

A photograph of two children sitting on a grassy field. The child on the left is a young girl with blonde hair, wearing a purple sleeveless top, looking down at a tablet computer she is holding with both hands. The child on the right is a boy wearing a white t-shirt and blue jeans, sitting cross-legged and looking towards the right. The background is a blurred green field. A semi-transparent purple rectangle is overlaid on the right side of the image, containing white text.

# Jeux vidéo : du divertissement à l'analyse critique

---

## Repères

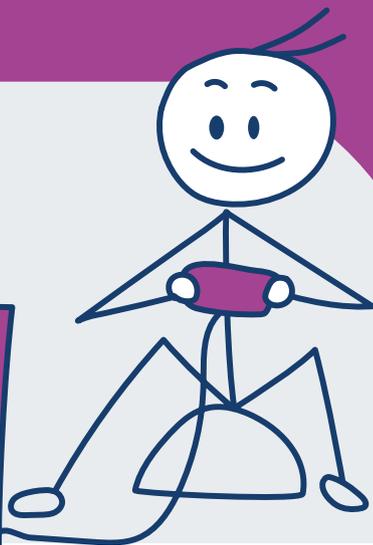
# Le CSEM et l'éducation aux médias en bref



Le Conseil supérieur de l'éducation aux médias (CSEM) a pour missions principales de promouvoir l'éducation aux médias et de favoriser l'échange d'informations et la coopération entre tous les acteurs et organismes concernés par l'éducation aux médias en Fédération Wallonie-Bruxelles ; notamment les secteurs des différents médias, l'enseignement obligatoire et l'éducation permanente. Le CSEM assure une large diffusion de toutes ces initiatives via le site internet [www.csem.be](http://www.csem.be).

## DÉFINITION « JEU VIDÉO »

Le jeu vidéo, produit par l'industrie vidéoludique, est un loisir multimédia basé sur l'interaction entre un ou plusieurs joueurs et un monde virtuel. Il intègre des éléments de création artistique et technologique.



L'éducation aux médias (EAM) permet à chaque citoyen d'améliorer sa compréhension des médias, d'en maîtriser les usages et de poser un regard critique sur ceux-ci. L'objectif de l'EAM est de transmettre à tous (enfants, ados, adultes) des savoirs, savoir-faire et des compétences indispensables à une utilisation éclairée des différents médias. Les carnets du CSEM se penchent plus spécifiquement sur le média internet.

<http://csem.be/csem/missions>

[http://csem.be/csem/textes\\_positionnement/education](http://csem.be/csem/textes_positionnement/education)

### Le CSEM et le jeu vidéo

L'accompagnement des jeunes dans leurs pratiques vidéoludiques fait partie des enjeux de notre société. Le CSEM considère que le jeu vidéo, comme toute pratique médiatique, doit être appréhendé comme un objet d'éducation. Il s'agit ici de promouvoir une compréhension critique de cet objet culturel et de son industrie au travers de ses dimensions médiatiques et éducatives.

# Pourquoi accompagner les jeunes dans leurs pratiques des jeux vidéo ?

Le jeu vidéo est pluriel... diversité des joueurs, des jeux, des consoles et du matériel... et multiple, car c'est un objet industriel, technologique, culturel et médiatique. Malgré sa popularité, y compris auprès des adultes, il est toujours source d'interrogations et d'inquiétudes pour beaucoup. Le temps passé à jouer, le risque supposé d'addiction et la violence de certains jeux font encore débat et interpellent régulièrement scientifiques, psychologues, parents et professionnels de l'éducation.

Les uns valorisent ses aspects attractif, ludique, social, créatif, éducatif ; les autres le jugent bêtifiant, chronophage, voire pathologique. L'enjeu est d'amener tous les citoyens à adopter une posture critique et nuancée à l'égard du jeu vidéo et de leurs usages. Le CSEM propose dans ce carnet de la collection Repères des pistes pour comprendre la complexité du jeu vidéo, déconstruire certains discours médiatiques et valoriser ce média dans une approche éducative et critique.

## Les pratiques des jeunes joueurs

En Belgique, les jeunes entre 8 et 16 ans jouent en moyenne 5 heures par semaine et 20 % déclarent jouer 7 heures par semaine. Dans presque 85 % des cas, ils jouent sur Smartphone. Selon l'enquête réalisée en 2018 par l'agence Ivox pour Belgian Entertainment Association (BEA), les jeux les plus populaires auprès des jeunes sont *Fortnite*, *Super Mario Bros* et *Candy Crush*<sup>1</sup>.

## QUI EST LE GAMER ?

Depuis son apparition aux États-Unis dans les années 50 et sa commercialisation mondiale à partir des années 70, le jeu vidéo s'est rapidement imposé comme un des loisirs les plus populaires, tous milieux sociaux et générations confondus. Exit le cliché de l'adolescent introverti qui s'isole dans sa chambre pour jouer. Les parents et la soeur de l'adolescent jouent aussi ! L'âge moyen du joueur européen est de 31 ans et 46 % sont des gameuses\*.

\* " Key facts 2019 ", ISFE, Interactive software Federation of Europe

<sup>1</sup> Enquête réalisée en 2018 par l'agence Ivox pour BEA Interactive, Belgian Entertainment Association. BEA est la fédération qui représente et conseille les associations de producteurs et de distributeurs du monde des jeux vidéo, de la musique et des films en Belgique.

# Le jeu vidéo est un média spécifique

---

Multimédia, le jeu vidéo associe ressorts ludiques, artistiques et narratifs pour faire vivre au joueur une expérience divertissante, interactive et immersive. Le joueur est plongé dans un univers virtuel régi par des règles.

## Game design et Gameplay

---

« L'activité de jeu n'est pas toujours celle prévue par le produit et elle déborde régulièrement du cadre initial qui est avant tout un cadre pour agir. » **Daniel Bonvoisin**<sup>2</sup>.

