



Sciences  
du jeu

## Sciences du jeu

5 | 2016

Jeux traditionnels et jeux numériques : filiations,  
croisements, recompositions

---

### Jeu et non jeu dans les *serious games*

Michel Lavigne

---



#### Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/sdj/648>

DOI : 10.4000/sdj.648

ISSN : 2269-2657

#### Éditeur

Laboratoire EXPERICE - Centre de Recherche Interuniversitaire Expérience Ressources Culturelles  
Education

#### Référence électronique

Michel Lavigne, « Jeu et non jeu dans les *serious games* », *Sciences du jeu* [En ligne], 5 | 2016, mis en  
ligne le 01 mars 2016, consulté le 01 mai 2019. URL : <http://journals.openedition.org/sdj/648> ; DOI :  
10.4000/sdj.648

---

Ce document a été généré automatiquement le 1 mai 2019.

Tous droits réservés

---

# Jeu et non jeu dans les *serious games*

Michel Lavigne

---

- 1 Depuis quelques années, la production de *serious games*<sup>1</sup> s'est développée en France, encouragée par les pouvoirs publics, avec notamment l'appel à projets du secrétariat d'Etat à l'économie numérique en 2009. Elle se trouve confortée par leur entrée dans les programmes de l'éducation nationale pour la filière Sciences et Technologies du Management à la rentrée 2012. Pour autant, ces produits sont mal connus par le public et leur usage reste marginal. Ils ne font généralement pas l'objet d'une évaluation et leurs contenus et modalités sont hétéroclites, ce qui en rend la délimitation plutôt floue. On peut constater que toutes sortes de produits qui se seraient antérieurement revendiqués du ludo-éducatif ou du multimédia interactif se réclament aujourd'hui du vocable de *serious game*.
- 2 Il semble cependant y avoir un accord sur la définition : un *serious game* est d'abord un jeu vidéo mais sa finalité est « sérieuse ». Selon Alvarez, Djaouti et Rampnoux (2012, p. 11) ce serait un logiciel qui « combine jeu vidéo et une ou plusieurs fonctions utilitaires ». La question du jeu est donc inscrite dans son fondement même et c'est cet aspect que nous souhaitons ici interroger. La revendication du caractère ludique de ces produits suffit-elle à en faire des jeux ? Nous avons déjà soulevé la question du caractère ludique des *serious games* (Lavigne, 2012) et constaté qu'il est très discutable.
- 3 Néanmoins les ambiguïtés des *serious games*, si elles sont problématiques pour la légitimation du produit, nous paraissent particulièrement fructueuses par les questions qu'elles soulèvent sur la question du jeu lui-même et de sa place dans nos sociétés. C'est cet aspect que nous souhaitons ici développer. Une démarche fréquente des chercheurs dans le domaine consiste à évaluer les *serious games* en référence aux jeux vidéo. Selon les auteurs, il s'agira de légitimer le *serious game* en démontrant qu'il est un jeu de même nature que les jeux de divertissement (Alvarez, Djaouti & Rampnoux, 2012), ou, dans une approche critique, de contester cette nature ludique (Lavigne, 2012).
- 4 Nous souhaitons ici renverser le raisonnement en avançant que le *serious game*, de par son instabilité constitutive, peut être un objet scientifiquement utile pour questionner la notion de jeu en général, et des jeux vidéo en particulier. Afin d'éclairer cette démarche, nous rappellerons d'abord les débats théoriques sur la question du jeu, ravivés par la

discussion sur la nature ludique des serious games. Nous montrerons ensuite comment le *serious game* peut servir à explorer la frontière entre jeu et non-jeu en s'appuyant sur une démarche ethnométhodologique. Nous ferons enfin état de notre travail de terrain et de quelques-unes de ses conclusions susceptibles de contribuer à une approche affinée de la question du jeu.

## La nature ludique des *serious games*

- 5 Nous rappellerons ici quelques éléments constituant la genèse des *serious games* et leur cadre d'existence. Les *serious games* sont apparus aux Etats-Unis au début des années 2000, popularisés notamment par un titre commandité par l'armée américaine, destiné à améliorer son image de marque auprès du jeune public masculin : *America's Army* (2002). Ce produit a été utilisé pour favoriser les recrutements dans l'armée. Son succès en aurait fait, selon ses concepteurs, un produit de communication plus efficace et moins cher que les moyens classiquement utilisés tels que les campagnes à la télévision.
- 6 Michael Zyda en a dirigé le développement et, partant de là, a popularisé le concept de *serious game*. Il s'appuie sur le concept de *digital natives* forgé par Marc Prensky (2001) qui affirme que les nouvelles générations nées avec les technologies numériques auraient un fonctionnement mental différent de celui des générations précédentes. Zyda considère que les jeux vidéo affectent positivement ces jeunes et que la recherche dans le domaine peut permettre de « mobiliser ces affects positifs pour des gains sociétaux » (Zyda, 2005).
- 7 Les *serious games* visent à reprendre les technologies et modalités scénaristiques des jeux vidéo pour les mettre au service d'objectifs secondaires tels que la formation, la publicité et la communication d'entreprise ou d'institutions publiques. On peut donc estimer qu'il s'agit d'un détournement d'artefacts conçus pour le divertissement vers des finalités « utiles ». Mais un jeu est-il toujours un jeu lorsqu'il est soumis à une finalité utile ? Vouloir rendre un jeu « sérieux » n'est-il pas absurde dans la mesure où le sérieux est généralement défini comme ce qui s'oppose au futile ou à l'inutile, caractéristiques généralement considérées comme constitutives du jeu ?
- 8 Ian Bogost (2011) évoque l'oxymore de l'expression *serious game* et l'analyse comme un effet rhétorique. S'appuyant sur la linguistique cognitive de George Lakoff, il souligne que la substance des idées compte moins que les mots par lesquels nous les nommons. L'évocation du jeu a une connotation qui peut être magique ou terrifiante du fait de son pouvoir captivant. L'expression *serious game* permet de domestiquer le jeu, de le rendre acceptable dans des milieux où il ne semble pas avoir sa place. Bogost affirme que celle-ci a été conçue « pour gagner le soutien de hauts responsables gouvernementaux et d'entreprises » et il estime qu'elle « a bien servi cet objectif en permettant à ses partisans d'introduire les jeux vidéo dans des contextes industriels ou gouvernementaux » (Bogost, 2011). L'oxymore serait un efficace artifice pour rendre acceptable un mariage improbable. Si l'expression *serious game* sert les intérêts de ceux qui visent ces marchés, Bogost nous rappelle cependant que l'industrie des jeux vidéo ne l'aime pas, car elle semble signifier que les jeux de divertissement sont sans valeur ou inutiles. Ainsi dévier le jeu de sa nature habituelle n'est pas une chose anodine et peut engendrer des conflits territoriaux en fracturant la frontière entre ce qui est considéré comme jeu et ce qui ressort du non-jeu, troublant les positions établies de part et d'autre.

