jeux de rôle en ligne massivement multijoueurs (MMORPG) revendent des personnages tout faits et parfaitement profilés ou des objets trouvés en jeu. Les monnaies de certains jeux peuvent s'acheter pour de l'argent réel, créant ainsi des allers-retours étranges entre l'économie réelle et des économies fictives. Dans un autre registre, le jeu vidéo se fait sport (« e-sport » même). Les joueurs s'entraînent, augmentent leur performance et s'affrontent en tournois. Les claviers et les manettes ne sont plus les

portes d'entrée vers des mondes imaginaires mais deviennent les instruments pour maîtriser les algorithmes des programmes. Et ces compétitions virtuelles deviennent à leur tour des spectacles sportifs comme les finales des compétitions du jeu *League of Legends* qui drainent des millions de spectateurs sur Internet et dans des stades bien réels où les parties sont projetées en direct.

Le gameplay

Cette notion anglophone pourrait se traduire en français par « jouabilité », mais elle ne rend pas fidèlement le sens de ce mot aujourd'hui omniprésent dans l'univers du jeu vidéo au point d'être utilisé plus largement pour d'autres formes de jeux. Le *gameplay* désigne l'expérience ludique qu'un jeu propose de vivre, tant en termes de règles que de manipulation des interfaces du jeu, de facilité ou de difficulté, etc. Un bon *gameplay* produira un jeu agréable et viable sur la longueur là où le mauvais *gameplay* se traduit par une maniabilité pénible.

« On a pu appliquer au jeu la définition que Kant a donné de l'art : « une finalité sans fin », une réalisation qui ne tend à rien réaliser que soi. Dès qu'une activité devient utilitaire et se subordonne comme moyen à un but, elle perd l'attrait et les caractères du jeu. »
Henri Wallon, L'évolution psychologique de l'enfant, 1969, p. 59.

Le jeu peut-il être utilitaire ?

L'opinion courante a longtemps considéré le jeu comme une activité essentiellement enfantine, fondamentalement inutile et improductive. Aujourd'hui encore, la société a tendance à s'inquiéter du temps que les joueurs « perdent » à jouer, semblant indiquer que quelque chose qui ne produit pas d'effets « réels » n'a pas de valeur, singulièrement lorsqu'elle est le fait d'adolescents ou d'adultes dont le temps pourrait être mieux investi. Cette mauvaise réputation est toutefois modérée par le poids économique de ce secteur et par ses efforts de marketing pour valoriser ses produits. De même, si le jeu vidéo a longtemps été cantonné à une population jeune, le vieillissement de celle-ci et l'émergence des *casual games*, ces petits jeux rapides qu'on pratique sur Internet ou sur les appareils mobiles, ont considérablement élargi la population qui joue et contribué à modérer le stéréotype (voir encart). Même si le jeu suscite encore la méfiance ou le mépris de ceux qui le considèrent comme futile ou dangereux, son omniprésence dans les loisirs contemporains de toutes les populations incarne un potentiel qui ne se limite plus à sa seule valeur marchande. Le temps et l'enthousiasme consacrés au jeu suscitent des appétits : comment les exploiter ?

Pendant des siècles, cette opportunité a surtout concerné le monde de l'éducation. Déjà, Erasme considérait le jeu comme un moyen, une ruse, pour faciliter l'apprentissage du latin par ses élèves¹⁰. Mais c'est avec l'émergence de l'humanisme, puis du romantisme, que le jeu conquiert l'intérêt des penseurs dès lors qu'ils se tournent vers la question de l'éducation et la personne de l'enfant. Dans *Émile ou De l'éducation*, Jean-Jacques Rousseau insiste sur une pédagogie qui, pour l'enfant de 2 à 12 ans, laisse une part importante aux spécificités de son âge et à son inclination naturelle, qui est bonne. « C'est ainsi que la nature, qui fait tout pour le



L'enfant apprend en jouant.

Quelques chiffres

Plusieurs enquêtes statistiques cherchent à relativiser les préjugés relatifs à la pratique du jeu vidéo, notamment en ce qui concerne l'âge et le sexe des joueurs. En 2010, l'institut GFK a remis au CNC français une enquête qui montrait que femmes et hommes se partageaient à part égale la pratique. Près des deux tiers des Français interrogés avaient déclaré joueur à des jeux vidéo et leur moyenne d'âge était de 35 ans¹. Une étude américaine commanditée par l'Entertainment Software Association livre des résultats similaires pour les USA : 51 % des Américains jouent, leur moyenne d'âge est de 30 ans et 45 % de cette population est féminine². Si ces chiffres doivent être pris avec distance dans la mesure où leur indépendance face à leurs commanditaires, l'industrie du jeu vidéo, ils révèlent au moins une tendance à la diversification des publics et des pratiques vidéoludiques.

1. Les pratiques de consommation de jeux vidéo des Français (2^e semestre 2010), CNC, 31 août 2011, www.cnc.fr/web/fr/publications/-/ressources/2851402

2. Essential Facts about the computer and video game industry, 2013, ESA, www.theesa.com/facts/pdfs/ESA_EF_2013.pdf

10. Gilles Brougère, *Jeu et Éducation*, Paris, L'Harmattan, 1995.



Les jeux pédagogiques de Fröbel, un avant-goût des serious games ?

mieux, l'a d'abord institué. Elle ne lui donne immédiatement que les désirs nécessaires à sa conservation et les facultés suffisantes pour les satisfaire. Elle a mis toutes les autres comme en réserve au fond de son âme, pour s'y développer au besoin. » Il faut donc faire confiance aux instincts de l'enfant, ils sont naturellement fructueux. Le rôle du pédagogue est de les nourrir sans les détourner vers des raisons d'adulte. D'une certaine manière, sans le citer explicitement, c'est au jeu que Rousseau fait appel comme moteur essentiel de l'activité enfantine et levier de l'apprentissage.

Fin du XVIII^e, le poète et philosophe Friedrich Schiller, figure de proue du romantisme avec Goethe, désigne pour la première fois le jeu comme une vertu. « *L'homme ne joue que là où dans la pleine acception de ce mot, il est homme, et il n'est tout à fait homme que là où il joue*¹¹. » Schiller voit

dans cette activité une manière d'être au monde de l'homme par laquelle il explore et tente de résoudre le conflit entre l'expérience sensible, interne, subjective, et l'expérience matérielle, externe, objective de l'existence¹². Jouer n'est pas seulement important pour l'enfant, c'est une activité capitale pour l'homme, tout sauf frivole.

Cet héritage humaniste et romantique fait la part belle à une conception favorable aux comportements « naturels » des hommes. Il constitue un contexte intellectuel qui anoblit l'intérêt qu'on peut porter au jeu et favorise l'émergence d'une pédagogie qui sympathise avec lui. Le pédagogue allemand Fröbel profitera de ce contexte pour inaugurer une pédagogie qui s'appuie directement sur le jeu. Il invente le concept de jardin d'enfants¹³ et propose un large panel de jeux à vocation éducative, qui s'appuie non pas sur le savoir à acquérir mais sur le potentiel autodidacte de l'activité ludique. Les idées de Fröbel peineront à s'imposer et seront souvent détournées vers des pratiques qui en reviennent à la ruse pédagogique du jeu. Elles gardent cependant une influence déterminante sur l'encadrement de la petite enfance et sur l'émergence au XX^e siècle des pédagogies nouvelles qui contestent l'éducation traditionnelle basée sur la connaissance telle qu'elle se pratique encore largement de nos jours.

Jouer c'est apprendre : la preuve par l'éducation informelle

L'héritage romantique et la pédagogie de Fröbel mettent en évidence une dimension cruciale du jeu dans le domaine de l'éducation : la pratique ludique n'est pas une perte de temps, elle génère un apprentissage qui peut être valorisé dans d'autres contextes que ludiques. Cette éducation est dite « informelle » parce qu'elle n'est pas tournée vers l'apprentissage lui-même, contrairement à l'éducation formelle (scolaire notamment) ou non-formelle (telle qu'elle s'exerce en dehors des institutions éducatives, comme en famille par exemple). À l'image de l'enfant qui joue avec des formes, les pratiques ludiques amènent à acquérir et améliorer les compétences qu'elles mobilisent¹⁴. Il peut s'agir d'élaborer des calculs parfois

11. Schiller, *Lettres sur l'éducation esthétique de l'homme*, 1795-1796, quinzième lettre.

12. Colas Duflo, *Le jeu : de Pascal à Schiller*, Paris, PUF, 1997.

13. Où l'enfant « pousse » littéralement sous l'effet de la nature pour arriver à la société.

14. Une étude israélienne menée sur un peu plus de 1000 enfants cherche à démontrer l'ampleur des bénéfices du jeu vidéo en les comparant aux pratiques éducatives traditionnelles. Si cette étude est particulièrement apologétique et sert surtout à valoriser l'industrie du jeu, elle met bien en évidence les effets possibles du jeu en termes d'éducation : *Kids and Digital Games*, MindCET, août 2013, <http://www.mindcet.org/mindcet-snapshots/MindCET-Kids & Gaming.pdf>

Jeux en ligne, univers virtuels et éducation informelle

Dans *L'expérience virtuelle*, Vincent Berry rend compte d'une longue enquête menée auprès des joueurs des MMORPG World of Warcraft et Dark Age of Camelot. Sur base d'entretiens et d'observations, il met en évidence les nombreuses activités que la pratique du jeu a stimulées chez les pratiquants. Liées directement aux jeux ou à ce qui les entoure (l'avant, l'après), ces activités mobilisent des compétences et des savoirs très divers, de l'apprentissage purement technique des machines, à l'expression artistique suscitée par le jeu, en passant par les mécanismes sociaux propres à ces jeux en ligne. La pratique vidéoludique implique aussi d'apprendre à apprendre : un jeu s'approprie, les difficultés vont croissantes, et les communautés des joueurs participent elles-mêmes aux processus d'apprentissage en encadrant les néophytes. L'enquête démontre qu'au-delà de la mauvaise réputation des jeux en ligne, ceux-ci constituent des espaces riches en expériences de vie et de socialisation.

complexes sur les probabilités du hasard afin de profiler au mieux les compétences d'un personnage de jeu de rôle, il s'agira souvent de peaufiner sa coordination pour maîtriser manettes et souris, d'améliorer le geste technique relatif à un jeu qui mobilise le corps (comme la danse), voire d'apprendre des rudiments de langues pour maîtriser des tutoriels étrangers glanés sur Internet...

