

## "Un nombre croissant de jeux cherche à véhiculer un message d'auteur"

Interview de Guillaume Levieux, maître de conférences en informatique au Cnam

Publié le 9 novembre 2016 – Mis à jour le 6 février 2018

Présents en France depuis les années 70, les jeux vidéo ont vu leur nombre de joueurs doubler en dix ans au point de rivaliser, en matière de revenus, avec le livre et le cinéma. Malgré cela, ils pâtissent encore parfois d'une mauvaise image : ils seraient violents, abrutissants, stupides, inutiles... Il était temps de battre en brèche ces clichés, en insistant sur leur diversité, leur dimension artistique et leurs apports cognitifs.



« On cor  
les béné

Depuis son apparition en France, le jeu vidéo a-t-il vraiment évolué ?

**Les jeux vidéo** ont en effet beaucoup évolué depuis les premiers jeux d'arcade des années 80, principalement construits autour d'un challenge à accomplir. Aujourd'hui, **le jeu vidéo s'envisage comme une forme d'art et touche un public varié**. Un nombre croissant de jeux cherche notamment à véhiculer un message d'auteur, d'ordre esthétique ou même politique, grâce à un système narratif avant tout fondé sur **l'interaction**. En ce sens, le **jeu vidéo** a atteint le statut de **média interactif**. Par exemple, *September 12th: A Toy World* confronte le joueur à un village où se cachent des terroristes. Il peut lancer des missiles pour les tuer, entraînant à chaque fois des dégâts collatéraux et la mort de civils... qui provoquent la transformation de villageois en nouveaux terroristes. Il est donc impossible de gagner, mais le jeu est construit pour susciter la réflexion.

C'est aussi tout l'enjeu des **serious games**, qui utilisent les mécanismes motivationnels du jeu pour un objectif qui dépasse le plaisir du joueur, par exemple à **des fins pédagogiques**. Ce qu'on appelle la **gamification**, ou **ludification**, c'est-à-dire le transfert des mécanismes du jeu dans d'autres domaines, repose sur ce processus. Les psychothérapeutes se servent par exemple parfois du **jeu vidéo** en le détournant : ils cherchent à **créer du lien** avec leurs patients adolescents, à **engager une conversation**, en jouant avec lui.

L'évolution est aussi prégnante du côté des **utilisateurs**. En 2015, le syndicat des éditeurs de logiciels de loisirs (Sell) comptait 53 % de joueurs et joueuses réguliers contre 29 % en 2005<sup>1</sup>. Aujourd'hui, **44 % sont des femmes**, avec une moyenne de **7 à 8 heures par semaine** consacrées aux jeux et un âge moyen de 35 ans. Cette génération a grandi avec les jeux vidéo et a suivi leur diversification, autant du point de vue des contenus que des plateformes : PC, smartphones, tablettes, consoles...

Comment peut-on expliquer cet attrait de la population pour les jeux vidéo ?

Des études sont réalisées depuis les années 1980 pour comprendre cette attirance. Elles montrent qu'il existe au moins **trois raisons psychologiques**. D'abord **le challenge** : la difficulté d'un **jeu vidéo** s'adapte afin de répondre aux besoins du joueur. Un jeu trop difficile crée du stress et de la frustration, un jeu trop facile sera vecteur d'ennui. Ensuite **la curiosité** : **le jeu vidéo** nous place dans des situations mystérieuses qui suscitent nos facultés d'apprentissage. Les neurosciences pointent aujourd'hui du doigt **les liens entre nos centres de récompense et les mécanismes d'apprentissage** : être confronté à des nouveautés cognitives et sensorielles suscite le plaisir du joueur. Enfin, **le lien social** : aujourd'hui, de nombreux jeux permettent au joueur ou à la joueuse de s'intégrer à un tissu social complexe, basé sur un système de valeurs propre à l'univers fictionnel du jeu.

Malgré cela, 7 % seulement de la population considère que les jeux vidéo sont un objet culturel.