- 9 Notre objet est justement ici d'examiner ce qui constitue cette frontière, d'en évaluer la solidité (ou sa porosité) et d'interroger ses possibles déplacements. De ce point de vue, les *serious games* qui prétendent abolir ladite frontière sont un objet d'étude particulièrement intéressant. En effet, leur échec pourrait indiquer l'impossibilité de transgresser les traditionnels critères qui caractérisent le jeu ou, a contrario, leur succès pourrait indiquer que l'ère numérique nous permet de repenser la notion de jeu et de lui appliquer de nouvelles définitions.
- 10 Afin de réfléchir sur ce qui définit le jeu, nous pouvons examiner la définition qu'en donnent les créateurs de *serious games*. Pour Michael Zyda (2005) un jeu est un « concours physique ou mental, selon des règles spécifiques, dans le but d'amuser ou récompenser ses participants » (p. 25). À partir cette première définition, il précise la définition du jeu vidéo qui est un « concours mental joué avec un ordinateur selon certaines règles pour l'amusement, le loisir ou pour gagner », puis celle du *serious game* : « concours mental joué avec un ordinateur selon certaines règles, qui utilise le divertissement pour des objectifs intéressant le gouvernement, la formation dans les entreprises, l'éducation, la santé, les politiques publiques, la communication stratégique » (p. 26).
- 11 Ces définitions successives font apparaître certains glissements. Zyda part d'une définition du jeu en tant que pratique sociale. Celle des jeux vidéo est très proche, se contentant d'introduire l'ordinateur. La définition du *serious game* marque une rupture : d'abord le divertissement n'est plus une fin en soi, il est un moyen subordonné à des finalités secondes. Ensuite, ces finalités ne sont pas définies en tant que pratique sociale, telle que le divertissement, mais en segments de marché susceptibles de recéler des commanditaires et financeurs, ce qui confirme la stratégie marketing qui anime les promoteurs des *serious games*. Ceux-ci apparaissent plus comme les porte-drapeaux d'intérêts commerciaux que comme des solutions répondant à une réelle demande sociale. Nous avons déjà étudié le modèle de production des *serious games* (Lavigne, 2014) et montré qu'il conduit le plus souvent à la création de produits de communication pauvres et qui prennent peu en compte la plus-value potentielle pour l'utilisateur final.
- 12 Si la définition du jeu posée par Zyda a l'avantage d'être simple et claire, suffit-elle à épuiser le champ de tout ce qui peut être qualifié de jeu ? Il s'avère que cette définition limite le jeu à son seul aspect agonistique. Par ailleurs, la dimension de l'activité du joueur n'est pas prise en compte, mais seulement la question de la mise en place d'un dispositif de compétition, ce dispositif pouvant être caractérisé par les règles qui sont mises en place dans le code du programme informatique. En cela, la définition de Zyda dénote un point de vue de designer de jeu, type de définition du jeu que l'on retrouve formulée par de nombreux auteurs professionnellement liés à la conception de jeux vidéo qui réduisent la notion plus générale de jeu à la structuration des objets qu'ils conçoivent. Ainsi, pour Jesper Juul (2011, p. 6), le jeu est « un système formel fondé sur des règles ». Les objets ainsi créés sont destinés à être joués mais rien n'indique si une situation de jeu prendra effectivement effet lorsque l'objet rencontrera un utilisateur. Dans le marché des jeux vidéo, c'est l'achat ou le non-achat du jeu qui peut être un indice d'évaluation de la réussite de l'objet à générer une situation de jeu appréciée des joueurs, sans que l'on sache pour autant ce qui relève d'un bon marketing du produit ou de la qualité réellement éprouvée par le joueur. Pour les *serious game*, l'évaluation est encore plus hasardeuse, car les produits ne sont pas directement vendus au public mais à des commanditaires qui ne testent pas leur qualité ludique.

- 13 Nous avons vu avec la définition de Zyda que le *serious game* est un jeu qui se donne un autre objectif que le seul divertissement. Pour leurs promoteurs, ce glissement ne semble pas modifier la nature ludique du produit puisqu'il reste d'abord un dispositif de jeu et qu'il est fabriqué avec les mêmes modalités que les jeux vidéo. Pourtant, le *serious game* s'écarte des définitions classiques du jeu telles que celle de Roger Caillois (1958). Ce dernier définit le jeu comme une activité (et non un dispositif) caractérisée par six critères : libre, séparée, incertaine, improductive, réglée, fictive. Si l'aspect réglé est largement repris dans les définitions actuelles, les autres aspects sont évacués ou remis en question.
- 14 C'est d'abord le principe de liberté qui disparaît avec les *serious games* lorsqu'ils entrent dans un cadre scolaire ou de formation en entreprise et qu'ils deviennent des activités imposées à leur utilisateur. L'aspect de séparation avec le réel peut aussi être malmené si le temps du jeu est identifié à celui de l'heure de cours. En principe, l'aspect incertain est préservé, mais nous avons pu constater que de nombreux *serious games* tendent à le limiter afin de s'assurer que l'utilisateur parcourt effectivement la totalité du jeu pour bien intégrer le message « sérieux ». Le caractère improductif ne s'applique plus puisque le logiciel est censé avoir un impact sur la vie réelle du joueur. Enfin, l'aspect fictif est peu présent ou parfois absent dans bien des *serious games* dans la mesure où il s'agit de recréer les conditions réelles d'une situation à apprendre : on est souvent plus proche de la simulation que de la fiction.
- 15 Face à ces contradictions deux positions sont possibles. On peut estimer que Caillois s'est trompé et mettre en question les critères qu'il a définis. On peut argumenter qu'aucun jeu n'est réellement libre, car il y a des pressions sociales dans la pratique de tout jeu. On peut estimer aussi que tout jeu est productif, car il y a chaque fois expérience et que cette expérience constitue un enrichissement : jouer aux échecs aiguisé les capacités mentales, jouer avec un ballon occasionne un entraînement physique utile pour la santé.
- 16 Une position contraire peut être de considérer que l'absence de liberté et la recherche d'une efficacité productive sont réellement des indices de sortie de la ludicité : y-a-t-il encore jeu lorsque celui-ci se pratique sous la contrainte ? Y-a-t-il encore jeu lorsque le pur divertissement est renié au profit d'objectifs secondaires ? Caillois parle dans ces conditions de corruption du jeu : « Ce qui était plaisir devient idée fixe ; ce qui était évasion devient obligation ; ce qui était divertissement devient passion, obsession et source d'angoisse » (Caillois, 1958, p. 103).
- 17 Une autre façon d'envisager la question est de penser que la notion de jeu est en train de se modifier avec la montée en puissance d'une société des loisirs qui amène à repenser la place du jeu. Il ne serait plus une récréation, parenthèse dans la dure vie quotidienne faite d'effort et labeur. Le travail et toutes les activités de la vie seraient progressivement envahis par l'esprit du jeu, les *serious games* étant un symptôme de cette extension du domaine ludique. Cette perspective est mise en avant par Patrick Schmoll (2010) qui évoque un brouillage des frontières entre le jeu et la réalité en partant de son observation des jeux en ligne massivement multi-joueurs. Notre réflexion ici est déportée vers une vision culturelle plus large qui tendrait à penser que le jeu, phénomène culturel, peut voir sa place dans la société évoluer, remettant en cause les définitions précédentes.
- 18 De ce fait, nous pouvons penser que la frontière entre le jeu et le non-jeu ne peut être fixée de façon définitive par une définition ontologique du jeu. S'il est possible de fixer les caractéristiques d'un dispositif particulier conçu pour être un jeu, le projet est beaucoup

plus hasardeux s'il s'agit de définir de façon générale le jeu en tant qu'activité ou pratique sociale. En effet, les pratiques peuvent être multiples, diverses et contradictoires et, comme tout phénomène culturel, peuvent évoluer dans le temps. C'est ce que met en lumière Jacques Henriot : « La chose que j'appelle jeu en ce moment, dans le monde où je vis, a pu être différente hier, sera peut-être différente demain » (Henriot, 1989, p. 15). C'est aussi ce qu'indique Sébastien Genvo (2013) qui emploie le terme de *ludicisation* pour étudier le processus par lequel un objet peut entrer ou sortir du champ du jeu en fonction d'évolutions historiques. L'approche d'Henriot met le joueur au centre de l'observation dans la définition du jeu, en s'intéressant à son « attitude ludique ». Il n'y a pas de jeu sans joueur : un dispositif conçu pour être ludique pourra ne pas être perçu en tant que tel par son utilisateur potentiel. Au contraire, une situation ou un objet non destiné à être un jeu peut devenir un artefact ludique par la volonté du joueur.

