



Fiche pédagogique



Promotion de la santé
et prévention
Gesundheitsförderung
und Prävention

GAMING PROJECT



ETAT DE FRIBOURG
STAAT FREIBURG



Objectifs



- Aiguiser son regard critique.
- Savoir présenter ses arguments.

Déroulement

décrire son jeu vidéo préféré, en individuel ou en groupe. Les points sur lesquels les jeunes sont attendu-e-s sont :

- le graphisme,
- les musiques,
- l'attrait du jeu,
- les dialogues,
- la convivialité,
- la fluidité,
- les risques (addiction, santé physique et mentale, etc.).

Cadre de l'exercice : la ou le jeune est coaché-e par une éducatrice ou un éducateur pour l'aider à construire son argumentaire. Des aides extérieures (ami-e-s, proches, professionnel-le-s du milieu du jeu, etc) sont permises. Une date pour la présentation est fixée.

Questions

- Comment as-tu vécu cet exercice ?
- Quels sous-thèmes ont été faciles/difficiles à développer ?
- A quoi penses-tu que cela puisse te servir ? (cf. objectifs)

A Option

Objectif supplémentaire : développer ses compétences informatiques

Matériel supplémentaire : un ordinateur, avec un programme de présentation, et un beamer

Déroulement : préparer cette présentation sur un programme informatique (Powerpoint, Prezi, etc.).

Scénario

Vous venez d'être engagé-e par la firme de votre jeu vidéo préféré (Activision Blizzard, Ubisoft, Bethesda Softworks, Nintendo, Microsoft ou Electronic Arts). Elle cherche un-e jeune qui connaisse ses jeux pour l'aider à les rendre meilleurs. Comme premier projet, vous devez faire un exposé des points forts et des points faibles de ce jeu. Cette présentation se fera lors d'un colloque de l'entreprise, avec l'équipe de projet, constituée de la cheffe ou du chef de projet, de la ou du responsable marketing, de la développeuse ou du développeur logiciel, de la ou du graphiste, de la ou du psychologue social-e et de la ou du gestionnaire des finances.

Pour les points attendus, ajouter les risques commerciaux : le marketing, la prévention pour la jeunesse, le potentiel addictif.

Questions spécifiques pour l'exercice à option

- Est-ce que tu as présenté des arguments qui vont à l'encontre de ce que tu penses ? Si oui, lesquels ?
- Penses-tu mieux maîtriser les outils informatiques ?

Contexte

L'industrie du jeu vidéo enregistre chaque année un chiffre d'affaires croissant et largement supérieur en comparaison à celui de l'industrie cinématographique ou musicale. Aujourd'hui, le réalisme de ces jeux est époustouflant et ne cesse de s'améliorer. Ceci amène les joueurs à s'immerger profondément dans ces univers numériques. Les casques de réalité virtuelle (comme l'Oculus Rift par exemple) en sont un bon exemple.

Hyper-stimulants, les jeux vidéo procurent à leurs utilisateurs des sensations riches, excitantes et très positives. Rien de bien étonnant à cela puisque les concepteurs font tout pour que ce soit le cas et savent que le succès de leurs produits en dépend. De plus, des articles scientifiques

ont décrit un certain nombre de bénéfices, tant sur le plan physiologique que psychique, que les joueurs retireraient de la pratique du jeu vidéo.

Mais à côté de ces aspects avantageux, beaucoup pointent du doigt de nombreux effets délétères dont l'usage abusif ou l'addiction en sont les principales racines, avec une large littérature scientifique à l'appui. D'ailleurs, l'OMS a reconnu en 2018 «le trouble du jeu vidéo», rejoignant ainsi les jeux de hasard et d'argent sur la liste des addictions sans substances officiellement reconnues.

La mécanique du jeu vidéo

La création d'un jeu vidéo implique la collaboration de nombreux professionnels d'horizons variés. On peut citer entre autres métiers les Game Designers, les développeurs informatiques, les ingénieurs du son, mais également les experts du marketing ou les psychologues.