Comment peut-on expliquer qu'ils pâtissent encore d'une mauvaise image ?

Cette image est due à une vision caricaturale et partielle des **jeux vidéo**. La bande dessinée ou la photographie ont à leurs débuts également peine à être considérées comme des formes d'arts. Il faut retenir que **l'usage problématique vient avant tout de la souffrance liée à l'usage**. C'est notamment ce que l'on peut lire dans l'étude *Écrans et jeux vidéo à l'adolescence* de l'Observatoire français des drogues et des toxicomanies, publiée en décembre 2014. Si l'enfant s'enferme dans le jeu pour se couper de la vie réelle, alors il y a effectivement un problème. Quant à la problématique des **contenus violents**, le jeu est un média comme un autre, porteur d'une **grande diversité de contenus**. **On choisit les films que voient nos enfants, il doit en aller de même pour les jeux vidéo**. Les parents peuvent pour cela s'aider du *Pan European Game Information* (PEGI), qui évalue différents aspects du jeu, aujourd'hui obligatoire et véritable garde-fou.

On commence cependant à percevoir les possibles apports des jeux vidéo...

On commence à peine à entrevoir l'ensemble des bénéfices apportés par le **jeu vidéo**. Les joueurs ont par exemple une **meilleure sensibilité aux contrastes**<sup>3</sup>. Ils possèdent aussi une **meilleure attention sélective visuelle**, c'est-à-dire la capacité à sélectionner un objet recherché parmi d'autres. Le jeu oblige à **focaliser toute son attention**, un atout pouvant être utilisé pour combattre notamment les maladies dégénératives. Les jeux de tir, très souvent décriés, sont en fait ceux qui sollicitent le plus tous **les systèmes attentionnels** : on se déplace dans un espace en trois dimensions tout en pointant des cibles à l'écran...

Depuis plusieurs années, la recherche au Cnam s'intéresse aux jeux vidéo. Quelles sont nos grandes réalisations en la matière ?

Le Cnam possède l'une des seules écoles publiques dédiées au jeu vidéo en France, l'École nationale du jeu et des médias interactifs numériques (**Enjmin**), qui accueille environ 200 étudiant.e.s par an en master, mastère spécialisé, et cycle ingénieur. Un incubateur, All4One vient par ailleurs d'y être ouvert pour accompagner les créateurs de studio de jeux vidéo à passer du projet à la commercialisation. Parallèlement, notre équipe de recherche au sein du Centre d'études et de recherche en informatique et communications (**Cedric**) comprend une vingtaine de chercheur.e.s. Nous travaillons sur plusieurs aspects du jeu : les interfaces homme/machine, la génération procédurale de contenu sonore, d'histoires ou d'espace de jeu, l'adaptation du contenu à un public élargi...

Par exemple, Guillaume Tiger a soutenu une thèse sur un simulateur d'ambiance sonore urbain, Simon Chauvin travaille sur un système narratif pour les jeux émergents, à partir du jeu Minecraft, et Delphine Soriano étudie les liens entre l'engagement du joueur et le design graphique... Nous collaborons également avec d'autres laboratoires du Cnam, par exemple le laboratoire **Génomique, bio-informatique et applications (GBA)** pour les projets **Udock et Vidock**, centrés sur le jeu sérieux, la visualisation de données et le calcul massif.

Propos recueillis par Aurélie Verneau

1 : L'Essentiel du jeu vidéo – marché, consommation, usages, Sell, juin 2016.

2 : « Pourquoi le jeu vidéo est-il si peu considéré en France ? », *Le Monde*, 28 septembre 2016.

3 : Adam Eichenbaum, Daphne Bavelier, C. Shawn Green, « Video Games, play that can do serious good », in *American Journal of Play*, volume 7, number 1, fall 2014.

<http://blog.cnam.fr/anciennes-rubriques/grand-angle/jeux-video/un-nombre-croissant-de-jeux-cherche-a-vehiculer-un-n>