- 19 Dans cette optique, la nature ludique des *serious games* ne peut pas s'évaluer par le seul examen des composants structuraux mis en œuvre dans le dispositif logiciel. Il devient pensable qu'un dispositif de *serious game* présenté aujourd'hui comme un jeu ne soit pas perçu comme tel par des élèves actuels, mais le devienne dans un futur au sein duquel l'usage des *serious games* à l'école serait largement généralisé. C'est donc en nous intéressant au joueur potentiel, muni de son expérience propre du jeu, que nous pourrions mieux comprendre et évaluer la nature ludique des *serious games* et par là-même dessiner ce qui aujourd'hui permet de caractériser la frontière entre le jeu et le non-jeu.

## Évaluer la frontière du jeu

- 20 La notion de frontière peut s'entendre de deux manières : elle est ligne de séparation, mais peut être aussi point de rencontre. Si l'on se fonde sur cette dernière acception, on peut imaginer que les *serious games* pourraient être un lieu de rencontre entre des objectifs « sérieux » et des modalités ludiques, réunis dans un même objet qui crée de ce fait une nouvelle réalité hybride permettant la communication entre les deux mondes. Les *serious games* pourraient alors être qualifiés d'*objets-frontière*.
- 21 Le concept d'objet-frontière été développé par Star et Griesemer (1989) pour étudier des activités collectives menées par des acteurs provenant de milieux hétérogènes, par exemple dans la coordination du travail scientifique. Afin de concilier des points de vue différents, les acteurs d'origines différentes inventent des objets-frontière qui présentent une structure commune aux divers mondes sociaux ou groupes d'activité. L'objet-frontière est un objet concret ou abstrait qui permet la conciliation, tout en conservant l'identité de chacun des acteurs. Il vise à une « écologie » dans la relation, c'est-à-dire à éviter la domination d'un point de vue : les acteurs créent des processus qui assurent l'autonomie de chacun tout en favorisant la communication par des significations partagées.
- 22 Peut-on on appliquer cette notion d'objet-frontière aux *serious games* ? Les *serious games* à destination éducative par exemple sont censés être le fruit de deux mondes, celui des spécialistes de la conception de jeux vidéo et celui des spécialistes de l'enseignement. On pourrait imaginer la mise en œuvre d'une confrontation pour l'émergence de références communes permettant une collaboration dont l'objet *serious game* serait le fruit. Dans l'état actuel de la production, et pour les titres que nous avons étudiés, cette collaboration n'existe pas : les *serious games* ne sont pas le fruit d'une négociation mais de la décision unilatérale de concepteurs issus du monde des applications multimédia, à la

recherche de l'ouverture de nouveaux marchés. Ils sont le résultat d'une stratégie marketing et non d'une démarche de réflexion partagée par plusieurs mondes.

- 23 Par ailleurs la définition théorique du *serious game* qui englobe sous le vocable fourre-tout « sérieux » de multiples cibles commerciales paraît peu propice à l'approfondissement d'un domaine particulier qui pourrait générer une réelle collaboration. La notion d'éducation est par exemple réduite à l'objectif de « transmission d'un message » (Alvarez, Djaouti & Rampnoux, 2012) ravalant celle-ci au même rang que la publicité. La reconnaissance de l'identité d'autres mondes sociaux semble difficile tant que ces mondes ne sont considérés que comme des « marchés » à investir et non des partenaires.
- 24 Il n'y a donc ni réelles interactions entre mondes sociaux ni création d'une infrastructure commune de connaissances. De ce fait, qualifier les *serious games* d'objets-frontière reviendrait à utiliser la notion de manière « anecdotique » pour reprendre les termes de Trompette et Vinck, dans une acception « vidée de sa charge conceptuelle initiale et de sa référence à l'idée d'infrastructure de connaissance » (Trompette & Vinck, 2009, p. 8). Le langage des *serious games* reste celui de leurs seuls designers. Dès lors, il n'est pas possible de s'interroger sur ce qui permettrait de progresser dans la connaissance des questions posées par l'objet-frontière potentiel : difficultés de communication entre mondes sociaux, analyse des échecs, possible émergence d'une « infrastructure invisible faite de standards, de catégories, de classifications et de conventions propres à un ou plusieurs mondes sociaux » (Trompette & Vinck, 2009, p. 13).
- 25 En conséquence, nous ne mobiliserons pas la notion d'objet-frontière au niveau du processus de création des *serious games*. Ceci aurait par ailleurs pour défaut de recentrer notre réflexion sur les instances de production alors que nous avons constaté avec Jacques Henriot que plus que le concepteur de jeu, c'est le joueur qui fait le jeu. Nous pouvons considérer que chez tout joueur réside aussi un non joueur, si l'on admet que la conscience du jeu ne peut se construire que par une « métacommunication » pour reprendre les termes de Bateson qui énonce : « le jeu est un phénomène où les actions du "jeu" sont liées à (ou dénotent) d'autres actions, de "non-jeu" » (Bateson, 1977, p. 213). Bateson note la nature instable de la situation de jeu. Il évoque ainsi les jeux rituels de pacification aux îles Andaman : « la paix est conclue après que chaque partie a laissé à l'autre la liberté cérémoniale de lui porter un coup ». Mais « les coups rituels de pacification sont toujours susceptibles d'être pris pour des vrais coups de combat. La cérémonie de pacification devient alors une bagarre » (Bateson, 1977, p. 214).
- 26 Cet exemple dénote la fragilité du jeu qui se déroule dans un « second degré » pour reprendre les termes de Gilles Brougère (2005), mais qui est toujours susceptible d'être contaminé par le réel. Avec les *serious games*, ce risque devient central : si tant est que la feintise ludique fonctionne, il y a un risque permanent de la voir s'effondrer dès lors que le joueur se rend compte que l'artefact le renvoie vers des enjeux « sérieux », lorsque le joueur se rend notamment compte qu'il est d'abord un élève qui doit apprendre un contenu « sérieux ». Les *serious games* sont censés maintenir le juste équilibre pour que le jeu reste prédominant et l'apport sérieux une tâche de fond plus ou moins masquée. Cela fonctionne-t-il réellement ?
- 27 En détournant la notion originale, nous pourrions alors dire que le *serious game* devient un objet-frontière dans le fonctionnement mental de son utilisateur, le conduisant à une évaluation de sa tâche en fonction de ses critères de la ludicité : sentiment d'être dans un jeu, de ne pas être dans un jeu, ou peut-être encore dans un entre-deux ? Il est d'ailleurs possible que ce sentiment évolue en cours de jeu, selon l'expérience éprouvée. Nous

pourrions donc retenir l'expression d'objet-frontière dans cette acception particulière, à savoir un objet qui questionne la frontière entre deux mondes pour son utilisateur.