Le game design, conçu par les développeurs, correspond à la structure du jeu, ses mécaniques et ses règles. Souvent traduit par « jouabilité », le gameplay désigne l'expérience de jeu, la façon dont le joueur s'amuse et s'empare du game design.

## Des joueurs passifs ?

---

Le joueur interagit et co-agit avec le jeu. Dans ce va-et-vient entre l'homme et la machine, il s'approprie physiquement, cognitivement, stratégiquement l'interface, les règles du jeu et les stimuli sensoriels. Grâce à cette interaction, le joueur participe activement à la construction du récit et à l'évolution des personnages. Il est à la fois spectateur et acteur.

Des joueurs excellent dans le Speedrun, une performance qui consiste à finir le plus rapidement possible en trouvant des glitches ou failles dans le code du jeu.

---

<sup>2</sup> « Éducation aux médias et jeu vidéo, des ressorts ludiques à l'approche critique », Média Animation, 2015

## Identités numériques plurielles

Dans certains jeux, notamment multijoueurs, le joueur a plusieurs identités numériques. Un pseudonyme lui permet d'entrer dans une communauté de joueurs. Dans le jeu, il incarne et manipule un avatar qu'il peut parfois personnaliser avec des accessoires. Le « Je » numérique devient jeu. Il est possible de multiplier les pseudonymes et d'interagir dans le jeu en changeant de rôle, de vêtement ou de sexe. Un garçon peut ainsi choisir un avatar féminin et vice-versa.

La position de la caméra participe à l'identification du joueur à son avatar. Le joueur peut observer l'évolution de son personnage avec plus ou moins de distance, en vision objective ou vue à la troisième personne. Il peut également voir à travers les yeux de son avatar, en vision subjective ou vue à la première personne.



De nombreuses gameuses subissant du cyberharcèlement, des remarques sexistes ou des insultes choisissent un pseudonyme masculin ou neutre pour se protéger.

# Un potentiel immersif

---

À des degrés différents, les jeux peuvent avoir un potentiel immersif fictionnel ou sensoriel. Des éléments visuels (décors, éclairages) et sonores (musiques) façonnent un univers et créent des ambiances dans lesquelles il est possible de se projeter. La vision subjective peut également participer à cette immersion.



## MONDE PERSISTANT

C'est un monde virtuel qui continue d'évoluer même lorsque le joueur se déconnecte. Le monde persistant est apparu à partir des années 90 avec les MMORPG (jeux de rôle en ligne massivement multijoueurs type World of Warcraft).

# Le jeu vidéo, c'est une industrie

---

L'industrie du jeu vidéo représenterait plus de 100 milliards de dollars au niveau mondial<sup>3</sup>. On trouve le studio en charge de la conception et l'éditeur qui s'occupe du marketing et du financement. Un éditeur peut posséder un ou plusieurs studios comme Ubisoft et Nintendo. Le jeu vidéo est donc un objet industriel, technologique et commercial conçu pour plaire à un public mondial de plus en plus diversifié et être rentable. Ainsi, le joueur est un consommateur et aussi une cible.

## Les pouvoirs publics soutiennent les jeux vidéo

Selon la Belgian Entertainment Interactive Association<sup>4</sup>, l'industrie vidéoludique belge représentait 93 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2018 et 1100 personnes travaillent dans ce secteur. Il existe environ 80 studios de création de jeux. L'extension du Tax Shelter au jeu vidéo a été approuvée en 2019. C'est un avantage fiscal pour les entreprises belges ou étrangères installées en Belgique qui investissent notamment dans le secteur du jeu vidéo.

## Modèles économiques

---

### Une industrie qui sait se réinventer

L'industrie vidéoludique est en constante interaction avec les nouvelles technologies pour conserver ses joueurs et conquérir de nouveaux publics. Elle a réussi à se déployer sur tous les supports : consoles, ordinateurs, mobiles, tablettes.

- Le social gaming et le casual gaming, avec des jeux comme *Candy Crush* ou *Angry Birds*, se sont développés avec les réseaux sociaux et la téléphonie mobile. Ce sont des jeux au gameplay simple, avec des règles faciles et une faible courbe de difficulté qui ont pour cible les joueurs occasionnels, les « casu », abréviation de « casual gamers ».
- Le Cloud gaming et le streaming sont apparus avec la connexion haut et très haut débit. Le Cloud gaming est une technologie qui utilise les serveurs des data centers ou centres de données. Le joueur accède, via internet, à une plateforme de streaming. C'est une dématérialisation complète du jeu, car il devient possible de jouer sur n'importe quel écran avec une manette, à condition d'avoir une bonne connexion internet.