L'observation des pratiques ludiques contredit l'accusation de futilité qui leur a été longtemps accolée. La passion qui anime les joueurs s'accompagne de bénéfices nombreux, souvent insoupçonnés. La garantie qu'a le joueur de ne pas pâtir de ses erreurs en dehors du jeu constitue dès lors un environnement particulièrement propice à des pratiques d'essai-erreur. Le sérieux de l'engagement dans le jeu constitue un moteur d'apprentissage sans doute inégalé.

Favorisé par le développement du vidéoludique, ce constat suscite aujourd'hui des appétits très divers à l'égard du jeu vidéo. Les tentatives de convertir l'enthousiasme ludique en un gain contrôlé et profitable (au joueur lui-même ou à des tiers) se démultiplient aujourd'hui proportionnellement à la place croissante qu'a prise le jeu vidéo dans la société.

Le paradoxe pédagogique, peut-on apprendre en s'amusant ?

La formule magique qui réussirait à exploiter le plaisir ludique au profit des apprentissages reste globalement à trouver bien que plusieurs pédagogies alternatives s'y essaient. Aux regards des caractéristiques du jeu, les obstacles sont nombreux.

Un jeu (*game*) présente des points communs avec un exercice : il est réglé et il offre de réaliser une épreuve. Alors pourquoi un élève ne montrerait-il pas autant d'enthousiasme à tuer un dragon qu'à résoudre une équation ? Sans doute parce que l'équation ne répond pas à d'autres critères ludiques. On peut certes la présenter comme une fiction et lui donner un second degré. Ce ne sont plus des nombres à soustraire et à multiplier, mais des vitesses de locomotives et des accidents qu'il faut éviter. Mais l'élève n'est pas dupe. D'abord, il sait qu'on peut lui reprocher sa tactique. Sa liberté de joueur est compromise par l'inflexibilité du savoir qu'on cherche à lui apprendre. Ce qui veut dire aussi que le huis clos n'est pas garanti. On l'évalue non pas dans le jeu, mais en dehors. L'apprentissage ou son échec constituent des enjeux qui persistent dans le monde et qui désamorcent le potentiel récréatif. Le jeu devient *vraiment* sérieux.

La quadrature du cercle revient à mobiliser les deux degrés du jeu et à éviter de les confondre. Soit l'attention se consacre aux dimensions objectives du jeu, ce que le joueur fait vraiment, pour les mobiliser au profit d'un apprentissage. Soit elle se focalise sur la signification du second degré, ce que le joueur dit faire, le thème du jeu deviendra le thème de la leçon, sans se soucier de l'activité objective qu'elle engendre. Si l'interprétation subjective du jeu correspond à l'action objective, alors le jeu perd son second degré. À l'inverse, le second degré du jeu peut être pris comme l'espace de réalisation réel d'un apprentissage mais c'est

Une baignoire se remplit au maximum en 8 minutes avec l'eau du robinet, et se vide totalement en 12 minutes par l'orifice d'évacuation, le robinet étant bien fermé. En combien de temps serait-elle remplie au maximum si l'on ne ferme pas le trou d'évacuation ?



Le second degré suffit-il à transformer un exercice rébarbatif en jeu passionnant ?

oublier un peu vite que les paramètres réels qui sont entrés en ligne de compte n'ont parfois rien à voir avec le thème. Un jeu de plateau qui vise l'apprentissage de la démocratie aura-t-il produit autre chose qu'une suite de coups de dés et de lectures de fiches ?

L'écart entre ces deux dimensions est difficile à surmonter. Et lorsqu'il est franchi, ce n'est plus tant à un jeu qu'on a affaire mais à une « pure » simulation. L'expérience qu'on simule cherche à parfaitement reproduire le modèle, pour faire correspondre le premier et le second degré. Le simulateur de vol reproduit la technique nécessaire au pilotage d'un avion et donne à penser qu'on pilote un véritable appareil. Mais à trop vouloir faire correspondre ce qu'on fait vraiment et ce qu'on dit faire, l'activité siphonne l'évasion fictionnelle des contraintes du quotidien desquelles les joueurs cherchent précisément à s'affranchir. Avec la simulation, on ne joue plus au pompier, on se prête à un exercice d'incendie.

L'écueil fondamental de la pédagogie par le jeu relève sans doute des intentions du système éducatif. Il vise à former aux contraintes et aux attendus du quotidien tels qu'ils sont, là où le jeu propose de les détourner et d'en explorer d'autres. Ces difficultés n'arrêtent cependant pas les concepteurs désireux d'utiliser le médium du jeu pour produire sur le joueur un effet secondaire à celui du divertissement. L'avènement de l'industrie vidéoludique a donné un ton nouveau à cette quête « utilitaire » du jeu qui se manifeste de plusieurs manières qui vont de la gamification (ou la ludification) au serious games (ou jeux sérieux).

La gamification

« Gamifier » c'est donner des apparences ludiques à des activités qui ne constituent pas un jeu. Il s'agit de s'inspirer de l'une ou l'autre caractéristique du jeu et de l'appliquer sur une autre activité dans le but de la rendre plus motivante. La gamification n'est pas neuve, on peut considérer comme étant de cet ordre le fait de donner des apparences de fiction à des épreuves mathématiques (comme lorsqu'on propose des problèmes sous forme d'histoire de baignoires à remplir ou de vitesse de train). La notion de gamification profite du développement de l'industrie du *game design* dès lors qu'elle s'applique à des contenus informatiques. Les développeurs de jeux sont ainsi potentiellement sollicités pour appliquer leurs recettes sur des processus qui ne sont pas des jeux. En voici quelques exemples.

À travers le Web, de nombreux réseaux sociaux proposent de récompenser leurs utilisateurs à l'aide de badges ou de grades qui récompensent la qualité ou l'intensité de leur engagement, comme le site du Washington Post qui gratifie les meilleurs commentateurs de badges qui signalent les intervenants les plus pertinents¹⁵. En Belgique, le réseau social Parano.be construisait toute sa structure autour d'un système de grades, de badges et de niveaux directement inspirés du jeu de rôle Parano. Sur le réseau senscritique.com, les utilisateurs peuvent être récompensés par de nombreux badges qui saluent l'intensité de leur activité et qui encouragent à sa croissance. Cette pratique est courante. Ce faisant, ces plateformes collent à une activité non-ludique (la modération d'une communauté, l'amitié en ligne, la pertinence et le nombre des interventions, etc.) des principes inspirés de l'augmentation de niveau telle qu'elle peut se pratiquer dans les jeux lorsqu'il s'agit d'améliorer un personnage ou de souligner l'amélioration des compétences. Les classe-



L'apparence du jeu pour explorer les données de l'histoire, ici sportive. Duels de Légendes édité par Radio France.

15. www.washingtonpost.com/wp-srv/interactivity/get-a-badge.html

ments qui en découlent ne sont pas sans rappeler ceux qu'on pouvait consulter sur les consoles des salles d'arcades où les joueurs cherchaient à battre les scores des uns et des autres et à laisser leur pseudonyme dans les classements.

La gamification emprunte aussi au jeu la dimension d'interactivité lorsqu'elle s'applique à l'information et aux données pour rendre leur consultation plus attractive. Par exemple, le site de Radio France consacré au Tour de France propose une application qui permet de générer des duels entre des coureurs célèbres¹⁶. On peut faire courir Merckx contre Hinault et voir lequel a conclu le tour en le moins de temps, combien ils avaient de points pour le maillot vert, etc. L'objectif est d'offrir une autre manière de consulter les données archivées par le média. La forme ludique se limite à la liberté qui est offerte de créer des pseudo-récits dynamiques. De ce point de vue, la gamification explore des possibilités nouvelles pour diffuser des informations à l'heure où celles-ci se démultiplient et prennent des formes complexes et immenses (les « big data¹⁷ ») permises par la numérisation et la mise en ligne. L'apparence du jeu dynamise l'information en offrant aux consommateurs de ces données de les combiner librement.

Le marketing s'est évidemment saisi du procédé et démultiplie les campagnes publicitaires qui s'offrent comme des jeux. Ces techniques ne sont pas neuves comme l'illustrent les concours qui accompagnent souvent le lancement d'un nouveau produit. Mais l'interaction transmédiatique permet aux marques d'augmenter l'interactivité et de chercher à susciter un intérêt ludique, favorable au « buzz », le saint graal de la communication. C'est ce que suggère Coca-Cola lorsqu'il s'agit de promouvoir sa boisson en misant sur des publicités qui renvoient au site Internet et invitent à plusieurs activités « fun », comme celle consistant à apposer des messages personnels sur des cannettes, à faire des concours de photos, etc¹⁸. C'est le même procédé qui est à l'œuvre lorsque la marque Lay's offre d'imaginer de nouveaux goûts pour ses chips¹⁹. L'interactivité donne l'impression de jouer avec la marque et facilite aussi la collecte des données des utilisateurs, prompts à s'inscrire dans divers fichiers pour accéder aux divertissements.

De manière plus pratique, des sociétés comme Ikea proposent des logiciels en ligne qui permettent de modéliser son appartement et de le décorer comme bon nous semble. Le catalogue profite des interfaces vidéoludiques de la réalité augmentée pour séduire les consommateurs²⁰. Comme dans un jeu, le client est mis au centre du dispositif et il lui est offert de manipuler l'information publicitaire au lieu de la subir passivement (à l'image encore des nombreuses publicités qui prennent la forme de films interactifs dont on peut choisir les séquences). Alors que le matraquage publicitaire s'intensifie, au risque de l'irritation du public, la promesse ludique encourage à s'offrir volontairement aux messages commerciaux.