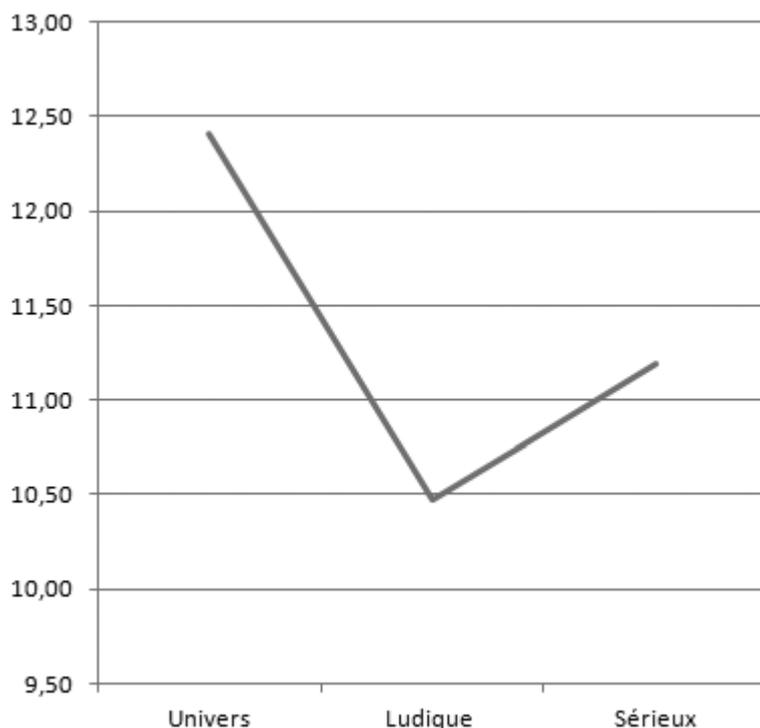
- 28 Ainsi que nous l'avons énoncé plus haut, en nous référant à Jacques Henriot, le sentiment ludique est un sentiment éminemment subjectif et mobile. Aussi nous rechercherons les critères de ludicité en interrogeant les joueurs afin de connaître leur ressenti et de comprendre les attitudes qu'ils sont conduits à développer. De ce fait nous avons décidé d'enquêter auprès d'utilisateurs potentiels mis en situation d'usage dans une approche de type ethnométhodologique : il s'agit, au-delà d'une simple enquête de réception, d'évaluer les critères d'appropriation ou de rejet des produits étudiés et les méthodes et registres langagiers que les utilisateurs mettent en œuvre pour les approcher et les qualifier.
- 29 Nous avons conduit plusieurs vagues d'évaluation depuis 2012. Nous nous baserons ici sur les résultats de deux vagues portant sur un corpus de 19 produits se revendiquant des *serious games* et accessibles librement sur Internet<sup>2</sup>. Le public mis en situation est celui qui est principalement visé par les *serious games*, à savoir des jeunes de 18 à 20 ans censés appartenir aux nouvelles générations nourries de jeux vidéo, qualifiées de *digital natives*. Ces étudiants sont en 1<sup>ère</sup> année d'Institut Universitaire de Technologie, spécialité *Métiers du Multimédia et de l'Internet* (MMI), dont l'objet est la formation tant aux technologies qu'à la culture des applications numériques. L'intérêt de ce public est qu'il possède des outils d'analyse de productions multimédias tout en étant porteur des perceptions propres à sa génération. Notre échantillon fait apparaître une répartition sexuelle à peu près équilibrée : 58 % de garçons pour la promotion 2011/2012, 55 % pour la promotion 2012/2013.
- 30 Nous avons constitué une grille d'analyse et d'évaluation présentée sous la forme d'une fiche à remplir pour chaque *serious game* par chaque étudiant. La partie analyse comporte une série de rubriques : aspects techniques, principes esthétiques, ergonomie, structure narrative, finalité sérieuse et principes ludiques. Le renseignement de ces rubriques nous permet de vérifier que l'étudiant a bien réfléchi sur les composants structuraux du produit.
- 31 La seconde partie est consacrée à l'évaluation. Afin de tester la pertinence perçue des produits, nous demandons de noter les aspects ludiques et sérieux. Nous avons ajouté un critère plus général de qualité de l'univers du *serious game*, ce qui permet de bien décomposer l'évaluation et de tenter d'éviter les confusions (par exemple entre le plaisir de l'activité ludique et le jugement esthétique). Sont donc proposés au final trois critères : qualité de l'univers, qualité ludique, et efficacité sérieuse. Une notation sur 20 doit être renseignée pour chacun d'entre eux. Par ailleurs une appréciation subjective permet de comprendre les raisons de la notation et d'obtenir des données qualitatives.
- 32 Si notre objectif général est d'évaluer la pertinence des *serious games* en tant qu'outils « sérieux », la question du jeu est centrale : un bon *serious game* devrait d'abord être perçu comme un jeu et, par surcroît, faire bénéficier son utilisateur d'un apport « sérieux ». Nous focaliserons ici notre examen des résultats sur la perception ludique, ses critères et ses modalités. Les ambiguïtés des *serious games* malmènent la perception ludique et nous pensons tirer de cette situation des éléments qui peuvent nous aider à comprendre les pratiques de jeu contemporaines en éclairant la question des frontières du jeu.

## La perception ludique des *serious games*

- 33 Nous n'entrerons pas ici dans le détail des serious games analysés, nous nous appuyerons sur des résultats globaux<sup>3</sup> afin d'éclairer la question générale du jeu dans les *serious games* et citerons quelques exemples significatifs. Nous utiliserons les résultats quantitatifs qui indiquent les tendances générales et les appréciations qualitatives qui permettent de comprendre les motivations particulières.

### Les *serious games* : faux jeux ou mauvais jeux ?

- 34 L'examen des résultats quantitatifs issus des notations sur les trois critères (univers, ludique et sérieux) fait apparaître la meilleure note pour la qualité des univers avec 12,41, la moins bonne pour l'aspect ludique avec 10,47 et une moyenne relativement meilleure pour le critère sérieux avec 11,19 (figure 1). Si on examine la variance des notations entre les 19 *serious games*, de fortes disparités apparaissent : la variance des notes pour les univers est élevée (8,03) avec des notes allant de 5,60 à 15,53 selon les produits. Les jugements sur la qualité des univers sont très différenciés, à l'image de l'hétérogénéité des *serious games* étudiés. Il faut noter que dans l'ensemble le jugement est nettement positif puisque seulement 3 *serious games* ont des notes inférieures à la moyenne, 13 ont des moyennes supérieures à 12 et 6 des notes supérieures à 14. La variance est moins élevée pour l'efficacité sérieuse (4,69), les résultats s'étagent de 7,77 à 15,40, 6 logiciels ont moins de la moyenne et 7 ont une moyenne supérieure à 12. C'est la qualité ludique qui fait apparaître la variance la plus faible (2,94). Les notes vont de 7,24 à 14,06, mais 7 logiciels ont des notes en-dessous de 10 et un seul logiciel qui est un cas très particulier (*America's Army*) obtient plus de 12.
- 35 On peut donc constater que la perception ludique générale des *serious games* est plutôt faible, et que ce jugement concerne la majorité des titres abordés : les *serious games* ne sont généralement pas vraiment perçus comme des jeux ou sont considérés comme des jeux peu motivants. L'affirmation du caractère « *game* » ne semble pas suffisamment performative pour convaincre les joueurs potentiels.

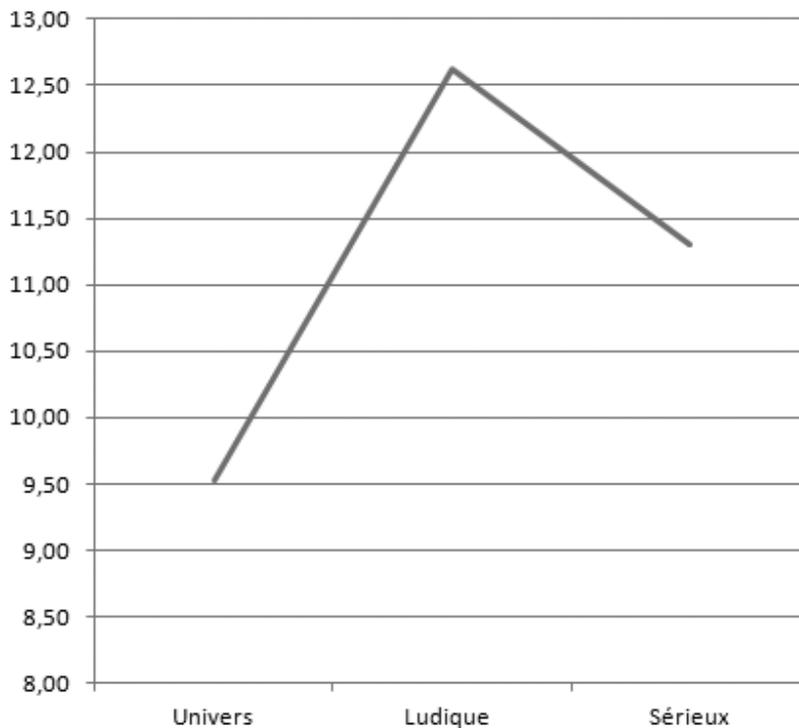
Figure 1 : moyenne des notes attribuées aux 19 *serious games*