# Amélioration des technologies immersives

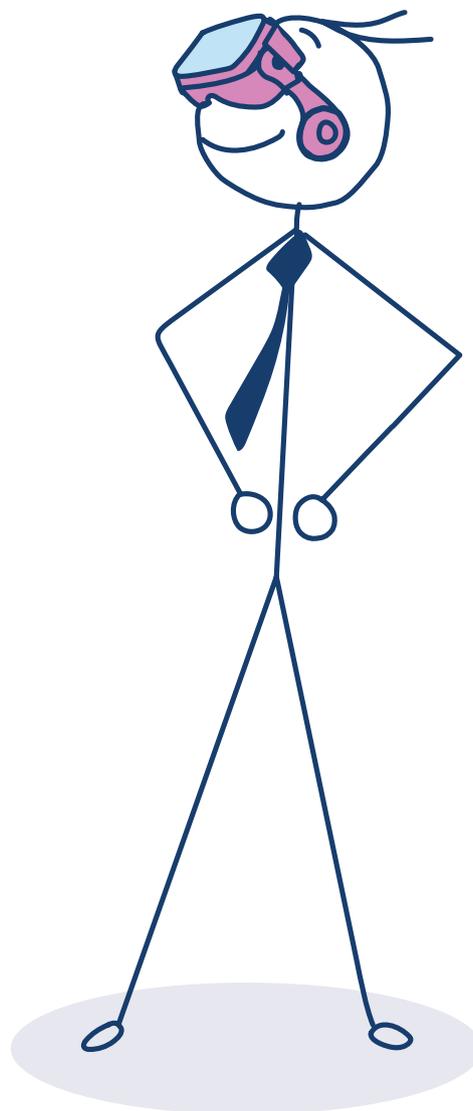
---

L'industrie du jeu vidéo utilise des techniques de plus en plus immersives qui développent de nouvelles modalités de jeux. La réalité virtuelle plonge totalement le joueur dans l'univers du jeu à partir d'images de synthèse projetées dans un casque. La réalité augmentée superpose des informations virtuelles en 2D et 3D sur le réel. *Pokémon Go* a recours à ce procédé.

## À chacun sa formule !

---

La diversité des pratiques pousse l'industrie à diversifier ses modèles économiques. Qu'il soit payant ou en accès gratuit, le jeu devient évolutif, on parle de « Game as a service ». Pour fidéliser les joueurs et maintenir leur intérêt, les contenus des jeux sont enrichis avec des mises à jour régulières. Les joueurs ont la possibilité d'acheter des nouveaux personnages ou des niveaux supplémentaires. L'industrie conçoit également des extensions payantes pour augmenter la durée de vie de ses jeux. Le joueur peut alors être amené à dépenser pour développer et prolonger son expérience.



<sup>3</sup> Source : *Baromètre du jeu vidéo en France, Syndicat national du jeu vidéo, SNJV, édition 2020*

<sup>4</sup> Source : *BEA Interactive, Belgian Entertainment Association <https://www.belgianentertainment.be/fr/nouvelles/2019/8/26/labelgique-brille-gamescom-2019>*

# INTERDICTION DES LOOTBOXES EN BELGIQUE

Depuis 2018, la Belgique interdit la vente des lootboxes. C'est une sorte de pochette surprise virtuelle ou de coffre payant au contenu aléatoire pouvant contenir un ou plusieurs objets virtuels et des bonus. La Belgique considère que ce sont des jeux d'argent et de hasard illégaux\*.

*\*Source : Commission des jeux de hasard, 2018*

**Achat** - C'est l'achat d'un jeu en version matérialisée ou dématérialisée.

**Abonnement** - L'abonnement s'est développé avec internet et la possibilité de jouer en ligne. On peut s'abonner pour jouer à un jeu, pour accéder à un catalogue de jeux ou pour accéder à une plateforme de jeux payants.

**Free-to-play** - Un jeu free-to-play est en accès gratuit. Sa rentabilité repose sur des revenus indirects : publicité, bonus, microtransactions avec achat d'objets virtuels et d'accessoires pour personnaliser son avatar.

**Freemium** - Une partie du jeu est accessible gratuitement. Le joueur doit souvent payer des microtransactions pour évoluer, progresser et avoir des avantages dans le jeu. Les joueurs qui sont friands des microtransactions et qui dépensent beaucoup d'argent sont appelés « baleines ».

**DLC (downloadable contents) et Season pass** - Le joueur peut évoluer dans une partie ou un jeu en payant et en téléchargeant des contenus additionnels et optionnels, comme des nouveaux chapitres, des niveaux ou des contenus exclusifs. Le Season pass permet d'acheter plusieurs DLC ou d'accéder en avance à des nouveaux contenus.



# PEGI

---

Le Pan European Gaming Information - PEGI - est un système d'évaluation des jeux et une signalétique créés par l'industrie en 2003. Il est utilisé dans une trentaine de pays européens.

Les jeux sont évalués en fonction de leurs contenus et font l'objet d'une classification par âge. Deux séries de pictogrammes PEGI sont apposées sur la jaquette ou sur le site internet de l'éditeur : un pictogramme indiquant l'âge du joueur auquel le jeu est destiné et un second précisant les critères retenus pour lui attribuer ce classement (violence, scènes de nudité

et/ou à caractère sexuel, expressions grossières, référence à des drogues, discrimination raciale et/ou sexiste, incitation à jouer à des jeux d'argent et à acquérir des biens virtuels avec de l'argent réel). Cette signalétique ne prend pas en compte la difficulté du jeu ou les aptitudes requises pour y jouer.





## “Indies” Versus “AAA” ?

---

Dans les années 2000, les jeux indépendants, les « indies », ont fait leur entrée en marge des jeux AAA à gros budgets qui dominent le marché. Ces jeux, conçus par des petits studios, sont indépendants au niveau créatif et financier grâce à l'autofinancement, le financement participatif et des subventions. Certains connaissent un succès comparable à celui des blockbusters. C'est le cas d'*Angry Birds*, *Life is strange* ou encore *Minecraft*, développé par

le studio suédois Mojang et racheté par Microsoft en 2014 pour 2,5 milliards de dollars. Depuis quelques années, les gros éditeurs permettent aux développeurs indépendants de publier leurs jeux sur leurs plateformes. Par ailleurs, le succès de la plateforme Steam a rendu possible la publication de jeux sans passer par de gros éditeurs.

## Quelle place pour les femmes ?

---

L'industrie du jeu vidéo est majoritairement masculine. Les femmes représentent entre 15 et 20 % aux États-Unis et en Europe<sup>5</sup> et elles sont rares dans la programmation, seulement 7 % en Belgique<sup>6</sup>. Les jeux sont donc principalement conçus par des hommes. Parallèlement à ce déséquilibre et suite à différents scandales, l'industrie souffre d'une réputation négative à l'égard des femmes :

sexisme, harcèlement, abus sexuel et inégalités salariales<sup>7</sup>. Quelques femmes s'illustrent pourtant et font bouger les lignes. C'est le cas de la créatrice française du jeu *Adibou*, Muriel Tramis, nommée au rang de chevalier de la légion d'honneur en 2018 en France ou encore les associations « Women in games » et « E-mma » qui s'organisent pour impulser plus de diversité et de mixité dans l'industrie.

