



Peut-on informer par le jeu vidéo ? Newsgame, médiations vidéo-ludiques et nouvelles approches de l'information dans les médias en ligne

Philippe Useille

► To cite this version:

Philippe Useille. Peut-on informer par le jeu vidéo ? Newsgame, médiations vidéo-ludiques et nouvelles approches de l'information dans les médias en ligne. 6es journées scientifiques de l'Université. Environnements immersifs : nouvelles formes et mutations de l'information et de la communication, Laboratoire Information, Milieux, Médias, Médiation (I3M). Université du Sud Toulon-Var, Apr 2012, Toulon (France), France. hal-04528144

HAL Id: hal-04528144

<https://hal.science/hal-04528144>

Submitted on 31 Mar 2024

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Peut-on informer par le jeu vidéo ? Newsgame, médiations vidéo-ludiques et nouvelles approches de l'information dans les médias en ligne.

Introduction

Alors que la fin des journaux est annoncée¹, l'avenir des médias en ligne semble se jouer dans l'innovation et l'expérimentation de nouveaux formats journalistiques conduisant l'internaute à non plus recevoir l'information mais à en faire l'**expérience**. Le newsgame *Primaires à gauche*, conçu par LeMonde.fr en 2011, est le premier vrai **jeu d'information** ambitieux, et de fait très éloigné, à cause de son gameplay élaboré, des *casual games* courants sur internet. Il procède d'une forme d'écriture qui ne se rapporte plus seulement à la numérisation d'une forme médiatique antérieure mais fait entrer de plein pied le journalisme dans le langage des nouveaux médias². On se demandera donc s'il est **possible d'informer le public en utilisant le langage du jeu vidéo**, ce qui permettra d'**interroger la manière dont les nouveaux médias reconfigurent la production et l'appropriation de l'information** par l'intermédiaire de dispositifs socio-techniques en ligne.

Répondre à la question « **Peut-on informer en utilisant le langage du jeu vidéo ?** » implique de comprendre **pourquoi les médias d'information en ligne recourent au jeu vidéo** pour envisager ensuite les **spécificités de l'approche vidéo-ludique de l'information**.

Ce texte présente les premiers résultats d'une recherche collective³ menée dans le cadre d'un cadre du **projet de recherche « Journalisme 2.0 »** et « serious game », sous l'impulsion de l'Ecole de Journalisme de Lille, qui a permis d'étudier le processus de conception de *Primaires à gauche*, de faire des entretiens semi-directifs avec les concepteurs de *Primaires à gauche*. Enfin, une étude d'usages est actuellement en cours. Cette présentation s'appuiera d'ailleurs sur certaines publications rédigées à cette occasion⁴.

1. Pourquoi recourir au jeu vidéo pour informer ?

... pour répondre à l'impératif d'innovation des médias en ligne.

Le newsgame s'apparente au serious game dans la mesure où il s'agit d'une « *application informatique dont l'intention initiale est de combiner, avec cohérence, à la fois des aspects sérieux [...] avec des ressorts ludiques issus du jeu vidéo.*⁵ » (Alvarez et Djaouti 2010). Le joueur doit inscrire les actions de jeu qu'il effectue dans une perspective plus large qui unit la réussite à la compréhension. Selon les promoteurs du serious game, **le jeu favoriserait l'apprentissage** du fait qu'il s'accompagne, selon J. Huizinga, « *d'un sentiment de tension et de joie*⁶ ». Le jeu vidéo se caractérise par l'union du *game* et du *play* qui pourrait recouper les pôles distingués par Roger Caillois sous le nom de *ludus* et de *paidia*⁷. Le premier répond au besoin de se plier à des conventions (défi, but, règles) tandis que le second ajoute un principe de « *divertissement, d'improvisation et de fantaisie incontrôlée* »

¹ Poulet, B. (2011). *La fin des journaux et l'avenir de l'information*, Paris. Gallimard.

² Manovich L. (2010). *Le langage des nouveaux médias*, Dijon. Les presses du réel.