- 36 Nous pouvons mieux comprendre les éléments constitutifs de cette tendance au rejet en nous penchant sur les appréciations qualitatives notées par les étudiants. Dans les fiches d'analyse, l'argument « ce n'est pas un jeu » revient fréquemment. Les étudiants pointent l'absence de certains ingrédients qu'ils attendent d'un jeu : « pas de challenge à relever », « pas de niveaux de difficulté », « pas de sauvegarde ni de pause », « pas de décompte des points ».
- 37 Ils reprochent souvent un manque de liberté de choix : « on n'est pas libre », « possibilités d'action réduites », « interactivité très dirigée », « on ne peut pas faire ce que l'on veut », « tout est plus ou moins prévu d'avance ». L'incertitude attendue d'un jeu n'est pas au rendez-vous : « on comprend facilement où ça veut en venir », « on peut deviner ce qui va arriver », « on ne cherche pas, tout est déjà fait » ou « pas très attractif parce qu'on se doute des conséquences des choix ». Il s'avère qu'une bonne partie des *serious games* sont plus soucieux de s'assurer du parcours complet du logiciel par l'apprenant que de mettre en place de réels défis ludiques : « pas de vraie difficulté ou de chance de perdre » ou « il est presque impossible de perdre ce qui réduit l'intérêt ».
- 38 L'absence de jeu est aussi révélée par l'absence du divertissement habituellement attendu d'un jeu. Ces logiciels sont considérés comme trop « sérieux » : « ce n'est pas un jeu, on ne s'amuse pas », « on n'est pas dans un jeu mais presque dans un travail », « on ne joue pas, on s'exerce » ou « ce n'est pas un jeu, c'est une simulation ». La remarque « on ne s'amuse pas » revient fréquemment, soit parce qu'on s'ennuie et qu'il y a un ressenti de monotonie par manque d'enjeu ludique, soit parce que l'enjeu est jugé trop scolaire : « trop complexe pour s'amuser » ou « seul le décor rappelle le jeu ». Nous pouvons déduire de ces réactions que la présence de la dimension sérieuse porte préjudice à la perception ludique.

## Une forte variabilité dans la perception ludique des joueurs

- 39 Si ce déficit ludique est généralement ressenti, il est loin d'être perçu de façon uniforme. Afin d'affiner nos résultats, nous nous sommes intéressés à la variabilité des jugements entre les joueurs sur les 3 critères pour chacun des *serious games*. La moyenne des variances pour les 19 *serious games* (figure 2) produit une courbe inversée par rapport à celle des moyennes des notes. La variance des jugements est faible pour la qualité des univers avec 9,53 (seuls 3 logiciels ont plus de 10), élevée pour la qualité ludique avec 12,62 (16 logiciels ont plus de 10), et entre les deux pour l'efficacité sérieuse avec 11,30.

Figure 2 : moyenne des variances des notes attribuées aux 19 *serious games*



- 40 Ces résultats témoignent d'une relative facilité et unanimité pour juger les univers : on s'accorde plutôt bien sur des critères esthétiques, technologiques et de style de traitement pour dire ce qui est un bon ou un mauvais univers. À l'inverse, on est très divisé pour juger la qualité ludique d'un *serious game* : il n'y a apparemment pas de critères communs. Si dans les appréciations les opinions négatives sur la ludicité sont majoritaires, les opinions positives témoignant d'une certaine adhésion existent aussi et montrent une grande variabilité des opinions des étudiants en la matière. Nous notons souvent des jugements très contradictoires pour un même jeu qui sera jugé par certains « triste » ou « ennuyeux » et par d'autres « attrayant » ou « sympathique ».
- 41 Si les aspects esthétiques ou technologiques sont distingués pour déterminer les bons univers, nous remarquons que des jeux plutôt pauvres en termes tant de moyens, de graphismes que de technologies peuvent être relativement appréciés sur le plan ludique. C'est le cas de *Sauver ADA* qui ne propose que des écrans fixes et une série d'énigmes. Critiqué par une partie des évaluateurs : « ce n'est pas un jeu, juste des énigmes qui

s'enchaînent », il séduit une partie du public, tout au moins celle intéressée par les jeux de réflexion : « les énigmes donnent envie de s'impliquer » ou « distrayant et prenant ». Le *serious game* *Death in Rome* témoigne aussi d'une pauvreté de moyens avec un seul décor fixe, ce que relèvent des étudiants : « pas beaucoup de moyens d'interaction », mais d'autres adhèrent : « efficace par son intrigue », « prenant par le mystère à résoudre ». La particularité de ces deux logiciels est de focaliser leur scénarisation sur la résolution d'énigmes, de solliciter l'initiative du joueur plutôt que de l'enfermer dans un parcours contraint, par conséquent de donner la priorité à l'enjeu ludique.

- 42 Nous constatons aussi que des *serious games* incluant au sein de leur scénarisation de multiples mini-jeux qui mélangent adresse et réflexion sont bien reconnus pour leur qualité ludique par des amateurs de jeux occasionnels. C'est le cas de *Jobs à tous les étages* : « il y a du plaisir ludique dans les combats contre les extra-terrestres », de *Ludomedic* « attrayant pour ses mini-jeux », ou de *Passeur de mémoire* : « jeu attractif, car il y a plusieurs jeux », « chaque mini jeu se joue d'une manière différente, ce qui est un point positif ». Ces mêmes qualités sont pointées comme des défauts par les détracteurs des mini-jeux : « les mini-jeux n'apportent rien » ou « le jeu se répète avec les mini-jeux, lassant ».
- 43 Enfin, les jeux reposant sur des simulations de type jeux de gestion sont appréciés par des étudiants recherchant une liberté d'action et de construction : « beaucoup de choix possibles » pour *The small business game*, « multiplicité de possibilités » ou « entraînement ludique » pour *Ma cyber auto entreprise*, « plaisir de chercher une solution quand il y a un problème » ou « la complexité du jeu le rend attractif » pour *EDF Park*. Comme pour les précédents, ces mêmes *serious games* sont fortement critiqués par d'autres étudiants qui les jugent « répétitifs ».
- 44 Cette variance des jugements nous conduit à penser que le jeu ne se décrète pas mais qu'il est un ressenti forgé culturellement par des habitudes ludiques et celles-ci sont diverses. Ce ressenti se produira différemment selon que l'on est amateur de FPS<sup>4</sup>, de jeux de réflexion, de mini-jeux ou de jeux de gestion. De ce fait, il semble difficile d'envisager de créer des *serious games* qui puissent séduire la totalité d'un public, les appétences en matière vidéoludique étant segmentées.