Le catalogue Ikea numérique : un univers virtuel à explorer

16. <http://100tours.radiofrance.fr/duels-de-legendes>

17. Entrée Big Data de Wikipédia, http://fr.wikipedia.org/wiki/Big_data

18. La campagne de Coca-Cola menée en 2013 regorge d'exploitations ludiques de la marque et de ses produits qui s'appuient sur les réseaux sociaux pour augmenter l'interactivité et éventuellement alimenter un esprit de compétition. Coca-Cola n'est plus une boisson, c'est un jouet. www.ikea.com/ms/en_GB/rooms_ideas/small_spaces/index.html

19. www.lays.be/fr/maakjesmaak/

20. Jean-François Munster et Anne-Sophie Leurquin, *Nous avons testé la réalité augmentée d'Ikea*, Le Soir, 30 août 2013, www.lesoir.be/307825/article/economie/2013-08-29/nous-avons-teste-realite-augmentee-d-ikea-video

Le domaine vaste et flou du serious game

Contrairement aux outils de communication qui profitent du lifting de la gamification, les serious games se conçoivent comme des jeux. Cependant, leur fonction première est de produire chez les utilisateurs un bénéfice autre que le seul plaisir récréatif. L'oxymore « jeu sérieux » désigne bien cette ambition et se présente de manière évidente comme une contradiction. Comme un jeu, par définition récréatif, peut-il être sérieux ? En vérité, les effets poursuivis par la catégorie des serious games recouvrent divers objectifs qui impliquent des jeux finalement assez différents.

Les jeux publicitaires

La forme la plus répandue des jeux labellisés « serious game », et sans doute la moins facilement identifiable, est celle qui utilise le jeu vidéo comme moyen de marketing au profit d'une marque ou d'un produit (on parle alors d'*advertainment*). Contrairement au marketing « gamifié », le but est d'accrocher le client par la pratique d'un jeu qui, en lui-même, satisfait les attentes du joueur. L'expérience ludique proprement dite n'est pas forcément thématisée par le produit dont on vante les mérites, le jeu est juste « fun ». Mais, un peu à la manière du placement de produit au cinéma, il comporte des messages publicitaires ou se conclut sur un tel message. Le héros aura sauvé la galaxie et à la fin, il boira sa boisson préférée. Dans ces jeux, ce que fait le joueur, ce à quoi il est amené à penser a souvent peu de rapports avec le produit en lui-même. L'objectif n'est donc pas de lui apprendre quelque chose mais de l'accrocher indirectement à une marque en suscitant son intérêt ludique.

Les jeux de sensibilisation ou idéologiques

Aux côtés des usages de marketing, les jeux vidéo sont également utilisés pour promouvoir des opinions ou des causes. La notion de serious game (qui n'était jusqu'alors pas spécifique aux jeux informatiques) s'est popularisée à la faveur du jeu *America's Army*, produit par l'armée américaine en 2002. Le jeu s'offre comme un

« shoot them up », un jeu de tir à vue subjective, où l'objectif est d'abattre un maximum d'ennemis et de réussir des missions à couleur guerrière. Le jeu est multijoueur : il permet de rejoindre des parties en ligne et d'affronter ou de s'allier à d'autres joueurs. En misant sur ce genre très populaire (inauguré par des classiques comme *Wolfenstein 3D* et *Doom*), l'armée cherchait avant tout à diffuser un produit d'appel pour l'enrôlement²¹.

La différence avec les jeux de pure promotion de marque réside dans le fait qu'*America's Army* prétend offrir une certaine expérience de l'activité militaire. Son *gameplay* intègre plusieurs aspects relatifs aux valeurs de l'armée. Ainsi, il est impossible de jouer contre les USA. Même dans les parties où des joueurs s'affrontent, chacun joue un soldat américain et voit l'autre comme un en-



America's Army, « Le jeu officiel de l'armée U.S. »

²¹. L'expérience américaine fait des émules comme en témoigne la publication d'un jeu édité par l'armée chinoise qui propose notamment de se battre pour récupérer des îles contestées au Japon. Damien Greffet, *Jeux vidéo : quand les Chinois et les Japonais se disputent des îles*, 23 juillet 2013, JeuxActu.com, www.jeuxactu.com/jeux-video-quand-les-chinois-et-les-japonais-se-disputent-des-iles-88570.htm

nemi étranger. Les classements des joueurs intègrent aussi une notion d'honneur, un chiffre qui fait référence aux succès et qui baisse en cas d'échecs ou d'erreurs (comme blesser un soldat de son équipe). Les parties elles-mêmes encouragent à la combinaison des talents: médecin, logisticien, soldat autant de rôles qui permettent de participer et qui valorisent le fait que l'armée s'adresse à tous les talents. Au fond, le jeu ne cherche pas à simuler de manière réaliste une situation de guerre, il profite des mécanismes ludiques propres au genre pour glisser quelques éléments idéologiques qui préparent une adhésion aux valeurs militaires. *America's Army* est une ode à l'idéologie militaire, on est bien dans un produit de recrutement et non d'entraînement proprement dit. Un jeu avant tout, non un simulateur.

America's Army est un des premiers jeux « sérieux » à avoir remporté un authentique succès auprès des joueurs (comme en témoignent les nombreux sites de fans où s'organisent des tournois et des parties) tout en démontrant que le jeu lui-même peut véhiculer des valeurs. L'armée américaine n'est pas seule à utiliser l'activité vidéoludique comme un terrain de propagande. Depuis plusieurs années, les jeux dont le *gameplay* lui-même promeut ouvertement des causes se démultiplient. Par exemple, gratuitement édité en 2013, le jeu *Kill Mittal*²² propose de se glisser dans la peau d'un métallo employé par Arcelor Mittal qui se révolte contre la politique du groupe et la fermeture de son usine. Au fil des niveaux, il combat les agents de sécurité, les médias, Mittal lui-même. Pour vaincre, il doit fédérer d'autres ouvriers. Le jeu n'offre rien de plus qu'un *gameplay* basique de lancer d'objets sur les ennemis et une augmentation classique de la difficulté. Mais c'est son thème général qui résonne avec les luttes ouvrières.

Ce genre de jeu suscite régulièrement des protestations. C'est le cas du jeu *Pipe trouble*²³ qui propose de construire des pipelines sur le territoire canadien²⁴. L'objectif est de gagner de l'argent tout en ménageant les susceptibilités des habitants qui protestent dès lors qu'il faut abattre un arbre, bloquant l'installation et pouvant aller jusqu'à poser des bombes pour détruire les tuyaux. Le jeu présente l'action des compagnies comme pragmatiques et tournée vers le seul profit puisqu'il se gagne en fonction de l'argent collecté. Il a entraîné des protestations de la part des autorités publiques qui cherchent à présenter l'industrie énergétique comme un secteur profitable à l'ensemble de la société canadienne. De leur point de vue, le jeu serait contraire à la pacification du débat public: il a été retiré sous la pression politique du site de la chaîne publique TVO où il était disponible.

Certains jeux militants misent sur le *gameplay* lui-même pour faire passer un message, quitte à contrarier le potentiel ludique. À l'occasion de la guerre de Gaza en 2009, de nombreux *casual games* ont fleuri sur Internet pour protester et dénoncer l'opération militaire d'Israël. Certains d'entre eux ironisaient ouvertement sur le rapport de force entre les deux camps. *Raid Gaza*²⁵ par exemple propose un petit wargame où il faut défendre Israël face à l'ennemi palestinien en envoyant un maximum de troupes sur la Bande de Gaza en cinq minutes. Le score final se base sur le ratio entre les nombres de soldats Israéliens et de Palestiniens tués en renvoyant à des chiffres publiés pendant le conflit. Il veut dénoncer l'asymétrie et la brutalité des moyens guerriers déployés par Tel-Aviv.

Dans le même esprit, le jeu *Play Gaza Defence*²⁶ propose de placer des combattants Palestiniens sur une ville de Gaza pour la défendre (sur le modèle des *tower games*). Mais l'atta-

22. www.romstation.fr/jeux/page/kill-mittal-r35069

23. www.pipetrouble.com/game.html

24. *TVO retire un jeu de pipelines qui explosent de son site web*, Radio-Canada, 23 mars 2013, www.radio-canada.ca/regions/alberta/2013/03/22/004-pipe-trouble-jeu-tvo-pipelines-explosions.shtml

25. www.kongregate.com/games/raidgaza/raid-gaza

26. www.kongregate.com/games/vivogd/gaza-defence-force



Raid Gaza, un jeu ironique et militant pour dénoncer le militarisme israélien.

que israélienne est trop massive : il est impossible de gagner le jeu. Toujours sur le même thème, c'est cette logique que poursuit un jeu moins subversif, *Safe Passage*²⁷, financé par l'UE où le joueur interprète un marchand, une étudiante ou un père de famille qui désirent rejoindre la Cisjordanie à partir de la Bande de Gaza. Mais les complications administratives

imposées par Israël sont telles que l'objectif est impossible à atteindre. Qu'ils soient militants, de mauvais goût ou finalement peu amusants, ces jeux démontrent l'usage qui peut être fait du *gameplay* et des habitudes des joueurs pour sensibiliser à des causes²⁸.

La plupart des jeux évoqués ici marient des mécanismes assez traditionnels (jeux de puzzle, jeux de tirs, jeux de plateau) avec des thématiques fortes qui imprègnent les graphiques, les fictions ou même l'activité ludique proprement dite. On ne sauve pas le monde en détruisant les ennemis : on épouse l'action militaire américaine, la lutte des classes ou la cause palestinienne. Ces jeux amènent des valeurs et des notions qui sont susceptibles de sensibiliser le joueur : il faut respecter flore et faune pour réaliser un édifice industriel. Mais ce ne sont pas à proprement parler des programmes éducatifs dans la mesure où ils n'ont pas pour ambition d'augmenter les compétences des joueurs sinon en renvoyant à des informations tierces dès lors que la sensibilisation a opéré.

