

LES MÉDIAS SOUS COULEUR DES SCIENCES DU JEU

Thibault PHILIPPETTE¹ et Maude BONENFANT²

L'étude des médias depuis la fin du XIX^e siècle a fait l'objet d'investigations à partir de champs théoriques émergents susceptibles de pouvoir éclairer l'évolution de leurs conditions de production, de leurs formats ou encore de leurs consommations. Ainsi par exemple, la sémiologie issue de la linguistique saussurienne et la sémiotique peircienne ont permis d'identifier et d'étudier les enjeux des écritures médiatiques et de la médiatisation de systèmes de signes graphiques. La narratologie, évolution de la sémiologie appliquée aux récits traditionnels et aux contes, a suscité un intérêt grandissant à mesure que les images et images animées sont venues renforcer la capacité des médias de raconter des histoires. La numérisation des contenus et la convergence de l'audiovisuel, de l'informatique et du multimédia, rendant les expériences interactives, ont fait apparaître un intérêt grandissant pour le caractère « ludique » des formats médiatiques contemporains.

Cet appel autour de la notion de « ludologie médiatique » était une manière d'interroger la place du ludique, mais aussi l'apport des

1 Thibault PHILIPPETTE est chargé de cours à l'École de communication de l'Université catholique de Louvain, Louvain-la-Neuve (Belgique).

2 Maude BONENFANT est professeure titulaire au Département de communication sociale et publique à l'Université du Québec à Montréal (UQAM).

sciences du jeu dans la compréhension de phénomènes médiatiques plus globaux. Pour Solinski (2015), la ludologie est moins une science du jeu qu'une étude des discours portant sur le jeu. Elle se nourrit ainsi des questionnements portant sur l'évolution dynamique des contours de ce que le jeu serait. En dialectique avec l'étude des médias ou des contextes de médiation des SIC, la perspective d'une « ludologie médiatique » est donc une manière d'interroger la présence actuelle de discours sur le caractère potentiellement ludique de situations médiatiques. Cela étant, la problématique des périmètres disciplinaires s'en trouve questionnée. En effet, si les sciences de l'information et de la communication (SIC) se sont largement ancrées autour de l'étude des médias, quels sont les apports des sciences du jeu dans l'étude de ces mêmes médias ? Afin d'explorer des pistes de réponse, ce numéro propose la sélection de sept articles opérant cette jonction entre les études médiatiques et la ludologie.

Dans son article consacré aux jeux vidéo d'apprentissage des langues en milieu scolaire, **Laurence Schmoll** relève ainsi qu'en considérant les situations de médiation scolaire sous le prisme des théories de l'action, la place de discours sur le jeu révèle une perception par les élèves d'une situation « ludo-éducative » pour l'apprentissage de l'allemand, langue étrangère dans le cursus de l'école secondaire. À partir de deux expérimentations réalisées entre 2012 et 2014, la chercheuse propose de revenir sur les observations et entretiens menés à cette occasion auprès de deux classes d'élèves mises dans des situations expérimentales sensiblement différentes. Celles-ci ont permis de produire des discours sur les représentations et attributs des jeux vidéo, la manière ludique ou non dont est perçue cette expérience, ainsi qu'un avis sur son utilité et son caractère motivant pour l'apprentissage des langues, notamment sur la prise de parole. Plusieurs analyses sont réalisées afin de mieux comprendre les conditions d'émergence du vocable « jeu » chez les élèves. La place du dispositif technique, le caractère libre ou prescriptif du scénario, l'implication de l'apprenant·e dans les conditions de réussite ou encore la perception de l'intégration dans le milieu scolaire sont autant de facteurs influençant la perception ludique de la situation.

S'intéressant à la conception de jeux vidéo éducatifs, **Mériem El Mansouri** et **Nicole Biagioli** se penchent, quant à elles, sur les conditions de convergence des métiers de l'ingénierie didactique avec ceux de l'ingénierie ludique. Partant d'une comparaison théorique entre concepts didactiques et concepts de *game design*, les chercheuses

construisent progressivement un modèle théorique mixte de « *game-play* pour apprendre », ainsi que des pistes d'opérationnalisation méthodologique et d'évaluation des équilibres entre objectifs ludiques et d'apprentissage.

De son côté, **Damien Renard** s'est intéressé aux jeux-concours publicitaires en ligne comme stratégie marketing de collecte de données numériques. À travers une étude quantitative réalisée auprès d'un échantillon de 175 personnes ayant participé à un jeu-concours organisé par un magazine culturel français, il a voulu évaluer l'effet de l'état du·de la joueur·euse. Pour ce faire, il se base sur un modèle incluant des mesures du défi perçu et du sentiment de compétence dérivé de la théorie du *flow*, ainsi que du système de récompenses sur le partage volontaire de données. Ses analyses statistiques lui permettent de conclure à une corrélation positive et significative entre, d'un côté, l'état du·de la joueur·euse et, d'un autre côté, l'attrait du gain, avec la décision de partage volontaire de données numériques. Ses conclusions lui permettent de discuter ces résultats en termes de potentialités marketing, mais également de risques, en comparaison avec des travaux antérieurs portant sur les jeux de hasard.