³ Ce travail sur le newsgame *Primaire à gauche* a réuni Gersende Blanchard et Aurélia Lamy (Laboratoire GERIICO – Université de Lille-Nord de France), Yannick Estienne (Laboratoire GERIICO – Université de Lille-Nord de France et coordonnateur du projet Web 2.0 à l'ESJ) et Philippe USEILLE (Laboratoire DeVisu – Université de Lille-Nord de France).

⁴ Blanchard, G., Lamy, A., Useille, P. *Journalisme et Jeux vidéo : un public en invention*. Les Cahiers du Journalisme. n° 22/23. Automne 2011 : 110-117.
http://www.cahiersdujournalisme.net/cdi/pdf/22_23/07_BLANCHARD_LAMY_USEILLE.pdf

Lamy, A., Useille, P. « Ecran vidéoludique et journalisme : vers de nouvelles pratiques » *informationnelles. Ecrans et médias* Revue MEI. Médias et Information (2012). n° 34 : 123-133.

⁵ Alvarez, J., Djaouti, D. (2010). *Introduction au Serious game*. L>P – Collection.

⁶ Huizinga, J. (1951). *Homo ludens* (trad. franç.). Paris. Gallimard : 57-58.

⁷ Caillois, R. (1958). *Les Jeux et les hommes*. Paris. Gallimard : 48

(improvisation, recherche, mouvement). Ainsi, le serious game place le plaisir au service de la réflexion en adjoignant un état émotionnel positif (lié à l'engagement ludique) à l'apprentissage (ou à l'information dans le cas du newsgame).

Le newsgame, qui présente cette même dualité, est un jeu qui cherche à diffuser une information, laquelle est construite par les journalistes à partir de données premières. Selon nous, **l'information est un processus qui donne forme et sens à ces données et qui intègre aussi l'action de celui qui s'informe**⁸. En tant que tel, le newsgame est représentatif des nouvelles manières de produire de l'information dans le contexte plus général du développement des médias en ligne⁹. L'un des concepteurs déclare ainsi : « *Une de nos missions entre guillemets dans le journalisme sur le web, c'est-à-dire d'essayer de décliner le journalisme, le propos journalistique que nous tenons, sous des formats différents* ».

Ian Bogost et ses co-auteurs (Bogost Ferrari Schweitzer 2010¹⁰), dans leur ouvrage de référence, propose une définition élargie du newsgame recoupant tout croisement **entre le journalisme et le jeu au sens large**. Il range ainsi dans la catégorie « newsgame » diverses formes, souvent dérivées de formes antérieures (puzzle, mots-croisés, infographies ...), comme les *infographic newsgames* (infographies où l'on « joue » avec des données), des *puzzle newsgames* ou les *literacy games* (qui servent à la formation des journalistes). Ces newsgames ont tous des traits communs : l'interactivité et donc la personnalisation de l'accès à l'information, le recours à des compétences parfois de haut niveau liées à l'expérimentation et à l'interprétation d'un objet complexe (selon le type de jeu proposé).

L'idée de faire un tel jeu vidéo a été retenue dans la mesure où il peut, selon les concepteurs, **rendre compte d'une réalité complexe**, ici une campagne politique, que le joueur **comprend** de l'intérieur par la maîtrise progressive des règles du jeu. Cette intention rejoint les préconisations faites par Ian Bogost et ses co-auteurs (Bogost Ferrari Schweitzer 2010¹¹) : si les journalistes écrivent des histoires et pensent leur travail en termes de personnes, d'événements, de lieux, de moments et d'intentions¹², c'est pour aller du particulier au général. Le jeu dépeint mieux le **général** que le particulier. Ainsi, *Primaires à gauche* fait intervenir des personnages, des situations et des événements pour représenter le fonctionnement général du **système** « campagne électorale », traduisant l'ambition exprimée par les concepteurs journalistes de « **décrypter** » la campagne en cours (autrement que par un article long classique par exemple).