Les jeux éducatifs

La notion de *serious game* réduite à son sens le plus strict désigne les jeux qui ambitionnent d'augmenter les compétences ou les connaissances de leurs joueurs. Ils ont pour vocation d'intégrer les pratiques de l'éducation proprement dite et se présentent comme facilitateurs de l'apprentissage. Leur usage ne s'adresse pas uniquement aux jeunes, beaucoup de *serious games* sont développés pour intégrer les formations dispensées aux adultes, dans le cadre de la formation continue ou pour des apprentissages spécifiques à des entreprises²⁹.

Lorsqu'ils s'adressent aux enfants, ces jeux s'inscrivent souvent dans la continuité du ludo-éducatif, de « l'apprendre en s'amusant » tel qu'il existe depuis longtemps dans le secteur scolaire. Certains jeux sont très proches des cahiers de devoirs de vacances et se limitent à donner une couleur ludique à des exercices finalement très formels. Toutefois, les possibilités en termes d'immersion, d'interactivité et de complexité technique (notamment le fait que le logiciel puisse produire des évaluations) ont ouvert des horizons nouveaux aux expériences éducatives.

« Les jeux touchent facilement les jeunes dans leur cadre de vie et dans le langage qui leur est propre. Aujourd'hui, ces jeux font partie intégrante de la culture jeune, et pourtant ils restent pratiquement absents de nos systèmes d'enseignement¹. »

PING

1. Poverty Is Not a Game, *Manuel pédagogique à l'usage des enseignants*, p. 7, www.povertyisnotagame.com/wp-content/uploads/PING_FR.pdf

L'argument courant qu'utilisent les promoteurs du jeu vidéo pour l'apprentissage est celui de la motivation. L'outil correspondrait à la culture contemporaine, et tout particulièrement à celle des jeunes, ce qui devrait les encourager à s'investir dans les activités. On retrouve là un argument assez classique (qui sert également la cause du cinéma à l'école) et qui, en filigrane, révèle les inquiétudes récurrentes des pédagogues quant à la manière d'intéresser aux leçons.

27. www.spg.org.il

28. Voir le site www.molleindustria.org pour plusieurs exemples de jeux militants.

29. Comme le jeu *Bricomania* qui propose de jouer un stagiaire dans une grande surface. Le but est de permettre à des personnes en recherche de travail d'expérimenter divers métiers pour mieux s'orienter professionnellement. Description sur : www.pedagotheque.be/fr/index.php?pageID=8 & voir = 1299 & ressource = Vie_professionnelle

Les difficultés pratiques des jeux vidéo sérieux

Utiliser le jeu vidéo comme support pédagogique bute sur plusieurs difficultés. La principale sans doute est l'outillage informatique qu'ils nécessitent. Il est souvent difficile pour un enseignant de mettre chaque élève devant un ordinateur et les tablettes tactiles sont très loin d'avoir pénétré le quotidien scolaire. Par ailleurs, les jeux vidéo pédagogiques souffrent aussi souvent de grosses lacunes en termes de *gameplay* et de *design*. Développés par des petites entreprises et par des pédagogues, ils ne disposent pas de l'arsenal de techniciens qui sont au service des jeux commerciaux. Si le but est de miser sur la culture des apprenants, les jeux qui sont supposés leur plaire risquent rapidement de buter sur leur expérience de titres plus efficaces. Un peu comme si on montrait un film noir et blanc et muet à des spectateurs habitués aux effets visuels époustouflants de l'industrie hollywoodienne. Loin d'enthousiasmer les joueurs, l'expérience risque au contraire d'apparaître pénible.

Lorsqu'on se penche sur les *serious games* disponibles sur Internet, on peut constater que beaucoup de ces logiciels présentent plutôt des activités pédagogiques « gamifiées » que de véritables jeux. Il peut s'agir, comme avec *Sonic Divider*³⁰, d'effectuer des calculs et d'essayer de monter dans les scores pour gagner des badges. Les auteurs de ce jeu reconnaissent cette dimension qui, selon des enquêtes menées en classe par leur soin, semble effectivement augmenter l'intérêt des élèves pour l'activité et faciliter leur assimilation du calcul. Coller des apparences ludiques sur des activités pédagogiques n'est pas neuf (songeons aux « bons points » distribués depuis longtemps aux élèves méritants) mais la pratique semble se resourcer dès lors qu'elle s'inspire des habitudes de jeu, à l'image des méthodes d'un enseignant américain qui vante les succès d'une méthode de cotation inspirée des quêtes et des gains d'expérience typiques des jeux de rôle³¹.

La limite entre l'exercice gamifié et le « véritable » jeu est difficile à marquer. Peut-être se situe-t-elle dans ce que le jeu explore. Les jeux les plus fréquents sont, comme ceux propres aux mathématiques, ceux qui cherchent à faire acquérir une compétence : diviser, additionner, écrire sans faute, etc. L'objectif final est relativement bien cerné et les jeux peuvent sans trop de difficulté les simuler, tout particulièrement lorsque le processus à simuler est relatif à un univers conventionnel, comme les mathématiques, la grammaire, l'informatique ou d'autres sciences qui s'appuient sur des raisonnements logiques.

La démarche est plus difficile lorsqu'il s'agit d'explorer les sciences humaines pour s'approprier une matière. Les formules les plus simples sont les jeux de type quizz où il s'agit d'évaluer ses connaissances en les utilisant pour résoudre des énigmes ou répondre à des tests. Mais à nouveau, le label ludique masque alors de simples exercices. La dimension ludique est mieux mise en avant à travers les jeux qui s'inspirent des jeux de rôle. Le joueur interprète un personnage qui évolue dans un univers virtuel. À travers les missions et les difficultés, voire l'exploration pure et simple, l'apprenant s'immerge dans une situation de fiction où le savoir à apprendre est modélisé. Il faut en comprendre le contenu pour évoluer dans la partie.



L'épineuse difficulté du serious game : l'apparence ludique suffit-elle à faire un jeu ?



30. Michael D. Kickmeier-Rust, *Gamification: Does it work in the classroom?*, Games and Learning Alliance, 29 juillet 2013, www.galanoe.eu/index.php/home/591-gamification-does-it-work-in-the-classroom

31. Quentin Duverger, « Supprimer les notes et « gamifier » sa classe : success story dans les facs américaines », *Vous Nous Ils*, 25 juillet 2013, www.vousnousils.fr/2013/07/25/supprimer-les-notes-gamifier-classe-success-story-facs-americaines-gamification-549609



Wild Web Wood: un jeu de rôle pour apprendre les droits des enfants ou explorer une forêt fantastique ?

La sophistication de ces jeux est très variable. *Wild Web Wood*³², édité en 2009 par la Conseil de l'Europe, s'adresse aux plus jeunes et veut transmettre les notions essentielles relatives aux droits de l'enfant. On y joue un petit personnage qui évolue dans un environnement qui n'est pas sans rappeler les jeux d'arcades et qui s'inspire de l'univers des contes. On doit éviter de vilaines bêtes, trouver des clés et des chartes qui expliquent les droits fondamentaux des enfants et réussir diverses épreuves agrémentées de messages d'avertissement sur les risques d'Internet. En réalité, le jeu mélange des *gameplay* très traditionnels avec du contenu thématique « sérieux ». On peut donc y jouer sans trop se soucier des connaissances que le jeu promeut pourtant.

Dans un registre moins divertissant, le jeu *Ping*, soutenu par l'UE et la Fondation Roi Baudouin, est explicitement destiné aux élèves du secondaire. Il s'agit de s'immerger dans un univers virtuel réaliste et d'éprouver les difficultés qui mènent à la pauvreté. On y interprète une jeune femme ou un jeune homme et on expérimente ses difficultés sociales et économiques pour comprendre que la seule issue à l'exclusion sociale est l'intégration au marché de l'emploi. L'apprentissage est issu directement de l'interprétation des épreuves et de la capacité des joueurs à en déduire des phénomènes globaux. *Ping* « permet à l'utilisateur de dépasser cet univers fictionnel et de transférer les savoir-faire et les compétences d'apprentissage qui y ont été développés dans un contexte de vie "réelle"³³ ». La documentation pédagogique insiste sur l'importance de l'enseignant pour en quelque sorte réaliser une médiation fertile entre le jeu et les élèves. Après le jeu proprement dit, il faut consacrer du temps à extraire de l'expérience le contenu de l'apprentissage.

C'est à ce niveau que, précisément, les jeux basés sur des compétences très formelles diffèrent de ceux qui touchent à des connaissances critiques sur la société. Si les premiers peuvent permettre d'améliorer des aptitudes directement par leur pratique dans le jeu, les seconds nécessitent un deuxième temps de travail destiné à formaliser le contenu du cours sur base de l'expérience ludique. Ce moment peut lui-même être intégré dans le jeu, sous forme de quizz ou de questionnaire, mais il nécessite souvent une mise au point extérieure pour objectiver les contenus, préalable à une évaluation.



Poverty Is Not a Game: un simulateur de précarité juvénile.

Les expériences vidéoludiques menées dans des contextes d'apprentissage font l'objet d'études régulières. La plupart concluent à l'effet motivant et impliquant que les jeux vidéo ont sur leurs utilisateurs. Les élèves se disent heureux de l'expérience et se sentir plus concernés par les cours. Ce sont notamment les conclusions du projet *Games in Schools* qui a synthétisé plusieurs expériences de jeux vidéo en classe. Les enseignants sont nombreux à constater l'enthousiasme de leurs élèves face aux jeux et relèvent qu'ils permettent d'améliorer des compétences liées à la manipulation des outils numériques et qu'ils encouragent des comportements collaboratifs. Ces résultats recoupent les témoignages d'enseignants qui s'expriment sur des expériences de serious games et de nombreux travaux de recherche sur la question.