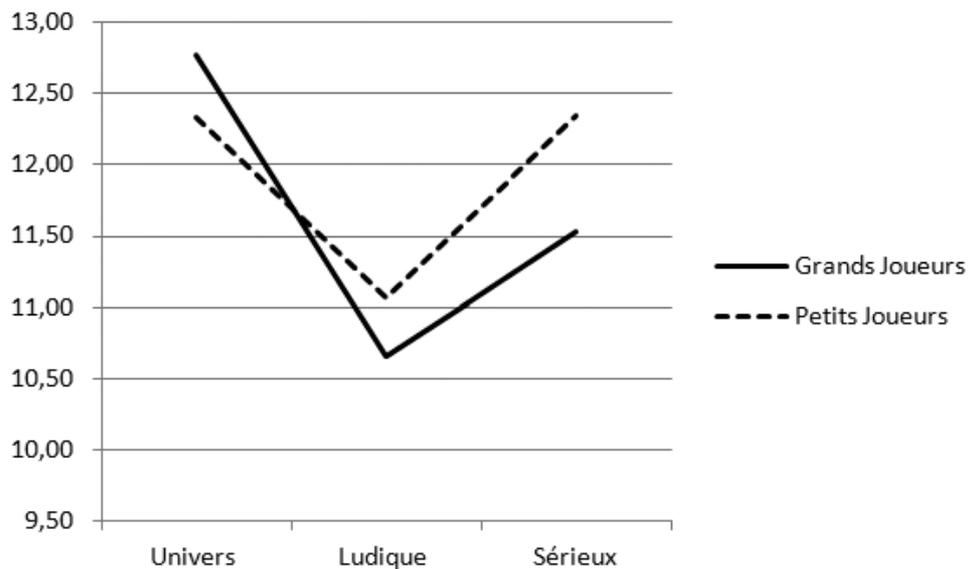
## L'incidence des pratiques ludiques

- 45 Cette diversité des perceptions ludiques nous conduit à nous interroger sur la possible influence des pratiques vidéoludiques habituelles sur les jugements portés sur la qualité ludique des *serious games*. Afin de préciser cette question nous avons soumis aux étudiants de la promotion 2012/2013 un questionnaire sur leurs pratiques des jeux vidéo. Ce questionnaire avait pour objectif de renseigner le nombre d'heures passées par semaine sur les jeux vidéo, la nature des jeux vidéo pratiqués et la motivation vidéoludique. Notre objectif était de croiser ces résultats avec les résultats obtenus dans l'évaluation des *serious games*.
- 46 Le nombre d'heures de jeu hebdomadaire déclarées nous a permis de différencier deux groupes de taille comparable, en distinguant ceux qui déclarent jouer 10 heures ou plus par semaine et ceux qui jouent moins de 10 heures (ou pas du tout). Sur un effectif de 56 étudiants, nous avons obtenu deux groupes à égal effectif de 28 que nous qualifions de Grands Joueurs (GJ) et Petits Joueurs (PJ). Le groupe GJ est constitué à 68 % de garçons. Le groupe PJ se répartit à parts égales entre filles et garçons. Ce groupe comprend des

étudiants qui déclarent jouer entre 0 et 7,5 heures par semaine. Bien que les motivations au jeu soient complexes, nous pouvons néanmoins distinguer quelques traits récurrents qui différencient les deux groupes. Les GJ déclarent jouer par passion. L'esprit de compétition est une de leurs premières motivations. Ils accordent de l'importance à la qualité graphique du jeu, au « plaisir visuel », aussi à une « bonne histoire » ou à un « scénario intéressant ». L'aspect social, les rencontres et « jouer avec des amis » sont aussi des motivations importantes.

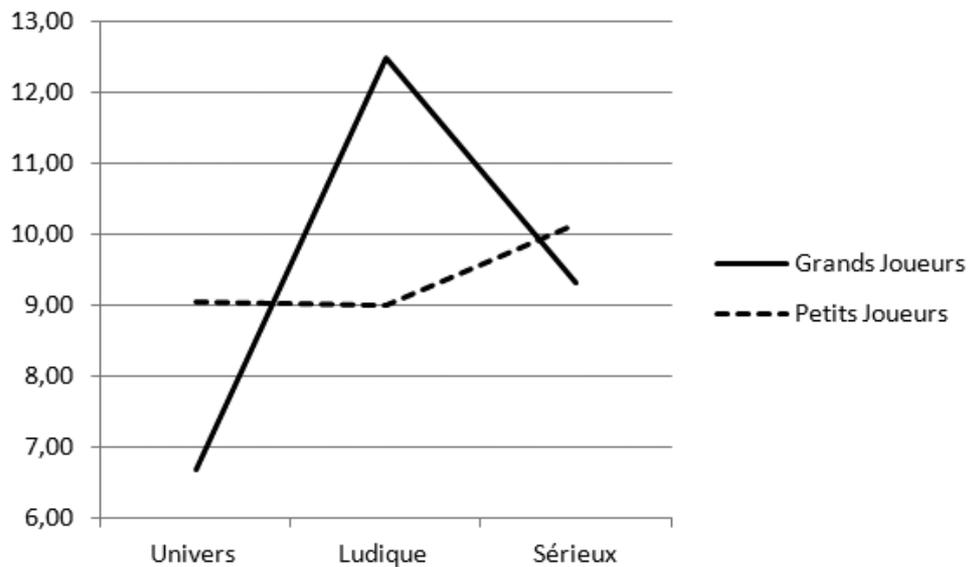
- 47 Lorsqu'ils jouent, les PJ utilisent le plus souvent des jeux occasionnels. Leur principale motivation est de chasser l'ennui, de s'occuper et de « passer le temps » : « je joue quand je m'ennuie, par exemple dans le train ». La sociabilité est aussi très importante, mais il semble que le jeu est alors plus un moyen qu'une fin, ainsi cette étudiante qui témoigne : « je joue principalement avec mon frère, c'est un moment de plaisir entre nous, un moment pour se retrouver ».
- 48 Nous avons pu croiser ces données avec l'évaluation des 9 serious games évalués en 2012/2013 (figure 3). Si les GJ sont plus généreux dans la notation des univers, ils sont plus sévères pour les critères ludiques et sérieux. Il semble que ces derniers ont une idée plus précise de ce qu'est un jeu et les *serious games* ne correspondent pas souvent à leurs schémas ludiques. L'aspect sérieux leur paraît moins crédible, plutôt comme un obstacle au jeu promis que comme une motivation intéressante.

Figure 3 : différences de notation entre les groupes GJ et PJ



- 49 Par ailleurs, en examinant les variances des réponses étudiantes (figure 4) nous constatons que les GJ sont plus unanimes dans le jugement de ce qui fait la qualité d'un univers vidéoludique. En revanche, ils sont fortement divisés sur le critère ludique. Les GJ paraissent plus exigeants en matière d'attente ludique et leur attente est beaucoup plus spécifique, orientée vers des genres bien particuliers dans lesquels ils ont des références précises. Le procédé ludique proposé dans le *serious game* n'est jamais à la hauteur de l'original référent : « ressemble aux Sims en moins bien » ou « Simcity est mieux fait », ou des principes technologiques en usage : « graphismes archaïques » ou « moteur 3D trop mauvais ».

Figure 4 : variances des notations entre les groupes GJ et PJ



- 50 Ce constat va à l'encontre de l'idée couramment répandue, extrapolée des thèses de Prensky, stipulant que plus les jeunes aiment les jeux vidéo, plus on peut facilement les mobiliser avec les *serious games*. C'est plutôt le contraire qui est démontré : si l'on peut tromper facilement les PJ en employant le terme « jeu » pour n'importe quel type de logiciel, il n'en va pas de même avec les GJ qui ont des exigences précises et exclusives. L'acceptabilité en matière de ludicité est particulièrement subjective, liée à notre culture personnelle du jeu, aspect qui apparaît de façon flagrante lorsque l'on oppose les joueurs passionnés et les joueurs occasionnels.
- 51 Les GJ sont accoutumés à passer de longues heures à chercher des solutions, à accroître leur maîtrise. Ce sont des spécialistes et de ce fait ils sont très exigeants : ils ne pardonnent pas la faible qualité d'un moteur 3D par rapport à ceux qu'ils utilisent habituellement, ou encore le manque de réalisme dans les mouvements des personnages. De plus, pour eux, la mécanique ludique est essentielle. Ils ne se laissent pas longtemps berner par une simple apparence graphique. Ils veulent éprouver la mécanique du jeu et savent rapidement en trouver les faiblesses et limites.
- 52 À l'inverse, les PJ sont indulgents, leurs critères ludiques sont plus malléables et incertains. Ils sont plus sensibles aux indices de ludicité de premier niveau, à savoir tout ce qui évoque le monde des loisirs : graphismes de type bande dessinée, traitement humoristique, etc. Ils font plus facilement la confusion jeu / loisir. Mais ils sont aussi vite perdus face à une mécanique de jeu complexe et ils sont plus prompts à abandonner devant la difficulté.

