
Marc Albinet

Concevoir un **jeu vidéo**

Les méthodes et les outils des professionnels expliqués à tous !

**Tout ce que
vous devez savoir
pour élaborer
un jeu vidéo**

éditions
fyp

Introduction

**Pour un langage
vidéoludique**

Qui que vous soyez, vous n'avez pas pu passer à coté du phénomène de société moderne que représentent les jeux vidéo. Mais avez-vous déjà pensé que vous pouviez en inventer un ?

Cet ouvrage est destiné à tous ceux qui souhaitent comprendre et apprendre à créer des jeux vidéo. Il tente d'expliquer l'ensemble du langage vidéoludique et outils méthodologiques de conception dont les professionnels disposent aujourd'hui.

Pour le lire, nul besoin de compétences de programmation ou autres types d'expertise pointue. Le simple fait d'avoir déjà joué à un jeu vous permettra de comprendre son contenu.

Directeur créatif d'un grand studio français pendant six ans, et professionnel du jeu vidéo depuis plus de vingt ans, j'y ai synthétisé tous les processus et les outils de création utilisés dans le monde professionnel, sans pour autant les simplifier ou les dénaturer. Car tous sont simples et accessibles. Seule la fibre artistique, le savoir-faire et l'utilisation quotidienne en rendent l'usage professionnel.

Les sources méthodologiques sont multiples, mais toutefois limitées dans leur nombre et leur origine. Toutes ont participé aux outils présentés, sans qu'aucune ne possède plus d'importance que les autres. Voici les quatre sources qui ont nourri les méthodes que j'exposerai dans cet ouvrage :

■ **Les articles et les méthodes régulièrement publiés sur les sites spécialisés⁽¹⁾ représentent un flux continu de savoir-faire au travers duquel il faut apprendre à lire des méthodologies. Il s'agit souvent de réflexions personnelles ou de post mortem, c'est-à-dire l'état des lieux d'un savoir-faire utilisé sur une pro-**

(1) Le site professionnel majeur est : www.gamasutra.com

duction. Par le biais de ces publications, nombre d'expériences et de méthodologies internes transparaisent, alors qu'elles devraient parfois rester confidentielles.

❖ Les GDC : les *game developers conferences* existent depuis de très nombreuses années et ont désormais lieu plusieurs fois par an à différents endroits de la planète. Elles réunissent des milliers de professionnels du développement de jeu et permettent d'écouter des exposés décrivant l'expérience de ceux qui veulent bien la transmettre. Ces conférences sont de tous niveaux et abordent tous les métiers du jeu vidéo : production, son, programmation, *game design*, graphisme, etc. Elles sont par nature l'occasion de partager des expériences, des théories et des méthodologies utilisées en production et présentées dans ce cadre.

❖ La troisième façon de découvrir de nouvelles méthodologies est le processus naturel qui s'exerce lorsque l'on travaille avec des éditeurs majeurs. J'ai eu l'occasion de collaborer avec plusieurs d'entre eux, ce qui m'a nourri, m'a permis d'aborder de nouvelles façons de voir, et a donc largement fait évoluer le spectre de ma compréhension des processus de travail, des outils de conception et surtout des éléments de langage qui se sont lentement fait jour à mesure que les années passaient et que le jeu vidéo évoluait.

❖ Enfin, la quatrième manière d'accumuler du savoir méthodologique est celle de l'expérience personnelle et des années, passées soit à travailler soi-même en tant que créateur sur des projets, soit à guider des créatifs sur les projets. L'expérience que j'ai pu emmagasiner depuis plus de vingt années de création de jeu vidéo me donne le recul nécessaire pour comprendre l'évolution et les directions prises par les réflexions méthodologiques et la création d'outils de conception. Toutes ces années ont été faites d'expériences empiriques, nourries

d'essais, de théories personnelles et d'expérimentations méthodologiques sur les projets.

La vision que j'ai eue de ces savoir-faire a toujours été teintée d'une influence particulière, provenant de mes années d'université. En effet, ma formation initiale en esthétique, en analyse et histoire du cinéma m'a fourni un regard d'une spécificité académique sur toutes ces évolutions méthodologiques, et me donne un recul s'élaborant beaucoup sur ce parallèle avec le cinéma et l'écriture filmique.