<sup>5</sup> Source : [jeuvideo.com](http://jeuvideo.com)

<sup>6</sup> « Gamescom 2019, les femmes ont pris leur place dans le jeu vidéo », Sarah Heinderyckx, RTBF.be, 21 août 2019

<sup>7</sup> hashtag #1reasonwhy en 2012, gamergate en 2014, révélations de la développeuse Nathali Lawhead, discrimination salariale sexiste chez Riot Games en 2019

# Économie de l'attention

---

L'industrie vidéoludique s'inscrit dans l'économie de l'attention. Comme Google et les réseaux sociaux, elle élabore des stratégies pour capter durablement l'attention des joueurs. On parle alors de rétention. Elle s'entoure de développeurs, de programmeurs, de graphistes, mais aussi de psychologues pour concevoir un jeu. De nombreux tests sont mis en place avant la commercialisation pour évaluer l'expérience de jeu, le plaisir de jouer ou encore le « flow »<sup>8</sup>. C'est un état mental qui repose sur l'équilibre entre les compétences du joueur et le degré de difficulté du jeu. L'industrie peut suivre le comportement des joueurs dans les jeux en ligne et collecter et analyser des données pour tenter de rendre les jeux plus attractifs.

Consultez le carnet de la collection Repères « Big data : comment les algorithmes influencent notre usage d'internet ? » [www.csem.be/collectionreperes](http://www.csem.be/collectionreperes)

## Trouble du jeu vidéo

---

L'OMS a inscrit le trouble du jeu vidéo dans la classification des maladies<sup>9</sup> depuis le 25 mai 2019. Ce trouble désigne une pratique excessive et déraisonnable du jeu vidéo. Il concerne les joueurs en ligne et se caractérise « par une perte de contrôle sur le jeu, une priorité accrue accordée au jeu, au point que celui-ci prenne le pas sur d'autres centres d'intérêt et activités quotidiennes, et par la poursuite ou la pratique croissante du jeu en dépit de répercussions dommageables ». Cette décision prendra effet le 1er janvier 2022. Pour que ce trouble soit diagnostiqué, il faut constater « une altération non négligeable des activités personnelles, familiales, sociales, éducatives, professionnelles » sur une période de 12 mois. Ce trouble ne toucherait que 1 à 3 % des joueurs.

---

<sup>8</sup> Ce concept, théorisé dans les années 90 par le psychologue hongrois Mihaly Csikszentmihalyi dans son livre « Flow : The Psychology of Optimal Experience », n'est pas spécifique au jeu vidéo mais il lui est souvent associé. Jenova Chen, game designer des jeux Flower et Journey, l'a repris dans sa thèse « Le flow dans les jeux ».

<sup>9</sup> Source OMS : <https://www.who.int/features/qa/gaming-disorder/fr/>



Le psychologue et psychothérapeute belge Pascal Minotte estime que cet usage excessif révèle davantage un mal-être et l'expression d'une souffrance. Le jeu, au même titre que tous les écrans, serait un moyen de fuir les soucis du quotidien. « Il faut faire la différence entre un usage passionné des écrans et un usage excessif qui est souvent lié à une souffrance »\*.

\* « Accros aux écrans, vite une 'désintox' ? », Athéna le mag scientifique, n°341, mars-avril 2019

## Le jeu vidéo est un objet culturel

---

Le jeu vidéo, un média sans cesse questionné par la société, est-il légitime ? Est-ce que jouer c'est perdre son temps, voire pire ? Le regard de la société sur le jeu varie selon le contexte : un jeu vidéo dans une exposition c'est de l'art, dans une école c'est un outil éducatif puissant, l'E-sport quant à lui est perçu comme une prestation, un spectacle, etc. La légitimité du jeu au sein de la société semble très variable.



« Le jeu vidéo n'est pas celui qui a du mal à rentrer dans nos définitions de l'art et d'oeuvre d'art, mais celui qui fait bouger les limites de l'art. »<sup>10</sup>

**Géraldine Mosna-Savoie**

## Une industrie créative et inspirante

---

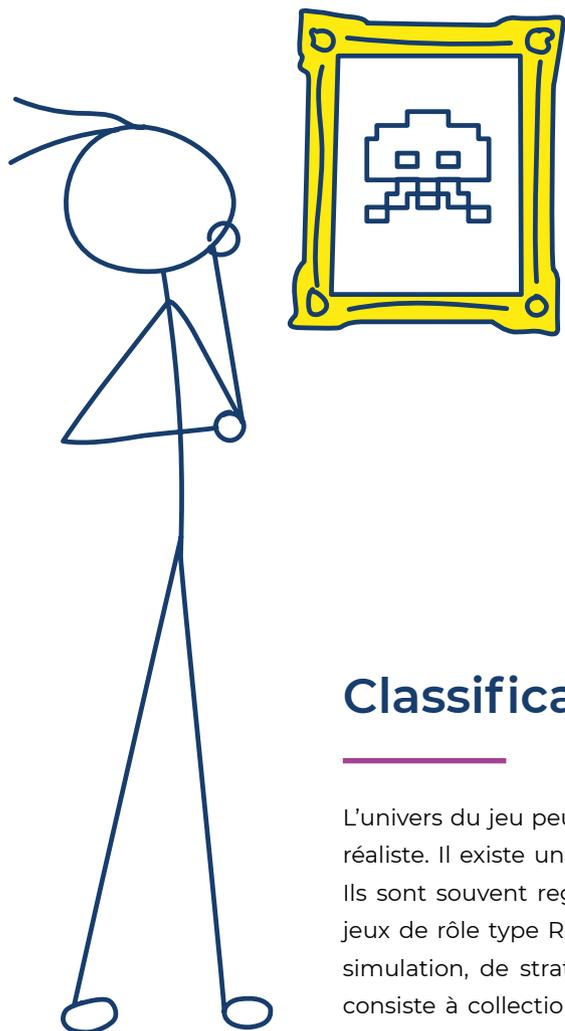
Des créateurs de différentes disciplines collaborent à la création d'un jeu : directeur artistique, graphiste, animateur en 2D ou 3D, scénariste, monteur, ingénieur du son, musicien et sound designer pour la création sonore. Le cinéma, la musique, l'architecture, la littérature ou encore la bande dessinée sont leurs sources d'inspiration<sup>11</sup>. Cette industrie créative inspire