### La multiplicité des critères ludiques et de leurs déterminants

- 53 Au-delà de cette distinction entre grands et petits joueurs, et d'une façon plus globale, nous sommes surpris par la variété des réponses lorsque nous posons la question « Qu'est-ce qui fait un bon jeu vidéo ? » Il est très difficile d'élaborer des typologies de réponses tant celles-ci sont diverses, touchant tous les aspects du jeu, tant dans ses caractéristiques intrinsèques que dans ses représentations sociales.

- 54 Voici un éventail non exhaustif et non trié de réponses : « un graphisme agréable », « la diversité des paysages et des personnages », « un bon gameplay », un « scénario original », une « bonne histoire », « autant la musique que les graphismes et la narration », la « liberté d'action », « du suspense », des « mystères à résoudre », un « but à atteindre », « une interface simple », un jeu « dont on parle beaucoup », un jeu « avec un haut niveau compétitif », un « open world sans limite », un jeu « facile à comprendre », une « bonne ambiance pour l'immersion », un jeu où « on peut se créer un monde », « une bonne durée de vie », une « communauté en ligne sympathique et sans conflits », etc.
- 55 Les critères font largement appel à l'expérience personnelle du joueur. Ils renvoient à une dimension affective, liée à la succession d'expériences vidéoludiques accumulées depuis l'enfance, à leur intensité et à leur durée, aux types de jeux expérimentés et à l'importance de l'investissement qu'ils ont suscité. Nous constatons que certains critères sont contradictoires, par exemple le critère de facilité et celui de difficulté. Nous supposons que ces positions traduisent des expériences vidéoludiques divergentes.
- 56 Il serait tentant d'opposer des joueurs de type « contemplatifs » et des joueurs plus « actifs ». En effet, nombre de joueurs mettent en avant des critères esthétiques que l'on pourrait qualifier de « statiques », tels que le graphisme. Ces critères fournissent une reconnaissance ludique de « premier niveau » telle celle obtenue par la visualisation d'une jaquette de jeu vidéo. Au contraire, pour d'autres, c'est le critère de l'expérience du jeu qui est mis en avant, la reconnaissance d'un type d'activité, reconnaissance de « second niveau » qui nécessite l'engagement dans le jeu. Pour autant cette différenciation, si elle existe, ne saurait être fructueuse pour différencier des types de joueurs (sauf à penser que les joueurs « contemplatifs » se contentent de regarder l'écran d'accueil du jeu).
- 57 Les deux aspects paraissent complémentaires : si la reconnaissance de premier niveau ne s'effectue pas, les chances de voir le joueur s'engager dans la pratique du jeu sont réduites. Nous constatons cela avec le jeu de gestion *Cartel Euros 3000 – serious games* très mal jugé d'emblée – dont l'interface est extrêmement pauvre et rébarbative,; l'apparence bloque la reconnaissance ludique et décourage l'engagement possible dans la pratique ludique. Mais l'inverse est tout aussi vrai. Le *serious game Premiers combats* qui repose sur des séquences très soignées en vidéo interactive bénéficie d'un jugement très positif sur la qualité de son univers considéré très attractif. Mais l'absence d'une expérience de jeu satisfaisante provoque son rejet en tant que pratique ludique, faute de reconnaissance de second niveau.
- 58 Il faut enfin rappeler que les jeux vidéo s'inscrivent dans des codes culturels et des genres identifiés. Le *serious game America's Army* qui repose sur les modalités du FPS est bien reconnu par tous les évaluateurs : c'est bien un jeu et il suscite l'enthousiasme des amateurs du genre : « on peut tirer sur tout ce qui bouge » ou il est « bien pour se défouler, se détendre ». Cette reconnaissance dépasse largement le cercle des amateurs. Les étudiantes sont plus critiques et émettent des réserves sur ce titre : « la guerre n'est pas un jeu, c'est cruel ». Néanmoins, elles ne contestent pas sa nature ludique et lui mettent une bonne note en qualité ludique, à peine inférieure à celle des garçons : 13,88 contre 14,21. Il y a donc des genres et modalités légitimes en matière vidéoludique, même si on n'y adhère pas. Au-delà des expériences personnelles, les déterminismes sociaux influencent tout autant la perception ludique. En témoigne cet étudiant qui nous dit estimer qu'un bon jeu est un jeu « dont on parle beaucoup ».

## Conclusion

- 59 Du fait de leur ambiguïté, écartelés entre jeu et « sérieux », les *serious games* nous paraissent des révélateurs pertinents des constituants de la perception ludique. Par ailleurs, la nature généralement contrainte de leur pratique, contrairement à celle des jeux de divertissement, génère des attitudes contrastées qui vont de l'adhésion à l'absence de motivation et jusqu'au rejet. On ne peut exclure que pour partie les raisons du rejet sont liées à la mauvaise facture ou à la pauvreté d'une bonne partie des titres analysés. Mais il apparaît aussi que la variété des réponses soulève la complexité de l'attitude ludique et de ses motivations, enchevêtrement de déterminismes socio-culturels et de l'histoire personnelle de chaque joueur.
- 60 Contrairement à une interprétation courante de la thèse de Marc Prensky, la génération des enfants du numérique est loin d'être homogène. Les expériences vidéoludiques sont très diverses, ce qui induit des modalités très différenciées dans la relation aux jeux vidéo, ce que nous avons schématisé en Petits et Grands Joueurs ou joueurs occasionnels et passionnels, ces derniers faisant preuve d'une grande exigence et d'un attachement à une certaine « pureté » du jeu.
- 61 La faible perception ludique générale dans la pratique des *serious games* montre que dans l'esprit des joueurs jeu et sérieux demeurent des activités nettement séparées, et cela d'autant plus qu'on est un joueur passionné. La prétention des *serious games* à l'abolition de la frontière entre jeu et sérieux se heurte à des conceptions sociales et à des expériences individuelles qui fixent des séparations entre jeu et non jeu. Si l'univers de l'école ou de la formation est celui de l'effort, du réalisme et de la soumission à un ordre établi, l'univers du jeu est celui de l'évasion, de la fiction, de la transgression, voire de la subversion. Le jeu vidéo *GTA* (DMA Design, 1997) permet de simuler toutes sortes d'actions illégales, voire criminelles, en parcourant une ville en voiture. Que serait un tel jeu transposé en *serious game* ? Un cours d'auto-école ? Les *serious games* seraient alors des jeux pour enfants sages ou plutôt pour des non-joueurs.

---

## BIBLIOGRAPHIE

- ALVAREZ J., DJAOUTI D. & RAMPNOUX O. (2012), *Introduction au serious game*, Paris, Questions théoriques.
- BATESON G. (1977), « Une théorie du jeu et du fantasme », *Vers une écologie de l'esprit 1*, Paris, Seuil, pp. 209-224
- BROUGERE G. (2005), *Jouer / Apprendre*, Paris, Economica.
- BOGOST I. (2011), « Persuasive Games: Exploitationware ». *Gamasutra*. [http://www.gamasutra.com/view/feature/6366/persuasive\\_games\\_exploitationware.php](http://www.gamasutra.com/view/feature/6366/persuasive_games_exploitationware.php).