Cependant, si on écarte l'argument du surcroît de motivation des élèves, peu surprenant et sans doute similaire à celui que suscite le cinéma, la bande-dessinée, ou tout autre support identifié aux loisirs, les acquis avé-

32. *Wild Web Woods*, Strasbourg, Council of Europe, 2009, www.wildwebwoods.org

33. *Poverty Is Not a Game*, manuel pédagogique à l'intention des enseignants, Fondation Roi Baudouin, 2010, p. 25, www.povertyisnotagame.com

rés (meilleure appropriation des outils numériques, socialisation, processus d'apprentissage propre au jeu...) recoupent ceux constatés sous la perspective de l'éducation informelle. Ces conclusions confirment donc bien que la pratique vidéoludique (ou simplement ludique) a des avantages qui lui sont inhérents. En revanche, peu d'études mettent en avant des bénéfices strictement liés aux spécificités de l'éducation formelle. Il est difficile d'établir si les élèves ont mieux acquis la matière première du cours par rapport à une pédagogie classique et dans un laps temps équivalent.

Le serious game est un terrain d'investigation de plus en plus arpenté par les chercheurs des sciences de l'éducation. Les incertitudes ne découragent cependant pas de très nombreuses entreprises de *game design* de démultiplier les *serious game*. Pour beaucoup d'entre elles, c'est même le marché principal dans la mesure où le jeu de divertissement³⁴ est dominé par quelques grands groupes industriels dont les moyens techniques sont difficiles à concurrencer. Le serious game et la gamification constitueraient un marché d'avenir, soutenu par des pouvoirs publics désireux de développer une économie du numérique locale³⁵. S'il est parfois difficile de différencier les campagnes de marketing de l'industrie du *game design* des résultats de recherche indépendante³⁶, le *serious game* est indubitablement un secteur incontournable de l'expansion du numérique dans le domaine de l'éducation. Il reste à déterminer si les jeux proposés offriront aux joueurs une expérience réellement éducative et authentiquement ludique, avec ce que cela suppose en termes de liberté et d'inconséquence, au risque d'obéir à l'injonction rusée d'Erasme : « *Le rôle du précepteur sera de faire porter à l'étude le masque du jeu*³⁷ ».

Les usages thérapeutiques du jeu vidéo

Ce rapide tour d'horizon des usages sérieux des jeux vidéo ne doit pas faire l'impasse sur les usages thérapeutiques qu'ils permettent. Depuis plusieurs années, les nouvelles consoles de jeux qui misent sur l'activité physique sont utilisées par les kinésithérapeutes pour accompagner les rééducations ou tout simplement pour maintenir en forme. La console wii de Nintendo, dont la manette transmet les mouvements, est régulièrement utilisée dans les homes de personnes âgées pour les encourager à garder la forme. D'autres jeux permettraient aussi d'entretenir les capacités cérébrales des seniors et de leur assurer une plus grande longévité¹.

Dans un autre domaine, le jeu vidéo est régulièrement exploité par les psychologues pour traiter des troubles du comportement, notamment chez les jeunes. En France, le psychologue Michael Stora défend depuis plusieurs années les usages thérapeutiques qu'il peut être fait des jeux vidéo, notamment pour combattre les dépressions ou des problèmes de sociabilité chez les jeunes. En 2011, deux chercheurs anglais et irlandais ont fait massivement tester un jeu destiné à accompagner des jeunes atteintes de troubles communicationnels. Le programme propose de lutter contre la contamination des « pensées négatives » et est conçu pour être utilisé dans le cadre d'un accompagnement spécialisé².

1. Cécile Bolesse, « NeuroRacer, le jeu vidéo qui booste les capacités cérébrales des seniors », 01net, 9 septembre 2013, www.01net.com/editorial/602686/neuroracer-le-jeu-video-qui-booste-les-capacites-cerebrales-des-seniors

2. « Un jeu vidéo facilite la thérapie des adolescents », Blog Big Browser, 8 août 2013, bigbrowser.blog.lemonde.fr/2013/08/08/communication-un-jeu-video-facilite-la-therapie-des-adolescents



La console Wii utilisée pour entretenir la condition physique des personnes âgées.

34. On peut relever que l'expression « jeu de divertissement » (*entertainment game*) est un pléonasme dont le cours augmente au fur et à mesure que l'oxymore « jeu sérieux » se popularise.

35. Cfr à ce sujet les arguments avancés par le site de soutien au serious game en Belgique : www.seriousgame.be/a-propos

36. L'étude de référence *Games in School* étant elle-même financée par l'ISFE, le lobby européen de l'industrie vidéoludique. On sent d'ailleurs à sa lecture que la promotion des mérites éducatifs du jeu a aussi pour but de tempérer les critiques traditionnelles contre les « dangers » du jeu vidéo.

37. Cité par Colas Duflo, *ibid.*



Bibliographie

Sur le jeu

- BATESON Gregory, « Une théorie des jeux et du fantasme », in *Vers une écologie de l'esprit*, tome I, Paris, Seuil, 1977.
- BROUGÈRE Gilles, *Jeu et éducation*, Paris, L'Harmattan, 1995
- CAILLOIS Roger, *Les Jeux et les Hommes*, Paris, Gallimard, collection « Folio/Essais », 1967.
- DUFLO Colas, *Le jeu de Pascal à Schiller*, Paris, PUF, 1997.
- FINK Eugène, *Le jeu comme symbole du monde*, Paris, Les Éditions de Minuit, 1966.
- GOFFMAN Erving, *Les cadres de l'expérience*, Paris, Les Éditions de Minuit, 1991.
- HENRIOT Jacques, *Sous couleur de jouer. La métaphore ludique*, Paris, José Corti, 1989.
- HUIZINGA Johan, *Homo Ludens. Essai sur la fonction sociale du jeu*, Paris, Gallimard, 1951.
- SUTTON-SMITH Brian, *The ambiguity of play*, Harvard University Press, 2001.
- WALLON Henri, *L'évolution psychologique de l'enfant*, Paris, Armand Colin, 1969.
- WINNICOTT Donald, *Jeu et réalité, l'espace potentiel*, Paris, Gallimard, 1975.

Sur le jeu vidéo

- BERRY Vincent, *L'expérience virtuelle: Jouer, vivre, apprendre dans un jeu vidéo*, Rennes, PU Rennes, 2012.
- GENVO Sébastien, *Le jeu à son ère numérique: Comprendre et analyser les jeux vidéo*, Paris, L'Harmattan, 2009.
- Dossier « Les jeux vidéo, un "bien" culturel ? », dir. Sébastien Genvo, *Médiamorphoses* 22, 2008, documents.irevues.inist.fr/handle/2042/28178
- SALEN Katie et ZIMMERMAN Eric, *Rules of Play: Game Design Fundamentals*, Cambridge, MIT Press, 2003.
- TREMEL Laurent, *Jeux de rôles, jeux vidéo, multimédia. Les faiseurs de mondes*, Paris, PUF, 2001.

Ressources sur le serious game

- Une compilation de ressources à vocation pédagogique : *Serious games et mondes virtuels*, enseignement.be, Fédération Wallonie-Bruxelles, www.enseignement.be/index.php?page=26432
- Le portail homologue français sur le même thème : *Jeux sérieux et mondes virtuels*, Portail éducol : l'actualité du numérique, Ministère de l'Éducation nationale, eduscol.education.fr/numerique/dossier/apprendre/jeuxserieux
- Le blog <http://blog.seriousgame.be> qui suit l'actualité du Serious Game.
- Le site de l'étude *Games in School*, ISFE et European Schoolnet, games.eun.org

Les jeux vidéo : Un terrain fertile pour l'éducation aux médias

Si l'éducation formelle lorgne depuis longtemps sur le potentiel pédagogique du jeu, l'avènement du jeu vidéo comme mass media ouvre un espace qui reste largement à conquérir pour l'éducation aux médias. Approcher l'environnement médiatique de manière critique pour se l'approprier a d'abord été une préoccupation adressée à l'univers de la télévision, de la presse, de la radio et du cinéma. Depuis les années 1990, le bouleversement provoqué par la communication numérique anime de fécondes réflexions qui mobilisent les catégories traditionnelles de l'éducation aux médias. Pourtant, média numérique le plus spécifique, le jeu vidéo semble parfois désorienter les spécialistes qui hésitent quant au bout médiatique par lequel il faut le prendre.

La faute sans doute à l'ambivalence de sa nature. Contrairement à une émission, un article ou un film, un jeu vidéo n'offre pas un contenu traditionnel en tant que tel. L'observation d'un jeu ne semble pas avoir beaucoup de sens sans ce qui fait son principe essentiel : l'activité d'un joueur. La distance entre émetteur et récepteur, classique dans la communication, s'en trouve totalement brouillée. Au point qu'on ne sait trop ce qu'il faut observer : le jeu ou la partie ? Le média ou le joueur ? Ce rapport qui semble fondamentalement individuel semble être considéré par beaucoup d'acteurs éducatifs comme difficile à surmonter. D'une part, si soit même on ne joue pas, comment en parler ? D'autre part, comment proposer à un groupe d'observer l'objet sans forcément avoir les moyens, matériels ou temporels, de les faire tous jouer ? Comment socialiser l'expérience individuelle dans un processus éducatif collectif ?

Les analyses présentées dans cette seconde partie du dossier proposent des pistes de réflexion pour à la fois contourner ces obstacles et identifier les dimensions du jeu vidéo qui s'offrent à l'analyse critique en dehors du huis clos caractéristique du jeu. **Éducation aux médias et jeux vidéo** propose précisément de considérer le domaine vidéoludique à travers les effets sociaux dont il est la source et qui se manifestent



notamment dans les médias traditionnels. **Les six thématiques de l'éducation aux médias et le jeu vidéo** montrent à l'aide de nombreux exemples que les outils classiques de l'analyse des médias s'appliquent aussi au jeu vidéo. À sa suite, le présent dossier propose une déclinaison plus précise de ces thématiques à travers six analyses qui se veulent représentatives d'une éducation critique telle qu'elle pourrait être déclinée de bien d'autres manières encore.