également les artistes. Par exemple, Franck Slam, dit Invader, parsème les rues des grandes métropoles internationales de mosaïques *Space invaders*. En 2019, l'artiste belge Wim Delvoye a exposé aux Musées royaux des Beaux-arts de Belgique des bas-reliefs en marbre réalisés à partir de captures d'écran de parties menées avec les jeux *Counter-Strike* et *Fortnite*.

<sup>10</sup> « Quel est l'art du jeu vidéo ? », *Le journal de la philo, France culture*, 8 mai 2018

# Le jeu vidéo est-il une oeuvre d'art ?

---



Le jeu vidéo a progressivement conquis une légitimité artistique et un statut d'oeuvre d'art à travers des expositions ou des acquisitions réalisées par différents musées. Le Musée des jeux vidéo de Berlin (Computerspielemuseum) a ouvert ses portes en 1997. En 2013, le Museum of Modern Art (MOMA) de New York a fait sa première acquisition de jeux vidéo mythiques, *Pac-Man*, *Tetris*, *Super Mario Bros* et *Donkey Kong*, pour sa collection « Architecture et design ». La Cité des sciences à Paris dispose dorénavant d'un espace permanent de 700 m<sup>2</sup> dédié aux jeux. Dans certains pays, il est reconnu comme un objet du patrimoine et conservé. En France, dans le cadre du dépôt légal, les éditeurs ont l'obligation d'envoyer deux copies de leurs créations à la Bibliothèque nationale de France. Ultime consécration, des professionnels reçoivent des distinctions artistiques pour leur créativité<sup>12</sup> et la Commission européenne soutient les projets créatifs qui valorisent l'identité culturelle et le patrimoine européens<sup>13</sup>.

## Classification des jeux vidéo

---

L'univers du jeu peut être fantastique, mythologique, historique, contemporain, futuriste ou réaliste. Il existe une grande diversité de types de jeux, mais pas de classification officielle. Ils sont souvent regroupés en fonction de leur genre et de leur gameplay. On trouve des jeux de rôle type RPG ou role playing game et MMORPG, des jeux d'action, d'aventure, de simulation, de stratégie, de tir, les social games et les casual games, le rétrogaming qui consiste à collectionner et à jouer avec des jeux anciens ainsi que les serious games, jeux sérieux à vocation pédagogique ou communicationnelle, etc.

<sup>11</sup> « Art et jeux vidéo », série-documentaire de 5 épisodes, Syndicat des éditeurs de logiciels de loisirs français, SELL, 2018

<sup>12</sup> Le concepteur Michel Ancel et les producteurs Shigeru Miyamoto et Frédérick Raynal ont reçu les insignes français de Chevalier dans l'Ordre des arts et des Lettres en 2006. Le compositeur Austin Wintory a été nommé aux Grammy Awards pour sa musique dans le jeu vidéo Journey en 2012.

<sup>13</sup> Source : Commission européenne

Julian Alvarez, Docteur en Sciences de l'information et de la communication, propose une classification basée sur les actions effectuées dans les jeux. Dix actions ont été retenues : éviter, atteindre, détruire, créer, gérer, déplacer, générer des valeurs aléatoires, choisir, tirer et écrire<sup>4</sup>.

## Des jeux vidéo qui...

---

### ... génèrent des liens sociaux et le partage d'une culture commune

Ces dernières années, le développement des consoles de jeux de salon à plusieurs manettes a permis de créer du lien entre les membres de la famille ou entre amis. Au cours d'une LAN, les joueurs se regroupent dans un même lieu pour jouer en réseau pendant un ou plusieurs jours. Ils s'affrontent ou coopèrent dans des tournois et des compétitions d'E-sport diffusés en direct sur internet ou dans des stades. Le jeu vidéo est également

un réseau social. Des joueurs du monde entier peuvent partager une partie en ligne. Les joueurs se regroupent en communauté et se fédèrent autour d'un jeu, échangent conseils, stratégies et commentent sur des forums. Les plateformes de streaming de parties de jeux vidéo comme Twitch permettent aux spectateurs d'échanger avec le streamer filmé pendant sa partie.

### ... stimulent la créativité des joueurs

Certains joueurs programment des « mods » qui sont des modifications de jeux. Des moddeurs ont ainsi réussi à retirer la moustache de Mario ou à intégrer des gilets jaunes français dans le jeu GTA V en modifiant les « skins » (peau) de leurs avatars. D'autres détournent

des jeux vidéo en réalisant des machinimas. Ce sont des films réalisés à partir de captures d'écran de séquences de jeu. Les joueurs peuvent se lancer dans la création de jeu vidéo en temps limité, 24 h ou 72 h, et en équipe au cours d'une « game jam ».



Le jeu vidéo fait partie de la pop culture ou culture populaire comme la bande dessinée, les mangas, le cinéma et les séries télévisées. Joueurs, lecteurs et spectateurs partagent des pratiques culturelles communes : le fan art et le cosplay. Le fan art désigne à la fois toutes les productions réalisées par les fans autour d'un jeu ou d'un personnage (dessins, textes, films), mais aussi des conventions (rassemblements)<sup>14</sup>. Le cosplay, contraction des mots anglais « costume » et « play » consiste à jouer en prenant l'apparence des personnages de jeux vidéo.