2 L'approche vidéo-ludique de l'information : quelles médiations ?

On partira de la définition suivante de la médiation : « *la médiation peut se définir comme la recherche du lien entre l'énonciateur et le récepteur. Ce lien s'établit, grâce à une tierce personne et/ou un ensemble de techniques, d'outils, de messages ou d'interfaces accompagnant le récepteur (usager, client, citoyen) afin de lui faciliter la compréhension par la construction de sens, pouvant se solder par un changement (d'actions, de représentations, etc.) de sa part*¹³ ». Cette définition relativement large recouvre les phénomènes de reconfiguration de l'information liés aux mutations médiatiques. On considèrera ici quelques médiations significatives mobilisées par le jeu.

⁸ Leleu-Merviel S., Useille P. (2008). « Quelques révisions du concept d'information », *Problématiques émergentes dans les Sciences de l'information*, sous la direction de Fabrice Papy, Traité des Sciences et techniques de l'Information, Hermes-Lavoisier : 25-56.

⁹ Fogel, J-F. Patino, B. (2005). *Une presse sans Gutenberg*, Grasset.

¹⁰ Bogost, I., Ferrari, S., Schweitzer, B. (2010). *Newsgame. Journalism at Play*. The MIT Press. Cambridge. Massachusetts. London. England.

¹¹ Bogost, I., Ferrari, S., Schweitzer, B. (2010). *Newsgame. Journalism at Play*. The MIT Press. Cambridge. Massachusetts. London. England : 179.

¹² Bogost, I., Ferrari, S., Schweitzer, B. (2010). *Newsgame. Journalism at Play*. The MIT Press. Cambridge. Massachusetts. London. England : 179 (traduction libre).

¹³ Liquète, V. (coord.). (2010). « Formes et enjeux de la médiation ». *Médiations*. Hermès. CNRS Editions. Paris : 11.

... par le game design

Primaires à gauche se présente comme un jeu : « Bienvenue dans le jeu *Primaires à gauche* » + bouton « jouer ». Un **cadrage** du type « ceci est un jeu » est donc signifié (Bateson 1977¹⁴) donnant son statut à la « réalité » dont il est question dans les écrans suivants¹⁵. Le newsgame est perçu **comme un jeu** (vidéo) et l'internaute adopte logiquement une attitude ludique.

... par la diégèse : monde & personnages.

Le jeu vidéo représente un univers spatio-temporel déterminé. *Primaires à gauche* met en place en premier lieu un **espace** délimité (arène, podium, feux des projecteurs). Le fait politique est donc **mis en scène** à travers une confrontation médiatisée (projecteurs, micros, caméras, applaudissements du public) de personnages en lice. Le **temps** est rythmé par le calendrier propre de la campagne des Primaires et des « événements » extérieurs signalés par la « Une » d'un quotidien qui influencent les thématiques abordées dans les débats (crise économique ou internationale, sécurité). Cette diégèse fait explicitement référence à la « vraie » campagne du fait que les personnages mis en scène se rapportent à ceux des Primaires du Parti Socialiste. Par ailleurs, la diégèse ludique « prend » en trouvant sa cohérence par puisant dans différentes sources transtextuelles¹⁶ (la caricature de presse, la télévision, la BD). Ce newsgame combine ainsi une **représentation ludique et la visée référentielle**. L'utilisateur d'une œuvre vidéoludique devra paradoxalement adopter une **attitude ludique** et s'investir dans l'univers qui lui est présenté **afin de mieux en sortir**.

... par le gameplay

Il désigne la manière dont le jeu se joue (association de boutons et d'actions qui définissent l'interface). Les règles qui gouvernent les changements d'état du jeu¹⁷. Il permet au joueur de s'approprier l'œuvre et c'est par sa médiation que le joueur fait l'expérience de l'univers proposé et l'investit.

Primaires à gauche est un jeu qui relève de l'**agôn**¹⁸, c'est-à-dire qui met en avant la **compétition**. Le candidat choisi par le joueur de *Primaires à gauche* se bat contre des candidats adverses qui sont animés par l'intelligence artificielle (et non par d'autres joueurs). Le joueur doit donc choisir la bonne **stratégie** pour l'emporter en combinant des **styles de campagne**, des **orientations politiques** et des **déclarations** qui ont pour effet d'obtenir des soutiens qui renforcent son camp.