Certaines firmes sont gigantesques. À titre d'exemple, l'entreprise Electronic Arts, un des leaders du marché du jeu vidéo, emploie plus de 9'000 personnes dont 8'000 se consacrent au développement des jeux. D'autres sont beaucoup plus modestes. Ces dernières réalisent principalement des jeux vidéo gratuits (appelés plus communément Free-to-Play). Mais quelle que soit la taille de la société et le type de jeu qu'elle produit, les mécanismes et les buts sont toujours les mêmes.

La très grande majorité des firmes développent des jeux vidéo pour faire du profit. Dès lors, l'objectif est que les consommateurs achètent le jeu et/ou des fonctionnalités supplémentaires (appelées micro-transactions). Pour atteindre cette visée, le marketing aura pour tâche principale de faire connaître le jeu au public et de le rendre le plus attractif possible. En parallèle, les développeurs auront mis en place tout une armada de mécanismes pour satisfaire au mieux les clients. Un des principes de base est que les joueurs doivent obtenir des gratifications qui les fassent rester ou revenir dans le jeu. Le schéma de base consiste à mettre en place des «Core Loops». Il s'agit d'une structure simple dans laquelle une action faite par le joueur amène à

une récompense (je tue un monstre et j'obtiens un objet). À cette boucle primaire, viennent s'en ajouter bien d'autres, comme par exemple les «Upgrades» (je tue un monstre, j'obtiens immédiatement un objet et des points d'expérience et, au bout d'un certains nombres d'ennemis tués, je passe à un niveau supérieur). Ces systèmes sont tirés de la théorie psychologique du conditionnement opérant de Skinner.

Afin d'être au plus proche des besoins des joueurs, l'industrie a défini quatre catégories de personnes utilisant les jeux vidéo :

1. « **Les Hearts** ». Ce type de joueurs vient pour la socialisation qu'offre le jeu, avec d'autres joueurs, mais aussi dans une moindre mesure avec les entités virtuelles.
2. « **Les Killers** ». Ce type de joueur est là pour combattre et gagner.
3. « **Les Diamonds ou Achievers** ». Ils aiment la reconnaissance délivrée par le jeu pour leurs accomplissements.
4. « **Les Spades ou Explorers** ». Ils aiment explorer et découvrir le jeu en cherchant toujours de la nouveauté et à se faire surprendre.

Dès lors, les développeurs essaieront de créer des fonctionnalités dans le jeu qui répondront aux attentes principales de chacun de ces groupes.

Problème d'usage abusif ou d'addiction

Tout est donc fait pour que le joueur retire un maximum de plaisir de ses sessions de jeu et qu'il revienne jouer fréquemment. Pour la grande majorité, l'utilisation des jeux vidéo est équilibrée. Cela reste un loisir parmi d'autres. Mais pour une minorité, l'usage est problématique ou risque de le devenir. Selon l'OMS, trois critères sont à prendre en compte :

1. Un contrôle réduit sur le comportement de jeu ;
2. Une priorité accrue accordée au jeu dans la mesure où celui-ci l'emporte sur les autres intérêts dans la vie et activités quotidiennes ;
3. La poursuite ou l'escalade du jeu malgré des conséquences négatives.

Aides et ressources

Il existe plusieurs structures pour venir en aide aux joueurs excessif dans le canton de Fribourg et/ou aux proches ainsi qu'aux professionnels qui entourent ces jeunes. En cas de soucis/problèmes concernant une consommation de substances ou d'une pratique inquiétante du jeu ou d'Internet, vous pouvez appeler l'un de ces deux numéros selon l'âge de la personne. Après une première évaluation, des spécialistes vous orienteront au besoin vers la structure adéquate.

Numéro indication addiction mineur :

026 305 74 73

Numéro indication addiction majeur :

026 305 30 70