## Un outil éducatif

---

**De plus en plus d'enseignants et d'éducateurs reconnaissent au jeu vidéo des qualités éducatives et le perçoivent comme un objet stimulant et motivant propice à l'apprentissage. Deux pratiques éducatives émergent : une éducation par le jeu et une éducation au jeu.**

### Éducation par le jeu

Dans le cadre d'une éducation par le jeu, il est utilisé comme support et outil pédagogique. Il s'agira par exemple de construire une seigneurie médiévale avec *Minecraft*, de découvrir la structure du conte avec *The Legend of Zelda* en parallèle à un réseau d'oeuvres littéraires ou de résoudre des problèmes de programmation avec *Tetris*.

On peut également travailler des compétences numériques liées à la manipulation des outils, des compétences sociales (collaborer, coopérer, renforcer l'estime de soi, sa motivation et son implication),

des compétences cognitives et métacognitives (s'informer, élaborer des tactiques et des stratégies, réfléchir sur l'acte d'apprendre), etc.

Le jeu vidéo est un loisir et un divertissement. La plupart des jeux, exceptés les serious games et les jeux ludo-éducatifs, n'ont pas une vocation éducative mais ludique. L'enjeu pour les enseignants est donc de concevoir une médiation pédagogique pour exploiter le jeu vidéo comme un outil éducatif sans dénaturer sa vocation ludique.

---

<sup>14</sup> *Approche atomique du jeu vidéo, Briques Gameplay 3.0, Julian Alvarez, Ludoscience éditions, 2018*

<sup>15</sup> « Éducation aux médias et jeu vidéo, des ressorts ludiques à l'approche critique », *Média Animation, 2015*

## Éducation aux médias : le jeu vidéo comme objet d'étude

Le jeu vidéo est multimédia : le joueur décrypte à la fois des images, des textes et des sons auxquels il réagit physiquement et cognitivement. Le jeu envoie des messages explicites, les règles notamment, et implicites. Au même titre qu'un autre média, il véhicule un système de représentations sociale, culturelle, historique, politique, voire idéologique, et des stéréotypes. Par exemple, les stéréotypes genrés sont encore fréquents.



Dans le cadre de l'éducation aux médias, l'objectif est de favoriser l'acquisition de compétences informationnelles (déchiffrer les contenus du jeu vidéo, identifier ses codes et ses langages, comprendre ses caractéristiques et sa spécificité médiatique), techniques (repérer les techniques utilisées pour produire ce média) et sociales (analyser ses messages et ses représentations).

En savoir plus : « Les compétences en éducation aux médias - cadre général »

<http://csem.be/competenceseneducationauxmedias>

## LES PERSONNAGES MASCULINS ET FÉMININS PEUVENT ÊTRE PORTEURS DE CLICHÉS

L'univers des jeux vidéo a longtemps été dominé par l'omniprésence de l'homme blanc hétérosexuel occidental et sa représentation stéréotypée : un héros viril surpuissant. Chaque année, à l'occasion de l'E3, Electronic Entertainment Exposition à Los Angeles, le site Feminist Frequency analyse l'évolution des représentations des femmes dans les jeux et constate qu'il y a plus de héros que d'héroïnes<sup>16</sup>. De plus, le traitement des personnages féminins, entre hypersexualisation et rôle secondaire, fait toujours polémique. Mais le nombre croissant de joueuses poussent les créateurs à rompre avec ces stéréotypes et à donner plus de place aux figures féminines et aux minorités. De nouvelles héroïnes moins stéréotypées sont apparues depuis Ms Pac Man, premier personnage féminin créé en 1981<sup>17</sup>. Entre 1996 et 2015, l'icône Lara Croft, elle-même, a évolué vers un physique moins érotisé et une psychologie plus complexe. Il est possible d'incarner un personnage féminin, de choisir une équipe de foot féminine dans *FIFA 16* et de changer la couleur de peau de son avatar dans certains jeux.



## Quid de la violence dans les jeux ?

**Le débat sur la violence des images et leurs dérives existe depuis longtemps et ne concerne pas seulement les jeux vidéo.**

Les jeux de combat, de guerre ou de tirs en vision subjective sont souvent pointés du doigt. Ils associent actes de tuer avec des armes fictives, des représentations d'armes existantes et hyperréalisme. Il n'y a pas de consensus scientifique sur un lien entre jeu vidéo et comportement violent. Les causes peuvent être multifactorielles et liées à la compétition, l'environnement familial, des fragilités personnelles ou

une pathologie préexistante. Encaisser un but dans *FIFA* ou dans la cour de récréation peut générer une même agressivité. La gestion de cette agressivité ou de la frustration renvoie aux cadres éducatifs. Le jeu vidéo peut d'ailleurs avoir un effet cathartique<sup>18</sup>. Des psychologues travaillent sur ses vertus thérapeutiques. Progresser, gagner, être en lien avec d'autres joueurs peut renforcer l'estime de soi et rendre moins agressif<sup>19</sup>.

<sup>16</sup> Étude « Gender breakdown of games featured at E3 2019 », site Feminist frequency

<sup>17</sup> « Dix héroïnes de jeux vidéo qui feront de vous un joueur féministe », Estelle Watson, Francetvinfo.fr, 2015.

<sup>18</sup> « Images du jeu vidéo et psychothérapie de l'adolescent : violence ou catharsis ? », Marion Haza, Florian Houssier, L'Évolution Psychiatrique, 2018.

<sup>19</sup> « Les jeux rendent-ils violents ? », Elsa Mourgues, franceculture.fr, 14 novembre 2019.