¹⁴ « Le cadre indique à celui qui regarde qu'il ne doit pas user du même type de pensée, pour interpréter la peinture, que pour interpréter le papier peint qui se trouve hors du cadre ». Bateson Gregory, « Une théorie du jeu et du phantasme », in *Vers une écologie de l'esprit*, 1, p. 248-264

¹⁵ Bateson Gregory. (1977). « Une théorie du jeu et du phantasme », in *Vers une écologie de l'esprit*, 1, p. 258.

¹⁶ Genette Gérard. (1982) *Palimpsestes. La littérature au second degré*, Editions du Seuil.

¹⁷ Lavergne Boudier, V. & Dambach, Y. (2010). *Serious game, révolution pédagogique*. (2010). Hermès-Lavoisier : 86.

¹⁸ Cailliois, R. (1958). *Les jeux et les hommes*. Editions Gallimard : 50.

A l'agôn, s'ajoute la catégorie appelée par Roger Caillois *mimicry*¹⁹ : le joueur se met dans la peau d'un candidat aux Primaires et se conduit comme tel pour gagner. Le gameplay du jeu fait partiellement référence à *Magic*, ce qui contribue à faire entrer l'internaute dans l'univers du jeu et à l'y maintenir.

Le newsgame respecte cet impératif ludique et immersif, non pas comme caractéristique extérieure de son projet éditorial mais comme vecteur : **c'est en effet par les actions directes de jeu que le joueur s'approprie les informations voulues**. Ainsi, par son gameplay, **le jeu simule la manière dont fonctionnent les choses en construisant un modèle avec lequel on interagit**, ce qui constitue une expérience spécifique²⁰ propre à ce que Ian Bogost appelle *la rhétorique procédurale*²¹.

Les concepteurs de *Primaires à gauche* suivent ce principe : l'un d'eux déclare en effet « *en faisant une partie, le joueur va prendre connaissance des mécanismes de fonctionnement sous-jacents à une actualité* ». Quels sont les processus à l'œuvre ? D'après Lavergne Boudier & Dambach²², la conception d'un serious game donne lieu au choix d'un gameplay en fonction des objectifs poursuivis. Le gameplay de *Primaires à gauche* conduit le joueur à effectuer des actions de jeu qui lui permettent d'accéder à des informations et de les manipuler. Par exemple, pour identifier et choisir des styles de campagne, il faudra mettre en rapport des styles de campagne, des déclarations et les personnages en présence. Le jeu impose donc par ses règles au joueur d'accomplir certaines tâches qui le conduisent à construire de l'information pour rendre intelligible le système dans lequel il évolue. Cependant, lors des entretiens menés au cours des playtest à l'ESJ, la plupart des testeurs ont déclaré que *Primaires à gauche* penchait plutôt du **côté du jeu** que de l'information. Soulignons cependant qu'il reste difficile au joueur de passer du procédural au déclaratif comme l'ont montré les travaux de Pierre Vermersh qui, à travers ses « *entretiens d'explicitation* », conduit le sujet engagé dans une activité, notamment professionnelle, à prendre conscience de ses actions, celles-ci ayant leur autonomie par rapport à la connaissance²³.

... par le dispositif

Les études portant sur le jeu mettent en avant sa **clôture** et son caractère « **fictif** ». Selon Roger Caillois, « *le jeu est essentiellement une activité séparée, soigneusement isolée de l'existence, et accomplie en général dans des limites précises de temps et de lieu*²⁴ ». Il va plus loin en affirmant que « *l'espace pur* » du jeu ne peut consister à imiter la vie sous peine de voir le jeu s'accompagner de la « *conscience que la conduite tenue est un semblant, une simple mimique*²⁵ ». De plus, le jeu est une activité « **fictive** » dans le sens où elle est portée par une « **conscience spécifique de réalité seconde ou de franche irréalité par rapport à la vie courante**²⁶ ». A ce titre, le newsgame *Primaires à gauche* met en place un **univers fictionnel** où se mesurent des personnages candidats. Dans le jeu vidéo, ces deux aspects -fiction et clôture- favorisent ce que Xavier Rétaux appelle la « *présence* » - « *la sensation*

¹⁹ *Idem*, p. 61.