Si les articles précédemment présentés partent de situations médiatiques ou de médiatisation non ludiques pour interroger certains effets de perception et/ou de discours sur l'ajout d'éléments ludiques, l'article de **Stéphane Gorla et al.** présente au contraire une situation au départ ludique de laquelle sont extraits des éléments de jeu pour en faire ressortir d'autres objectifs. Ce processus est présenté sous le vocable « *disengagement* ». À partir d'un jeu de plateau permettant une visualisation graphique manipulable physiquement, l'équipe de recherche s'est intéressée à la manière dont le détournement non ludique de ce jeu pouvait permettre de visualiser et de discuter différents traitements contre le cancer (kératoses actiniques). Une étude de réception exploratoire menée durant une conférence médicale internationale leur a permis d'avoir une première vue sur l'acceptation de ce genre d'outil de représentation par des médecins professionnels, et son intérêt comme support dynamique de discussion sur les traitements.

Alors que des résultats médicaux constituent la matière à ludifier pour Stéphane Gorla et al., l'article suivant se consacre à la littérature et à l'appropriation ludique du livre. En effet, **Marine Siguier** analyse les pratiques de mises en scène de la littérature sur YouTube. À travers une analyse sémiotique de jeux littéraires proposés sur les chaînes de trois Booktubeuses françaises, la chercheuse relève comment la plate-

forme, qui promeut un certain culte de la banalité, de la communauté et de la participation, permet la médiation ludique entre culture littéraire et culture audiovisuelle.

Dans leur article portant sur les *newsgames*, **Monica Baur** et **Thibault Philippette** s'intéressent à des productions journalistiques qui empruntent à la rhétorique procédurale des jeux vidéo. La chercheuse et le chercheur illustrent leurs propos par l'analyse de dix jeux d'actualité de type *current event games* et jeux documentaires sortis entre 2008 et 2017 ainsi que par la présentation de propos tenus lors d'entretiens avec leurs concepteurs sur l'articulation entre simulation et récit enchâssé. L'article ouvre la réflexion sur le potentiel de ce « nouveau » format ludique pour un journalisme d'opinion.

Enfin, ce numéro de *Recherches en Communication* se termine par l'article d'**Ugo Roux** consacré à la médiatisation des jeux de rôle sur table, autrement appelée *actual plays*. Qualifiant le jeu de rôle de « semi-loisir », mixant une dimension de loisir et certaines obligations liées au genre, l'auteur s'est intéressé à l'effet transformatif d'une telle médiatisation sur la pratique, et notamment la prise en compte d'une expérience spectatorielle agencée à l'expérience de jeu. Le chercheur propose alors d'envisager cette mutation engendrée par la diffusion à large échelle autour de deux moments-clés : celui de la préparation de la partie et celui des interactions avec les spectateurs, en analysant de manière comparative trois *actual plays* français à succès. La grille d'analyse qu'il en propose permet de faire ressortir certaines caractéristiques du modèle éditorial proposé par ces émissions.

Ces différentes contributions permettent de relever la place de plus en plus croissante de discours sur le caractère ludique de situations médiatiques ou de médiation, et son pouvoir transformatif. Il est cependant intéressant de souligner que :

- 1) Cette conclusion s'applique autant à des questions de transformations médiatiques du fait du (discours sur le) caractère ludique que de transformation du jeu du fait de nouvelles formes de médiatisation et de remédiation ;
- 2) Ces transformations concernent autant les discours que les formats ou encore les pratiques professionnelles.

Une posture conservatrice pourrait consister à penser que, comme ces situations ne traitent pas directement de jeux (vidéo), les sciences du jeu ne peuvent offrir qu'un éclairage à la marge et outiller les études

médiatiques des SIC, mais chaque discipline a et garde ses spécificités. Une posture plus progressiste, ludologique, consiste au contraire à envisager avec intérêt l'étude de chacun de ces phénomènes de convergence comme s'ils étaient susceptibles de faire évoluer la manière de concevoir les jeux et les médias. Plus largement, en parlant de « ludologie médiatique », les perspectives de recherches s'ouvrent de manière bidirectionnelle sur des études portant sur la manière dont le « médiatique » transforme le « ludique » et/ou la manière dont le « ludique » transforme le « médiatique ».

Nous empruntons plus volontiers cette voie, en suivant avec grand intérêt les recherches s'intéressant à ces moments de convergence, dont ce numéro de *Recherches en Communication* a permis d'en rassembler quelques-unes.

Référence

Solinski, B. (2015). *Ludologie : jeu, discours, complexité*. Dissertation doctorale, Université de Lorraine. Disponible à : <https://hal.univ-lorraine.fr/tel-01751890/document>



Publié sous la licence Creative Common
«Attribution – pas d'utilisation Commerciale – Pas de Modification 4.0. International»
(CC BY-NC-ND)