## À la maison

---

Le jeu vidéo occupe une place de plus en plus importante dans le paysage familial. Il peut paraître déstabilisant pour les parents qui ne jouent pas. Le jeu vidéo évolue si vite qu'il est parfois également difficile pour les parents qui jouent de s'y retrouver.

### Voici quelques conseils pour accompagner les pratiques vidéoludiques de votre enfant :

- Vous avez la possibilité d'installer des outils de contrôle parental pour limiter le temps de jeu, désactiver le chat vocal, bloquer des contenus ou des achats intégrés. Privilégiez avant tout le dialogue et l'échange avec votre enfant.
  - Quel que soit son âge, co-construisez le temps de jeu en termes de durée, de fréquence et de périodicité tout en respectant la notion de fin de niveau de jeu et de sauvegarde.
  - Consultez des sites<sup>20</sup> et des forums de joueurs afin de l'aider à choisir un jeu qui correspond à ses goûts et à son âge. Lisez les commentaires des joueurs. Jouez ensemble pour évaluer le gameplay et les difficultés d'un jeu. Invitez votre enfant à expliquer ce qu'il ressent et à donner son point de vue sur son expérience de jeu. Échangez sur ce qui peut lui paraître violent ou choquant.
  - Lisez et explicitez les conditions d'utilisation d'un jeu physique ou jeu en ligne.
- Identifiez le modèle économique des jeux. Sensibilisez votre enfant à cette problématique et à la question de la monétisation dans le jeu.
- Guidez votre enfant dans l'élaboration de son identité numérique dans les jeux en ligne. Est-il nécessaire de donner sa vraie identité pour jouer ? Recommandez-lui d'avoir un pseudonyme et de donner le moins d'informations personnelles possibles. Échangez sur le choix d'un avatar, sur la notion d'apparence et la nécessité d'acheter des accessoires pour le personnaliser. Consultez le carnet de la collection Repères « Qui suis-je sur le web ? Construire son identité numérique » [www.csem.be/collectionreperes](http://www.csem.be/collectionreperes)
- Évoquez le risque de cybercriminalité et les moyens de protection existants. Jouez à repérer qui se cache derrière les pseudonymes ou les avatars dans les jeux ou forums : un adulte ou un enfant ? Une fille ou un garçon ? Consultez le carnet de la collection Repères « Comment prévenir le cyberharcèlement par l'éducation aux médias ? » [www.csem.be/collectionreperes](http://www.csem.be/collectionreperes)

- Abordez la question des règles sociales. Tout joueur est soumis aux mêmes règles et lois. Apprenez-lui à identifier un comportement inapproprié ou « toxique »<sup>21</sup> et à respecter les autres joueurs.
- Explorez ensemble la diversité des jeux vidéo pour éveiller sa curiosité et développer sa culture vidéoludique. Découvrez des jeux moins connus et moins populaires que les jeux AAA. Cherchez des jeux dans lesquels il y a moins ou pas de stéréotypes. Ne vous limitez pas aux jeux sérieux ou éducatifs. Variez les jeux et les gameplays compétitifs et collaboratifs.
- Enrichissez sa culture vidéoludique et artistique. Encouragez-le à faire des recherches sur les interactions entre les jeux vidéo et les arts. Lisez et explicitiez les conditions d'utilisation d'un jeu physique ou jeu en ligne.
- Valorisez ses réussites dans les jeux traditionnels comme dans les jeux vidéo.
- Diversifiez les activités et les loisirs de votre enfant. Le jeu vidéo est un loisir parmi d'autres.
- Expérimentez la création d'un jeu familial ou un machinima.

Le jeu multijoueur est un espace communautaire dans lequel les joueurs se doivent d'être respectueux et responsables. Au cours d'une partie, un joueur peut avoir des comportements « toxiques » à l'égard des autres : insultes, provocations, tricherie, harcèlement. Un cyberprédateur peut se cacher derrière un avatar ou un pseudonyme. La régulation représente un enjeu économique pour l'industrie, car les joueurs peuvent abandonner un jeu pour se protéger. Depuis 2018, trente acteurs de l'industrie du jeu vidéo, développeurs et éditeurs, ont créé un groupe de réflexion « The Fair Play Alliance » <https://fairplayalliance.org/>. Les éditeurs valorisent les comportements positifs et sanctionnent les mauvais ou mettent en place des codes de bonne conduite<sup>22</sup>. Tout joueur peut signaler un joueur « toxique » qui peut être banni temporairement ou définitivement. Les joueurs peuvent également devenir modérateurs dans les jeux et forums.

<sup>20</sup> Par exemple [jouezmalin.fr](http://jouezmalin.fr), site créé par les acteurs de l'industrie du jeu vidéo Belgian Entertainment Association (BEA), l'association wallonne Walga, l'association flamande Flega, l'Interactive Software Federation Europe Isfe, Pegi, la Fédération européenne des développeurs de jeux EGDF et Screenbrussels.

<sup>21</sup> « Les comportements 'toxiques' chez les joueurs », site [Pédagogieux.fr](http://pedagogieux.fr)

<sup>22</sup> Système de notation des joueurs, « e-reputation », récompense, bonus, obtention d'un objet ou d'un costume, « code de l'invocateur » dans *League of the legend*.

# À l'école et dans les structures d'éducation et d'animation

---

Vous souhaitez utiliser le jeu vidéo comme outil éducatif, l'exploiter dans le cadre d'un projet ou amener les jeunes à interroger ses caractéristiques médiatiques. Voici quelques pistes et conseils pour concevoir des activités ou des ateliers vidéoludiques.