Social Game : la rentabilité comme essence du jeu vidéo ? explore les mécanismes commerciaux des jeux qui animent nos smartphones et nos réseaux sociaux. **Le mod est à vous : quand le jeu vidéo se co-construit avec les joueurs** montre que loin d'être cantonné à une activité prévue par le logiciel, le public des joueurs manifeste régulièrement ses préférences en contribuant à enrichir les programmes de bouts de codes qui en modifient les paramètres ludiques. **L'interaction Homme-Machine comme outil d'analyse** explique le mode de communication particulier et quasiment universel qui se noue entre une machine et un joueur. **Réalité virtuelle : je n'en crois pas mes « Oculus » ... !** illustre l'impact des innovations technologiques sur l'histoire de ce média à l'aide de l'exemple des casques de réalité virtuelle et des appétits qu'ils suscitent de la part de l'industrie. **Gagner l'Histoire : jeux de stratégie et visions du monde** interroge les représentations culturelles qui sont au principe d'une grande partie des jeux de stratégies. **S.T.A.L.K.E.R. : lorsque le jeu vidéo approfondit l'imaginaire du désastre** s'intéresse à la notion de typologie pour montrer que le jeu vidéo participe à sa manière à la vie des genres fictionnels, comme la science-fiction, et qu'il peut approfondir leur potentiel politique.

ÉDUCATION AUX MÉDIAS ET JEUX VIDÉO

Les jeux vidéo constituent d'excellents supports à l'éducation aux médias. Loin du débat stérile qui cherche à trancher s'ils sont bons ou mauvais, leur popularité mérite une réflexion critique qui questionne leurs spécificités médiatiques et prenne au sérieux l'engagement souvent passionné des joueurs. Plus que tout autre médias de masse, ce n'est pas tant leurs contenus explicites qui permet d'engager une réflexion avec leurs pratiquants que les effets sociaux de leur diffusion planétaire.

Daniel Bonvoisin

L'univers du jeu vidéo s'est considérablement enrichi en jeux à vocation pédagogique, artistique ou militante qui relativisent ou contredisent la réputation de futilité qui lui collait à la peau. Pour l'éducation ou l'analyse, la tentation pourrait être grande de ne s'intéresser qu'à ces jeux alternatifs cherchant ainsi à valoriser ce qui serait de « bons » produits face aux machines commerciales, sur un mode qui n'est pas sans rappeler la discrimination toujours fréquente entre le cinéma d'auteur, « intelligent » et « artistique », et l'industrie cinématographique du divertissement. Cependant, comme les blockbusters américains, les jeux vidéo commerciaux sont ceux qui mobilisent le plus de joueurs et qui constituent les références centrales de la culture « populaire ». Comment envisager le jeu vidéo lorsqu'il se fait média de masse ? Par quels aspects peut-il s'avérer pertinent de l'intégrer à un travail d'éducation aux médias soucieux de mobiliser les produits les plus vus et joués ?

Le jeu et ce qu'il médiatise

Dans les médias généralistes, l'angle sécuritaire reste celui qui domine lorsque les jeux vidéo commerciaux font parler d'eux. Par la voix des éditorialistes et des politiques, la société s'inquiète régulièrement de l'influence néfaste qu'ils auraient sur les comportements de leurs joueurs. Les préjugés sont puissants comme l'illustre l'habitude qui veut que dès l'annonce d'un massacre, on tente d'établir à quels jeux jouait le tueur, comme s'ils indiqueraient, par analogie, ses instincts violents¹. Toutefois, le poids de l'industrie du jeu vidéo accroît aussi celui de ses défenseurs qui rivalisent d'enquêtes pour démontrer ses effets positifs² ou déconstruire les préjugés³.

1. Voir la polémique autour d'un article du *Point* : Grégoire Fleuret, « Breivik et Merah, c'est la faute aux jeux vidéo violents », selon *Le Point*, *Slate.fr*, 27 novembre 2012, www.slate.fr/story/65435/breivik-merah-jeux-video-violents

2. En voulant démontrer que violence et jeux vidéo sont sans rapport, comme dans cette revue de littérature promu par la Fédération européenne des éditeurs de jeu, *Violence in Video Games and Aggression: a Literature Review*, ISFE, www.isfe.eu/about-isfe/news/violence-video-games-and-aggression-literature-review, ou en cherchant à mettre en évidence les qualités pédagogiques ou artistiques du jeu vidéo, cfr. les nombreux rapports et articles mis en avant sur le site de l'ISFE : www.isfe.eu.

3. Au risque de forcer les traits : William Audureau et Maxime Vaudano, « 5 chiffres flatteurs sur le jeu vidéo... à prendre avec des pincettes », *Le Monde*, 17 octobre 2014, www.lemonde.fr/les-decodeurs/article/2014/10/17/5-chiffres-flatteurs-sur-le-jeu-video-a-prendre-avec-des-pincettes_4508234_4355770.html



Grand Theft Auto: la série dont la violence amoralisée présumée s'attire régulièrement les foudres de l'indignation.

Ces inquiétudes interrogent à divers titres le potentiel médiatique du jeu : que transmet-il ? À quoi incite-t-il ? Répondre implique d'examiner d'abord par quels aspects un jeu vidéo est un média. Formellement, un jeu, et surtout un jeu vidéo, se présente comme un dispositif de communication qui médiatise d'une part le contenu ludique (ses règles, ses épreuves, ses thèmes) à l'intention du joueur et d'autre part l'action du joueur à l'intention du système de jeu, voire à d'autres joueurs. Une partie sera constituée d'une suite de signaux et de messages adressés au joueur qui doit, en retour, lui-même communiquer son activité. Le joueur voit des images, il lit des textes et il manipule des interfaces pour réagir et d'une certaine manière leur répondre. La somme de cette interactivité constitue un ensemble multimédias-tique qui peut se soumettre à un examen critique s'appuyant sur les images, les sons, les textes des jeux ou la communication interactive.

La perspective habituelle de l'analyse médiatique des jeux vidéo les interroge sur les messages explicites qu'ils adressent aux joueurs. C'est sous cet angle que seront notamment dénoncés la violence graphique et les clichés de genre ou que seront valorisées les qualités esthétiques, musicales, narratives, thématiques des titres qui animent le commerce vidéo-ludique. Cependant, si cette perspective est privilégiée par les commentateurs, c'est parce qu'elle se réfère au contenu du jeu qui peut s'observer de l'extérieur. Il est nettement plus périlleux de se pencher sur ce qui est pourtant le principe actif de ce média : ce que font concrètement les joueurs et le sens qu'ils donnent à leur activité.

Cette difficulté traverse toute la réflexion sur le rapport à la fiction ou à l'image : que ressent celui qui regarde une peinture, comment un roman interpelle-t-il son lecteur ? Quel est le rôle du spectateur lorsqu'il s'agit de construire le sens d'une œuvre théâtrale ou visuelle ? Les consommateurs sont-ils manipulés par le récit ou, en dernière instance, les seuls vrais auteurs ? L'énigme de la réception⁴ trouve sans doute avec le jeu son plus grand défi puisque l'éventuel contenu dépend de ce que fait le joueur. Si l'essentiel de cet agir n'existe que dans l'intimité du rapport entre le joueur et la machine, l'engouement qu'il suscite engendre des

⁴. Énigme qui anime notamment le champ à la fois vaste et difficilement circonscrit des *cultural studies* cfr. MATTELART Armand, NEVEU Erik, *Introduction aux Cultural Studies*, La découverte, coll. Repères, 2003, 128 p.

usages sociaux, collectifs, qui constituent des lieux d'observation privilégiés de l'impact du jeu vidéo sur les sociétés et les cultures. On y voit ce qu'il provoque lorsqu'il inspire des activités qui sortent du strict huis clos du jeu et se déplacent vers la vie en société.

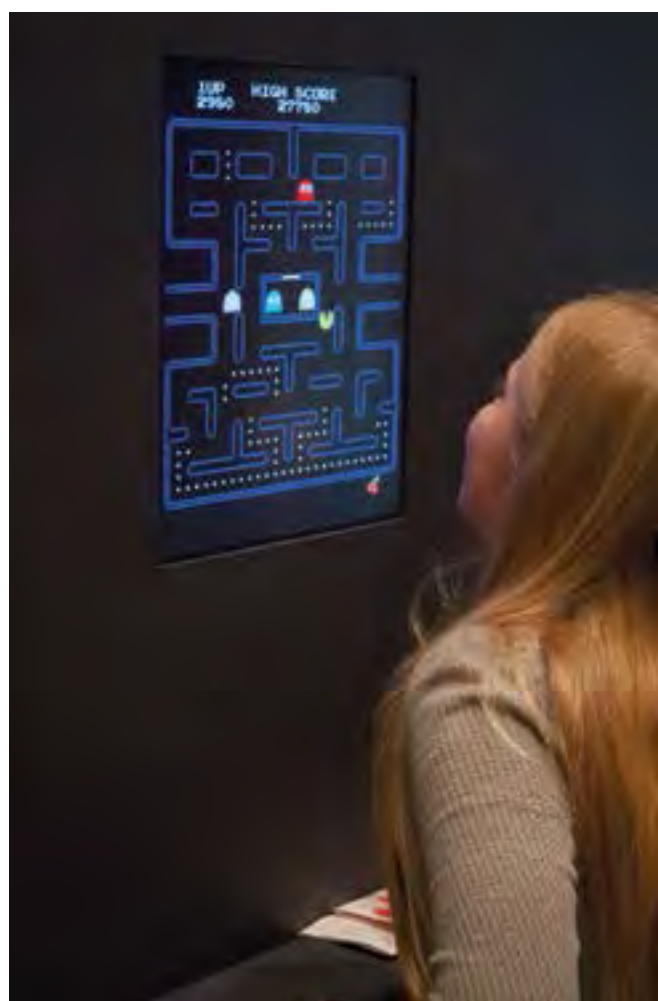
Le jeu n'a pas le monopole des phénomènes sociaux liés à la consommation culturelle. Les cercles de lecture, les conventions de fans de séries, les festivals en tout genre, les sites Internet communautaires dédiés à une œuvre, sont autant de lieux où une pratique individuelle se convertit en sociabilité et se rend potentiellement visible à qui veut l'observer. Mais le jeu vidéo y encourage sans doute plus que tout autre média. D'une part, le fait d'être acteur du jeu implique que son expérience est d'une certaine manière le fruit d'un effort. Cette expérience peut être unique et mériterait une forme de médiatisation comme l'illustre le partage des récits de parties qui animent les immenses forums de discussion propres à cette activité. D'autre part, le principe social est évidemment au cœur des jeux eux-mêmes dès lors qu'ils proposent des formules multijoueurs. Certains comptent plusieurs millions de pratiquants.