Les trente premières années d'existence du cinéma ont été marquées par deux phénomènes majeurs : d'une part, le passage d'une activité foraine à celle d'industrie de loisir ; d'autre part, l'invention progressive d'un langage cinématographique, c'est-à-dire de mécanismes utilisés dans la conception et la fabrication d'un film, pour fournir une expérience assimilable et appréciable par le spectateur.

Le jeu vidéo présente les deux mêmes évolutions depuis sa création. Devenu une industrie majeure alors qu'il n'était qu'un loisir sans valeur économique et culturelle, il est en passe de devenir un art à part entière, car il possède aujourd'hui un langage permettant de créer une expérience faite de sens et de ressentis.

Car ne nous y trompons pas, bien que balbutiant, le jeu vidéo est un art dramatique en devenir. Là où l'image, le son et la mise en scène réduisent l'imaginaire, la liberté d'interaction offre au jeu vidéo de nouveaux champs dramatiques qui lui sont propres. Le choix ne revient plus au personnage mais au spectateur devenu acteur. En effet, le joueur n'est plus un simple observateur des choix d'un personnage. Désormais, il a en charge de faire ces choix lorsqu'il agit, et de les assumer lorsqu'il ressent.

Cet ouvrage expliquera de quoi est fait ce langage vidéo-ludique et vous en fera découvrir la simplicité et la portée créative. Comme dans le cinéma ou l'écriture dramatique, les outils sont peu nombreux et simples à comprendre et à utiliser. Ils sont les mots permettant d'appréhender ou de fabriquer les phrases de la création ludique. Si vous avez quelque chose à dire par le jeu, ce livre vous en donnera les moyens.

Avec ces méthodes, vous comprendrez comment les jeux fonctionnent, ce qu'ils véhiculent et les réactions qu'ils produisent chez les joueurs.

En utilisant ces outils aussi basiques que puissants, vous serez capable de concevoir des jeux, à commencer par des principes simples, comme on en trouve tant sur internet ou les téléphones évolués.

Vous pourrez structurer et affûter vos *mods* ou vos niveaux de jeu si vous êtes déjà un adepte des outils d'édition disponibles sur le marché. Vous pourrez cadrer et maîtriser la conception d'un *serious game* et en contrôler efficacement la fabrication et le budget.

Si vous désirez comprendre ou faire un jeu, la vocation de ce livre est de vous en donner les clés. Toutes sont simples et accessibles à tous.



Première partie :
outils de conception

Chapitre 1

État des lieux

A- Brève histoire du *game design*⁽¹⁾ : jeux vidéo d'hier, d'aujourd'hui et de demain

Le jeu vidéo fête ses **30 ans**. Son **histoire** en tant qu'**activité économique** démarre vers la **fin des années 1970**. Cette époque voit la **naissance des premiers jeux vidéo en tant que tels**. Pong, Defender ou Space Invaders marquent le **début d'une réelle exploitation commerciale**.

Dans les **années 1970** et à l'**aube des années 1980**, les jeux vidéo font leur **apparition en salles d'arcade** ainsi que sur les consoles de cette époque. Le succès des salles, **immédiat et incontestable**, rappelle le succès **du cinéma à ses débuts**. Le **kinétoscope de l'Américain Thomas Edison** et le principe de la **lanterne magique⁽²⁾** semblent en être les **meilleures comparaisons**.

À leurs **débuts**, les jeux vidéo **surprennent** et **piquent la curiosité** par leur aspect **technologique**, plus particulièrement par leur **composante informatique**. Ils **fascinent**, **amusent** et **titillent l'imaginaire** de tous, à une époque où la **science-fiction au cinéma** s'étend avec succès au **divertissement grand public** (*Galactica*, *Star Wars*, *E.T.*, *Alien*, etc.) là où elle ne régnait que sur les séries B. Les jeux vidéo semblent être un **prolongement de cet imaginaire**, comme un **trait d'union avec cette fiction de sciences futures**. On est alors très **loin d'une création artistique**.

(1) Le *game design* correspond à la **conception théorique du jeu vidéo** : style et mode de jeu (*game-play* ou « jouabilité »), genre de jeu, etc.