²⁰ Bogost, I., Ferrari, S., Schweitzer, B. (2010). *Newsgame. Journalism at Play*. The MIT Press. Cambridge. Massachusetts. London. England : 6.

²¹ "Procedural rhetoric is a general name for the practice of authoring arguments through processes". In Bogost, Ia. "The Rhetoric of Video Games." *The Ecology of Games: Connecting Youth, Games, and Learning*. Edited by Katie Salen. The John D. and Catherine T. MacArthur Foundation Series on Digital Media and Learning. Cambridge, MA: The MIT Press, 2008. 117-140.
doi: 10.1162/dmal.9780262693646.117

²² Lavergne Boudier, V. & Dambach, Y. (2010). *Serious game, révolution pédagogique*. (2010). Hermès-Lavoisier : 152.

²³ Vermersh, P. (2011). *L'entretien d'explicitation*. ESF Editeur. Paris.

²⁴ Caillois, R. (1958). *Les jeux et les hommes*. Editions Gallimard : 41.

²⁵ *Idem*, p. 41.

²⁶ *Idem*, p. 43.

*d'être dans un autre lieu ou de faire autre chose que ce qu'il fait effectivement*²⁷ » (c'est-à-dire être en train de s'activer devant un ordinateur). La **présence** s'apparente chez d'autres auteurs à l'« *immersion fictionnelle* » (Schaeffer 1999²⁸). Or, si *Primaires à gauche* est bien un jeu (c'est ainsi qu'il se désigne), il importe de comprendre comment le **joueur utilise la modélisation ludique des primaires socialistes avec laquelle il joue pour la rapporter à la « réalité » politique et en saisir les enjeux**²⁹, sauf à considérer que ce transfert va de soi. Le fait-il **pendant** qu'il est immergé dans le jeu ou **après coup** ?

Le newsgame *Primaires à gauche* met en place un **dispositif ludique** qui passe par une **représentation fictionnelle** cohérente (diégèse). Comme les fictions de type artistique, elle est activée sur le mode de l'**immersion ludique** et doit être **vécue comme source de plaisir**, élément essentiel au jeu. Pour reprendre les analyses de Jean-Marie Schaeffer au sujet de l'œuvre artistique³⁰, les « *conditions de félicité* » du jeu dépendent de la **qualité de l'immersion** (la présence) qui sera une source de satisfaction venant des propriétés du jeu (en tant que jeu) et de l'univers proposé (sinon le joueur abandonnera bien vite le jeu quelles que soient ses bonnes intentions). En particulier, le plaisir des joueurs vient de la sensation de pouvoir accrue et de **montée en compétence** que le jeu autorise³¹. Mais le newsgame se distingue de la fiction artistique dans la mesure où il est confronté à la question de la **vérité** : le joueur est en droit de se demander si tout cela est **vrai ou faux** (au contraire des œuvres de fiction, lesquelles ne renvoient qu'à elle-même³²). Comme le newsgame présente un univers à visée **référentielle** (à l'instar du film documentaire), sans que cela exclue un traitement narratif de type fictionnel. Les concepteurs ont cherché à élaborer un **modèle d'intelligibilité** des primaires ayant une certaine portée descriptive. Les premiers retours indiquent toutefois que le joueur n'arrive pas **à la fois** à jouer et à considérer la pertinence du modèle proposé par le dispositif fictionnel à l'égard de la réalité visée.