BOUTET M. (2010), « Innovation par l'usage et objet-frontière. Les modifications de l'interface du jeu en ligne *Mountyhall* par ses participants », *Revue d'anthropologie des connaissances*, vol. 4, n° 1, pp.87-113.

CAILLOIS R. (1958 [1967]), *Les jeux et les hommes*, Paris, Gallimard.

GENVO S. (2013), *Penser la formation et les évolutions du jeu sur support numérique*, Mémoire pour l'habilitation à diriger des recherches en sciences de l'information et de la communication, Metz, Université de lorraine. [www.ludologique.com/publis/HDR\\_SG\\_t1.pdf](http://www.ludologique.com/publis/HDR_SG_t1.pdf)

HENRIOT J. (1989), *Sous couleur de jouer*, Paris, José Corti.

JUUL J. (2011), *Half-Real. Video Games Between Real Rules and Fictional Worlds*, Cambridge, MIT Press.

LAVIGNE M. (2012), « Serious games : que devient le plaisir ludique ? », Communication présenté au *Colloque Ludovia*, août 2012. [http://culture.numerique.free.fr/publications/ludo12/lavigne\\_ludovia\\_2012.pdf](http://culture.numerique.free.fr/publications/ludo12/lavigne_ludovia_2012.pdf)

LAVIGNE M. (2013), « Pertinence et efficacité des serious games. Enquête de réception sur neuf serious games », *RIHM*, vol. 14, n° 1, pp. 99-123.

LAVIGNE M. (2014), « Disséminations vidéoludiques : sous le masque du jeu ». *Interfaces numériques*, vol 3, n°3, pp. 473-496.

PRENSKY M. (2001), « Digital Natives Digital Immigrants ». *On the Horizon*, vol. 9, n° 5, pp. 1-6.

STAR S.L. & GRIESEMER J. (1989), « Institutional ecology, 'Translations', and Boundary objects: amateurs and professionals on Berkeley's museum of vertebrate zoologie », *Social Studies of Science*, vol. 19, n° 3, pp. 387-420.

SCHMOLL P. (2010), « Jeux sans fin et société ludique », In CRAIPEAU S., GENVO S. & SIMONNOT B. (dir.), *Les jeux vidéo au croisement du social, de l'art et de la culture*, Nancy, Presses universitaires de Nancy, pp. 27-42.

TROMPETTE P. & VINCK D. (2009), « Retour sur la notion d'objet-frontière ». *Revue d'anthropologie des connaissances*, vol. 3, n° 1, pp. 5-27.

ZYDA M. (2005), « From visual simulation to virtual reality to games », *IEE Computer Society*, vol. 38, n° 9, pp. 25-32.

## ANNEXES

### Le corpus des 19 serious games analysés

Tous les *serious games* ont été testés en version PC. Les analyses ayant démarré en 2010, un certain nombre de titres n'est plus en ligne.

*America's Army*. 2002. US Army.  
<http://www.americasarmy.com>.

*Artisans du changement*. 2009. Production Sam De Champlain, Vic Pelletier. <http://www.artisansduchangement.tv/jeu-de-simulation>

*Cartel Euros 3000*. 2007. Creatiel LLC.  
<http://www.creatiel.info/cartel-simulation-entreprise/>

- Death in Rome*. Date nc. BBC. [http://www.bbc.co.uk/history/ancient/romans/launch\\_gms\\_deathrome.shtml](http://www.bbc.co.uk/history/ancient/romans/launch_gms_deathrome.shtml)
- Ecoville*. 2010. Ademe. <http://www.ecovillejeu.com/>
- EDF Park*. 2006. Praschool. EDF. [http://www.edf.com/html/edf\\_park/web/](http://www.edf.com/html/edf_park/web/)
- Happy night club*. 2009. Succubus Interactive. Double Mixte. Ville de Nantes. <http://www.secrethappynight.com/>
- Jobs à tous les étages*. 2009. Yukulélé. Conseil Général du Rhône. [http://www.rhone.fr/web\\_rhone\\_fr/jobsatouslesetages/](http://www.rhone.fr/web_rhone_fr/jobsatouslesetages/)
- Légajeu*. Date nc. Educnet. <http://eduscol.education.fr/data/legajeu/legajeu2/legajeu2.html>
- Ludomedic*. 2011. CCCP. <http://www.ludomedic.com/>
- Ma cyber entreprise*. 2010. Succubus Interactive. Ministère du Travail. <http://www.macyberautoentreprise.pme.gouv.fr/>
- Mon entretien d'embauche*. 2012. SFR. <http://monentretienembauche.sfr.com/>
- Passeur de mémoire*. 2010. Paraschool. Onac. <http://onac.paraschool.com/>
- Premiers combats*. 2011. Tanukis. Fondation du BTP. <http://www.premierscombats.com/seriousgame>
- Rome in dangers*. 2008. Thinking worlds. <http://www.thinkingworlds.com/webdemos/catacombs/catacombs.htm>
- Sauver Ada*. 2011. Abeilles Communication. Université Paris 13. Délégation au usages de l'Internet. <http://www.sauver-ada.fr//home/>
- Secret cam handicap*. 2011. Cnam des Pays de la Loire. <http://www.seriousgamesecretcam2.fr/>
- Tapis rouge*. 2008. Ellicom. TechnoCompétences. <http://macarrieretechno.com/fr/tapisrouge>
- The small business game*. 2008. The Small Business Company (Nouvelle-Zélande). <http://www.thesmallbusinessgame.co.nz/>

## NOTES

1. Nous utilisons l'expression anglaise *serious games*, et non sa traduction « jeux sérieux », car elle est très largement utilisée en France pour le marketing de ces produits, contribuant à leur donner une aura de concept innovant.
2. Le lecteur trouvera la liste du corpus de *serious games* mobilisés en fin d'article.
3. Pour des analyses plus détaillées, nous invitons le lecteur à consulter nos travaux antérieurs (Lavigne, 2012, 2013).

#### 4. First Person Shooter : jeu de tir en vision subjective.

---

## RÉSUMÉS

En prétendant mêler jeu et objectif utilitaire, les *serious games* tendent à remettre en question les définitions traditionnelles du jeu, activité libre, séparée et improductive. Pour le chercheur, ils peuvent constituer des objets utiles pour interroger la frontière entre ce qui relève du jeu et ce qui s'en écarte. Afin d'éclairer ces questions, nous avons soumis dans le cadre d'une enquête ethnométhodologique un corpus de *serious games* à un public étudiant. Les résultats permettent de mieux comprendre les constituants de la perception ludique. Nous constatons la grande variabilité de celle-ci, son lien avec l'expérience et les pratiques vidéoludiques habituelles du joueur ainsi que l'influence de multiples déterminants socio-culturels.

Claiming mix game and utilitarian goal, serious games tend to challenge traditional definitions of the game, free activity, separate and unproductive. For the researcher, they can be useful objects to query the boundary between what is a game and what is not a game. To clarify these issues, we submitted as part of an ethnomethodological investigation a set of serious games to a student audience. The results allow to understand the components of the playful perception. We note the great variability of the latter, its relationship with the experience and the usual practices of videogame players and the influence of multiple socio-cultural determinants.

## INDEX

**Mots-clés** : serious games, attitude ludique, perception ludique, objet-frontière, ethnométhodologie

**Keywords** : serious games, playful attitude, playful perception, boundary object, ethnomethodology

## AUTEUR

**MICHEL LAVIGNE**

Université Paul Sabatier, Toulouse 3