## **Conseils aux professionnels de l'éducation**

- Plusieurs questions se posent avant de concevoir une séquence vidéoludique<sup>23</sup> : quels jeux utiliser ? Pour quels objectifs ? Avec quelles modalités ? Quel matériel est à votre disposition ? De quelles aides financières et accompagnements pouvez-vous bénéficier ?
- En classe, faites un sondage pour comprendre les pratiques de vos élèves ainsi que le sens qu'ils donnent à leur activité et à leurs usages.
- Découvrez la variété des jeux et réfléchissez collectivement à une classification.
- Apprenez-leur à décrypter les différents niveaux de lecture d'un jeu vidéo, à rechercher et à identifier les multiples références culturelles et artistiques qui sont parfois cachées.
- Explorez des jeux qui vont vers une déconstruction des stéréotypes et des clichés genrés ou historiques.
- Invitez des acteurs de l'industrie vidéoludique pour découvrir les différents métiers et les étapes de construction d'un jeu vidéo.
- Apprenez-leur à devenir des consomm'acteurs. Abordez la question des mécanismes, des stratégies mis en place pour rendre le jeu attractif et des modèles économiques. Est-ce par exemple nécessaire de dépenser plus pour personnaliser son avatar ? Pour gagner ?
- Créez un jeu vidéo pour renforcer l'esprit critique et la coopération. Échangez sur le game design et le gameplay. Qu'est-ce qu'un bon gameplay ?
- Inscrivez votre classe à une « game jam » ou organisez-en une avec d'autres classes et d'autres établissements en invitant des professionnels du jeu vidéo.
- Organisez un tournoi. Sensibilisez les élèves aux règles citoyennes qui s'imposent quand on joue. Définissez ce qu'est un comportement « toxique ». Établissez une charte commune de bonne conduite.

Consultez le carnet de la collection Repères « S'exprimer sur internet dans le respect d'autrui et de façon responsable - La liberté d'expression et ses limites » [www.csem.be/collectionreperes](http://www.csem.be/collectionreperes)

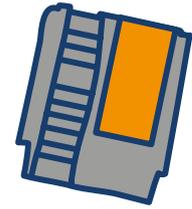
- Identifiez les différentes formes de violence dans les jeux. Distinguez violence des contenus (mise en scène, esthétique de la violence, montage, son) et les images qui font violence en termes de réception et de ressenti différent pour chaque joueur.

---

<sup>23</sup> Aller plus loin avec « Jeux vidéo et éducation - Ateliers de pédagogie (vidéo)ludique », coordonné par Julien Annart pour For'J. <https://www.quaito.be/wp-content/uploads/2018/10/Jeu-video-et-education.pdf>

# Petit dico du gamer :

---



- **avatar** : personnage d'un jeu vidéo
- **game design** : structure de jeu (mécaniques et règles) conçue par les développeurs
- **gameplay** : expérience de jeu
- **Speedrun** : performance qui consiste à finir un jeu le plus rapidement possible
- « **Game as a service** » : jeu conçu comme un service. L'expérience de jeu est enrichie et la durée de vie du jeu prolongée.
- **casual gaming et social gaming** : jeux s'adressant aux joueurs occasionnels
- **Cloud gaming** : technologie permettant de jouer en streaming via internet sur n'importe quel écran
- **retrogaming** : collectionner et jouer avec des jeux anciens
- **serious gaming** : jeux sérieux à visée pédagogique
- **streaming** : technologie permettant d'accéder à des contenus en ligne sans téléchargement
- **MMORPG** : jeu de rôle massivement multijoueurs en ligne
- **RPG role playing game** : jeu de rôle
- **PEGI** : acronyme de la signalétique européenne Pan European Game Information qui propose un système de classification par âge des jeux vidéo utilisé dans 38 pays européens
- **indies** : jeux conçus par les studios indépendants
- **jeux AAA** : abréviation de jeux triple A. Jeux à succès qui bénéficient de gros budgets
- **flow** : état mental reposant sur l'équilibre entre les compétences du joueur et les difficultés du jeu
- **fan art** : rassemblement et ensemble des productions réalisées par les joueurs autour d'un jeu
- **cosplay** : incarnation d'un personnage de jeu vidéo (déguisement, maquillage, etc.)
- **moddeur et mod** : Le moddeur est un joueur qui conçoit des " mods " ou modifications de jeu
- **machinima** : film réalisé par un joueur à partir de captures d'écrans de séquences de jeu
- **E-sport ou esport** : compétitions de joueurs nationales ou internationales sur internet ou dans des stades
- **game jam** : création d'un jeu vidéo en équipe et en temps limité

Expérimentez les 6 thématiques de l'éducation aux médias et le jeu vidéo proposées par Daniel Bonvoisin et Martin Culot<sup>24</sup> :

- **Producteur** : qui a développé et financé ce jeu et quelles sont les intentions des producteurs ?
- **Public** : à qui s'adresse le jeu et qu'en fait le public ?
- **Langages** : comment le jeu fait-il pour se faire comprendre et comment le joueur se fait-il comprendre du jeu ?
- **Technologie** : comment pèse-t-elle sur l'expérience ludique ?
- **Représentation** : comment le jeu conçoit-il et représente-t-il le monde ?
- **Typologie** : quel genre de jeu ?

<sup>24</sup> « Éducation aux médias et jeu vidéo, des ressorts ludiques à l'approche critique », Média Animation, 2015.

## LES DOSSIERS DE LA COLLECTION

« Repères » ont pour objectifs d'informer et d'outiller, de façon succincte et concrète, les parents et les professionnels de l'éducation.

### Parmi les thèmes traités :

- le cyberharcèlement
- l'identité numérique
- la liberté d'expression
- la désinformation
- s'informer en ligne
- Big data
- les jeux vidéo
- les influenceurs

Jun 2020 – Les ressources proposées dans cet ouvrage sont correctes à la date de parution

Retrouvez tous nos dossiers sur

<http://www.csem.be/collectionreperes>



**Une initiative du Conseil supérieur de l'éducation aux médias**

CSEM

Boulevard Léopold II, 44-6E630

1080 Bruxelles

[www.csem.be](http://www.csem.be) – [contact@csem.be](mailto:contact@csem.be)