Mais le jeu *Primaires à gauche* n'est pas une entité isolée refermée sur elle-même : il s'**intègre** au site du Monde.fr selon différentes modalités. Ainsi, les concepteurs ont envisagé, en relation avec le jeu, la création d'**espaces** de commentaires sur le site du Monde.fr mais également la création d'un blog³³ permettant aux internautes de réagir face au jeu³⁴. Le joueur est invité à se rendre dans d'autres espaces du site du *Monde.fr*. Autrement dit, le jeu est l'une des composantes d'un dispositif de réception plus large où s'enchâssent des **cadres différents** avec lesquels doit **jouer** l'internaute pour dépasser le paradoxe apparent du newsgame qui oscille entre divertissement et information. Le dispositif encourage donc les joueurs potentiels à « **sortir** » de l'**écran du jeu** via l'**écran « méta »** **représentationnel et réflexif** du blog qui instaure de cette manière un cadre particulier de médiation.

Conclusion

²⁷ Rétaux, X. (2005). « Immersion, présence et jeux vidéo ». in *Le game design de jeux vidéo. Approches de l'expression vidéo ludique*, sous la direction de Genvo, S. L'Harmattan, Communication et civilisation : 325- 346.

²⁸ Schaeffer, J.-M. (1999). *Pourquoi la fiction ?* Editions du Seuil, Paris.

²⁹ Roger Caillois écrit ailleurs que la culture et la société sont structurées comme des jeux, ce qui légitime la lecture ludique des conduites humaines, mêmes sérieuses : « *le jeu est consubstantiel à la culture, dont les manifestations les plus remarquables et les plus complexes apparaissent étroitement associées à des structures de jeux, sinon comme des structures de jeux prises au sérieux, érigées en institutions, en législations, devenues structures impérieuses, contraignantes, irremplaçables promues, en un mot, règles du jeu social, normes d'un jeu qui n'est plus un jeu* », Caillois, R. (1958). *Les jeux et les hommes*. Editions Gallimard : 136

³⁰ Schaeffer J.-M. (2005). « Quelles vérités pour quelles fictions ? » *L'Homme*, 2005/3 n° 175-176, 19-36.

³¹ Lavergne Boudier, V. & Dambach, Y. (2010). *Serious game, révolution pédagogique*. (2010). Hermès-Lavoisier : 85.

³² Cohn, D. (2001). *Le propre de la fiction*, Editions du Seuil, Paris.

³³ Ce blog, tenu par Florent Maurin, journaliste indépendant, se trouve à l'adresse suivante : <http://newsgames.blog.lemonde.fr/>. Il s'intitule de façon évocatrice : « Je perds donc je pense »

³⁴ Lamy, A., Useille, P. « Ecran vidéoludique et journalisme : vers de nouvelles pratiques informationnelles ». *Ecrans et médias*. Revue MEI. Médias et Information (2012). n° 34. : 123-133.

Le newsgame, comme genre informationnel, est exemplaire des **nouvelles écritures de l'information** qui passe par le **langage des nouveaux médias**³⁵. La question, soulevée par Lev Manovich, touche la manière dont la logique de l'ordinateur : « *bref tout ce qu'on peut appeler l'ontologie, l'épistémologie et la pragmatique de l'ordinateur influent sur la strate culturelle des nouveaux médias, sur leur organisation, leurs genres émergents, leurs contenus*³⁶ » ; en effet, « *les strates informatiques et culturelles s'influencent mutuellement*³⁷ ». Si transcoder, c'est transporter dans un autre format, il s'agit alors d'étudier comment les nouveaux médias contribuent à créer de nouvelles conditions de production et d'usage de l'information par l'instauration de médiations originales. L'exemple remarquable de *Primaires à gauche* et de son dispositif est significatif de ces innovations expérimentées actuellement par les médias en ligne qui bouleversent l'**écriture de l'information et son appropriation**.

³⁵ Manovich L., *Le langage des nouveaux médias*, Les Presses du réel, Dijon, 2010.

³⁶ Manovich L., *Le langage des nouveaux médias*, Les Presses du réel, Dijon, 2010 : 126.

³⁷ Manovich L., *Le langage des nouveaux médias*, Les Presses du réel, Dijon, 2010 : 127.