Ces pratiques sociales montrent ce à quoi le fait d'être joueur peut inciter mais elles soulignent aussi les compétences et les apprentissages informels susceptibles d'être activés. Ce phénomène peut s'illustrer par trois aspects : la critique, la création artistique et le vivre ensemble.

Le jeu devenu art, le joueur devenu critique

La reconnaissance du jeu vidéo comme média artistique ne semble pas encore évidente si on examine la manière dont les médias généralistes en rendent compte. Même si l'industrie vidéoludique dépasse, et de loin, celle du cinéma en matière de chiffre d'affaires, rares sont les jeux et les auteurs qui profitent d'une couverture médiatique comme celle dont bénéficie un cinéaste sacré à Cannes ou aux Oscars. Pourtant, l'art contemporain ne s'embarrasse plus de cette distance. Plusieurs musées intègrent désormais le jeu vidéo et les médias numériques dans leurs collections comme le site du célèbre MOMA de New York qui acquiert depuis quelques années des jeux vidéo à titre d'œuvres d'art⁵. Les artistes contemporains se saisissent aussi de l'univers vidéoludique pour créer des œuvres, tel l'artiste de rue Invader qui dispose ses mosaïques de « pixels » dans les rues du monde entier en évoquant Space Invaders, un de tout premiers jeux vidéo de l'histoire⁶.

Outre la culture vidéoludique adoubée par le monde de l'art, les joueurs développent des sensibilités esthétiques qui réorganisent l'histoire des jeux selon des genres et des époques. Depuis quelques années, la notion de « retrogaming » anime des passionnés qui revisitent les jeux les plus anciens sur un mode similaire à celui des cinéphiles amateurs des œuvres d'avant-guerre. Certains ont gagné en notoriété grâce à leurs chaînes de vidéo en ligne comme Le Joueur du Grenier qui explore les catalogues dépassés à la recherche des jeux les plus pénibles⁷. YouTube compte un nombre incalculable de chaînes dédiées aux commentaires (professionnels ou amateurs) des jeux qui démontrent l'exis-



Le jeu vidéo exposé comme une œuvre d'art au musée d'art moderne de New York

5. www.moma.org/collection/browse_results.php?SHR & tag=AppliedDesign

6. www.space-invaders.com

7. www.joueurdugrenier.fr



Les conventions et le déguisement dans son personnage favori (cosplay), symboles de l'appropriation des jeux par leurs fans.

tence d'un regard savant tandis que la plateforme Twitch⁸, dédiée à la médiatisation des parties de jeux et à l'e-sport (qui engendre le spectacle de parties regardées comme un événement sportif par des millions de spectateurs), a été rachetée en août 2014 par Amazon pour près d'un milliard de dollars. Ces formats audiovisuels qui mettent en scène le fait de jouer, un peu comme si le critique littéraire se filmait en train de lire, expriment parfaitement en quoi l'expérience vidéoludique est un mode de consommation culturelle singulier. C'est bien l'acte de jouer, contraint par les paramètres de jeu, qui constitue l'expérience à évaluer plus que l'œuvre elle-même.

La créativité des joueurs

La pratique des jeux favorise une appropriation affective qui encourage à l'expression. Le jeu vidéo est ainsi une source importante du *fan art*⁹, genre artistique pratiqué par des fans autour d'une œuvre sous la forme de dessins, de textes, de films ou de manifestations (comme les conventions, ces événements qui rassemblent les fans autour d'une œuvre, comme *Star Trek*, ou d'un genre, comme le manga ou l'*heroic fantasy*). Les œuvres les plus populaires telles *Star Wars* ou *Le Seigneur des anneaux*, génèrent un grand nombre de ces hommages qui contribuent à bâtir la réputation de leur source d'inspiration. Dans cet univers particulier, le jeu vidéo occupe une place importante. Les titres mythiques comme *Mario Bros.*, *Zelda*, *Final Fantasy* perpétuent leur existence à travers une quantité impressionnante de déclinaisons ou de citations au sein d'autres œuvres. Mais tout succès génère sa galaxie fan art comme, par exemple, le foisonnement d'illustrations relatives au jeu de rôle *Skyrim*¹⁰. Sur le site de partage de photos et d'illustrations DeviantArt.com dédié à ce genre artistique, l'internaute peut naviguer parmi des milliers d'illustrations réalisées par des amateurs de ce jeu¹¹. Au-delà de la passion qu'elles incarnent, et indépendamment de leurs qualités intrinsèques, elles ont pour intérêt de traduire les différentes manières par lesquelles le jeu est envisagé : au premier degré, par l'humour, pour témoigner des parties ou du ressenti épique, etc. Mieux qu'un sondage sur les modes de jeu, le fan art manifeste dans sa diversité que l'expérience ludique incite à l'expression d'une vaste gamme de subjectivités.

Le mode d'expression le plus spécifique au jeu vidéo, engendré par l'enthousiasme des joueurs, est celui du machinima. Ce genre audiovisuel désigne des films tournés au sein même du jeu, grâce au moteur graphique du programme. La plupart des machinimas sont de simples captures d'écran animées qui mettent en valeur une action dont le joueur est fier, un bug, ou une explication « in situ » pour franchir une difficulté. Mais ils peuvent aussi prendre la forme de véritables fictions, retravaillées avec des logiciels de montage, mises en musique, etc.¹². Des réalisateurs amateurs vont jusqu'à mobiliser d'autres joueurs en ligne : ils leur donnent rendez-vous à tel endroit du jeu, et dirigent l'action de leurs avatars comme s'il s'agissait d'acteurs, pour créer des scènes scénarisées. Ce genre cinématographique très particulier a ses propres festivals et est désormais un mode de réalisation reconnu.

8. Article dédié à Twitch sur Wikipédia, http://fr.wikipedia.org/wiki/Twitch_%28site_internet%29

9. Sur le fan art, voir le web documentaire *Citizen Fan* de France TV : <http://citizen-fan.nouvelles-ecritures.francetv.fr>

10. *The Elder Scrolls V: Skyrim*, Bethesda Game Studios, 2011.

11. www.deviantart.com/fanart/?q=skyrim

12. Voici un exemple de film réalisé au sein du jeu *Grand Theft Auto IV* (Rockstar Games, 2008) : *Trashmaster* de Mathieu Weschler (2010). www.youtube.com/watch?v=kwgGylRCHhA

Jeux vidéo et sociabilité

Longtemps, le jeu vidéo a été perçu comme une activité qui se pratiquait seul face à son ordinateur, plongeant le jeune pratiquant dans un isolement social presque pathologique. Aujourd'hui, cette perception est largement contredite par les phénomènes de sociabilité qui caractérisent cette pratique. Sur Internet, les forums de discussions consacrés au jeu vidéo, comme en France les forums de jeuvideo.fr, comptent parmi ceux qui ont le plus de membres et où l'activité est la plus soutenue. Et quand ils ne sont pas entièrement dédiés aux jeux, les forums généralistes (comme 4chan.org ou reddit.com) ne manquent pas de proposer des sections spécialisées. Les jeux multijoueurs, sociaux par nature, se dédoublent aussi dans des espaces de conversation. Lorsqu'ils sont spécifiques à des groupes de joueurs organisés en guildes ou en clans, l'interaction, souvent menée en dehors des canaux de jeux¹³ sur des sites développés par les membres eux-mêmes, devient pour de nombreux joueurs l'attrait principal du jeu. Finalement, ce sera l'évolution au sein de ces communautés qui focalise la pratique plus, parfois, que l'utilisation du logiciel ludique qui la justifie. Enfin, c'est aussi au sein des jeux que des canaux de communication sont spécifiquement développés pour permettre de converser.

Le développement d'immenses communautés connectées s'accompagne d'enjeux de vivre ensemble particuliers. Mélangeant sans discriminations âge, genres, cultures et origines sociales, ces espaces appellent des gouvernances qui soutiennent des cohabitations harmonieuses. La modération de ces lieux et le respect de règles élémentaires d'interaction sociale posent des défis spécifiques auxquels chaque joueur se confronte. Pour pénétrer ces espaces sociaux et participer aux parties qu'ils permettent, l'apprentissage passe tout autant par celui du logiciel (il faut devenir compétent) que par celui des codes propres à l'espace de jeu. Il faut en vérité s'intégrer à une culture et se soumettre aux règles et à l'ordre social qu'elle suppose. Ces espaces sont aussi les théâtres de l'expression des travers culturels ordinaires. Insultes gratuites, racisme et sexisme posent des problèmes récurrents tant aux joueurs eux-mêmes qu'à ceux qui endossent les rôles de modérateurs. Avec le temps, les systèmes de jeu développent des méthodes de gestion (bannir un utilisateur temporairement ou définitivement) qui proposent des variantes modernes de l'ostracisme et de l'exil antiques¹⁴ adressées aux participants les plus déviants. La sanction principale restant celle qui consiste à empêcher de jouer.

Mais les règles de bienséance sont elles-mêmes l'objet de débats dont les enjeux évoluent avec les générations de joueurs. Ces dernières années, ce sont les voix féminines, jusqu'alors plutôt sous-représentées ou cantonnées à des titres perçus comme plus féminins (comme le jeu *Sims*) qui s'élèvent pour dénoncer les clichés sexistes qui prolifèrent tant dans les contenus des jeux eux-mêmes que dans ces espaces d'interaction¹⁵. Les forums du site



Le jeu vidéo, une activité de plus en plus sociale qui crée d'immenses communautés

13. L'interaction vocale dans des jeux multijoueurs a favorisé le développement et le succès de logiciels spécifiques, comme le programme d'audioconférence Teamspeak.

14. CASILLI Antonio A., *Les liaisons numériques. Vers une nouvelle sociabilité?*, Le seuil, coll. La couleur des idées, Paris, 2010, p. 314.

15. C'est la démarche du site Machisme Haute Fréquence, www.mhfreq.org

La place de la femme dans le jeu vidéo est souvent réduite à son fantasme masculin.



jeuxvideo.fr sont désormais souvent épinglés sur les réseaux sociaux pour des prises de paroles ouvertement machistes ou haineuses. Ce qui n'est pas sans susciter des réactions des utilisateurs eux-mêmes, irrités sans doute qu'on vienne leur faire la leçon dans des cadres qu'ils estiment peut-être, à l'image des jeux, libérés des contraintes ordinaires. Pourtant les idéologies les plus problématiques s'y donnent à voir sans difficulté et dans toute leur vigueur, et suscitent des débats, souvent âpres, qui contribuent à faire évoluer les règles sociales de ces espaces en confrontant les utilisateurs à des questions qu'ils ne soupçonnaient sans doute pas au moment de commencer à jouer.

Convertir et valoriser l'enthousiasme

Sur le mode d'une éducation permanente alimentée par le plaisir de jouer, ces pratiques sociales s'accompagnent de l'acquisition informelle de compétences. Le développement du serious game — ou du moins le fait que le jeu éducatif ou sérieux soit devenu un thème récurrent de discussion dans les espaces dédiés aux nouvelles méthodes éducatives — se focalise essentiellement sur le jeu lui-même, sur ce qu'il transmet dans un mouvement qui va du logiciel à l'individu, en passant éventuellement par la médiation d'un tiers pédagogique (enseignant, éducateur, etc.). Pourtant, il est loin d'être acquis que c'est le jeu lui-même qui soit à la source du développement personnel qu'il permet pourtant. C'est peut-être à travers les activités sociales auxquelles elle incite que la pratique récréative du jeu produit ses meilleurs effets éducatifs et fonde ainsi un espace où une éducation moins soucieuse de savoirs à transmettre pourrait s'épanouir.

LES SIX THÉMATIQUES DE L'ÉDUCATION AUX MÉDIAS ET LE JEU VIDÉO

Daniel Bonvoisin

Outil classique de l'éducation aux médias, les six thématiques proposent des angles de réflexion critique qui s'appliquent parfaitement au jeu vidéo. Comme tous les médias, un jeu peut être interrogé de plusieurs manières pour mieux saisir les paramètres qui pèsent tant sur la plus importante industrie culturelle que sur ceux qui consomment ses produits¹.

La thématique « producteur » : qui a développé ce jeu, qui l'a financé, quelles sont les intentions des producteurs ?

Face aux jeux commerciaux, cet angle dévoilera l'ampleur d'une entreprise qui s'étale sur plusieurs années, des budgets qui n'ont rien à envier aux films de Hollywood et l'étendue d'une équipe de travailleurs qui combine une large gamme de talents : graphistes, scénaristes, programmeurs, publicitaires, etc. À titre d'exemple, le jeu *Grand Theft Auto V* sorti en 2013 aura coûté 202 millions d'euros et pris 5 ans pour être réalisé, mobilisant 300 personnes². En 2014, Activision Blizzard ridiculise ces chiffres avec *Destiny* dont le coût atteint le demi-milliard de dollars³, bien plus que ce qui était nécessaire pour tourner *Avatar*, le film le plus coûteux de l'histoire. Un tel investissement ne peut évidemment se permettre de risquer un déficit, la priorité des financiers étant de le rentabiliser, on imagine aisément la pression qui existe sur le produit pour qu'il atteigne ses objectifs. L'industrie vidéoludique constitue un secteur industriel majeur de la culture « de masse » contemporaine et se trouve ainsi contrainte par des questions de rentabilité et de marché qui pèsent jusqu'aux mécanismes de jeu eux-mêmes. Une entreprise prendra moins de risques à reproduire ce qui marche plutôt qu'à innover. Le *gameplay* est donc pensé pour répondre aux attentes lucratives. Certains jeux, notamment les social games tels *Candycrush* qui fleurissent sur les réseaux sociaux comme Facebook, sont entièrement conçus pour maintenir une envie de jouer. Cette envie peut être, au bénéfice du producteur, convertie en vecteur promotionnel (en encourageant ses amis

1. « Thématiques abordées par l'éducation aux médias », Rapport du CEM de 1995, GREMS, sites.uclouvain.be/grems/cem/p142.html

2. McLAUGHLIN Martyn, *New GTA V release tipped to rake in £1bn in sales*, The Scotsman, 8 septembre 2013, www.scotsman.com/lifestyle/technology/new-gta-v-release-tipped-to-rake-in-1bn-in-sales-1-3081943

3. JOSSET Christophe, « Le jeu vidéo Destiny bat déjà le record du budget le plus élevé », L'Express, 9 septembre 2014, www.lexpress.fr/culture/le-jeu-video-destiny-bat-deja-le-record-du-budget-le-plus-eleve_1574355.html



Le jeu Destiny, un budget supérieur au blockbuster Avatar.

ir de nouveaux marchés et donc à attirer de nouveaux consommateurs. La société japonaise Nintendo s'est ainsi distinguée par des consoles comme la Wii qui mise sur le potentiel familial ou par son jeu pour sa console DS *Programme d'entraînement cérébral du Dr Kawashima: Quel âge a votre cerveau?* dont le principe semble avoir été pensé pour séduire les personnes plus âgées soucieuses du maintien leurs facultés cérébrales.

Mais le consommateur est bien plus qu'un facteur de croissance. Se questionner sur le public d'un jeu interroge aussi ce que les joueurs font des jeux. Si la réception individuelle est un continent difficile à explorer, l'univers vidéoludique permet d'observer l'émergence de communautés de joueurs qui, collectivement, peuvent œuvrer à modifier en profondeur les dynamiques du secteur. Le jeu multijoueur EVE, un space opéra qui rassemble plusieurs millions de joueurs, se distingue régulièrement par des phénomènes collectifs de grande



EVE Online: des scènes de jeu qui mobilisent des milliers de joueurs simultanément.

à jouer pour augmenter les avantages en jeu) et monétisée (lorsque le jeu propose de payer pour continuer à jouer ou pour augmenter ses atouts).

La thématique « public » : à qui s'adresse le jeu? Qu'en fait le public?

La thématique « public » est d'abord liée au marché que vise le jeu. Tous les joueurs ne se ressemblent pas et leur potentiel lucratif est très variable. À l'image des amateurs de littérature d'horreur ou de western, l'immense communauté des joueurs de jeux est segmentée de manière plus ou moins souple en niches spécifiques, offrant chacune un potentiel commercial. Outre rentabiliser ces niches, l'enjeu pour l'industrie est de réussir à conqué-

rir de nouveaux marchés et donc à attirer de nouveaux consommateurs. La société japonaise Nintendo s'est ainsi distinguée par des consoles comme la Wii qui mise sur le potentiel familial ou par son jeu pour sa console DS *Programme d'entraînement cérébral du Dr Kawashima: Quel âge a votre cerveau?* dont le principe semble avoir été pensé pour séduire les personnes plus âgées soucieuses du maintien leurs facultés cérébrales.

Mais le consommateur est bien plus qu'un facteur de croissance. Se questionner sur le public d'un jeu interroge aussi ce que les joueurs font des jeux. Si la réception individuelle est un continent difficile à explorer, l'univers vidéoludique permet d'observer l'émergence de communautés de joueurs qui, collectivement, peuvent œuvrer à modifier en profondeur les dynamiques du secteur. Le jeu multijoueur EVE, un space opéra qui rassemble plusieurs millions de joueurs, se distingue régulièrement par des phénomènes collectifs de grande ampleur. Les batailles de vaisseaux spatiaux mobilisent des milliers de participants et les intrigues tissées entre eux débouchent parfois sur des conséquences qui impactent l'ensemble des joueurs en tant qu'ils constituent une société et non plus uniquement un ensemble de consommateurs⁴. Les jeux multijoueurs ne sont pas les seuls à provoquer de tels engouements comme l'illustrent les *mods* (petits programmes réalisés par des amateurs pour améliorer l'expérience de jeu, par exemple en ajoutant des effets visuels non prévus par le logiciel) ou les forums où s'échangent avec passion les « soluces », procédures et astuces pour franchir les niveaux. Certains succès vidéoludiques sont d'ailleurs parfois le fruit de détournements techniques

4. Comme l'illustre la fin de la guilde « Band of Brother » dissoute suite au jeu d'un seul joueur qui l'a infiltré jusqu'aux plus hauts échelons pour causer sa perte grâce aux pouvoirs administratifs qu'il a acquis: *Goonfleet stomps Band of Brothers in biggest EVE takedown ever*, Destructoid, 2 mai 2009, www.destructoid.com/breaking-goonfleet-stomps-band-of-brothers-in-biggest-eve-takedown-ever-77421.phtml