(2) Inventé en 1888, le kinétoscope est l'un des premiers appareils de visionnage cinématographique. Une petite fenêtre de visualisation permet à une seule personne de regarder des films courts. Sa diffusion auprès du grand public s'est faite par l'ouverture de « salles de kinétoscope ». La lanterne magique est l'ancêtre des appareils de projection, fonctionnant avec des plaques de verre peintes. Son apparition remontant à la Chine antique, elle devient un classique de l'offre de divertissement des colporteurs ou des forains à partir du XVIII^e siècle.

Les développeurs ne font que transcrire les œuvres venues de la littérature ou du cinéma. Les univers d'*heroic fantasy* y sont majoritaires, le personnage que vous jouez est forcément un « gentil », parti sauver le monde, parfois la princesse.

Durant les années suivantes, l'interaction n'est pas considérée comme l'élément essentiel. Elle est masquée par les domaines connexes, mais indispensables, que sont la technologie et la représentation, elles-mêmes dépendantes des possibilités offertes par le *hardware*⁽¹⁾ de la machine.

1 ■ Les années 1980, de l'artisanal à l'industriel

Entre guerre des consoles, émergence des ordinateurs personnels, engouement naissant du public, et frénésie de production, le jeu vidéo vit une révolution du marché. Un peu avant le milieu de la décennie, il expérimente sa première crise économique⁽²⁾.

Le secteur, jusque-là artisanal, s'industrialise. Le succès rencontré au cours de la décennie et l'augmentation exponentielle que le marché du jeu connaît après cette première crise de 1983 permettent à cet artisanat de se transformer en industrie à grande échelle. La crise sert de catapulte et transforme l'industrie d'abord par l'échec, avant de connaître un plus grand succès.

(1) Le hardware est le matériel en lui-même, les capacités que possède la partie électronique de l'ordinateur.

(2) Le « krach » du jeu vidéo de 1983, dû principalement à l'inondation du marché par une multitude d'éditeurs et constructeurs, et à la concurrence de l'ordinateur personnel, a permis au Japon de céder le trône aux États-Unis sur le marché des consoles de salon, mais également l'instauration de règles strictes concernant les développeurs de jeux.

À cette époque, les créateurs de jeux sont encore bien loin de posséder des méthodes de conception. La création, jusqu'alors expérimentale, devient plus artisanale. Elle est totalement réflexive, c'est-à-dire réalisée à partir des propres ressentis du ou des créateurs, sans se soucier des joueurs.

◆ Une création d'abord technologique

Au début de cette décennie, les créateurs sont presque uniquement des programmeurs, pas des artistes et encore moins des auteurs et concepteurs comme il en existe dans les arts dramatiques traditionnels. La percée de la micro-informatique draine des profils techniques. Les jeux sont avant tout des programmes informatiques. Les programmeurs occupent chacun la place de créateur dès qu'ils ont besoin d'un graphiste. Mais les technologies sont tellement contraignantes que ceux-ci doivent avant tout posséder un profil technique.

◆ L'émergence des « pixelleux »

La décennie des années 1980 est marquée par l'émergence des graphistes, ou des « pixelleux ». Au début des années 1980, les machines ne laissent pas de place au graphisme au sens artistique du terme. Savoir placer les pixels au bon endroit selon les contraintes, tout en s'approchant d'une représentation la plus ressemblante possible, est alors une spécialité à part entière.

Cependant, le milieu des années 1980 voit aussi l'apparition de machines de plus en plus puissantes : du ZX81 en noir et blanc, à l'Amstrad CPC ou au Commodore 64 en 16 couleurs qui possède une définition d'image bien supérieure, pour terminer avec l'Atari ST et l'Amiga capable d'afficher 4 096 couleurs sur une image fixe et dans des résolutions qui sont presque celles des programmes de télévision de l'époque. En dix ans, l'intervention des graphistes devient indispensable. Pour l'en-

semble de l'industrie, le premier pas artistique est franchi. Les arts de l'image et du graphisme font leur entrée dans le monde de la création de jeu vidéo. Néanmoins, les questionnements ludiques n'existent pas encore. Comme Monsieur Jourdain faisant de la prose sans le savoir, on fait du *gameplay* et du *game design* sans s'en rendre compte.

Le *gameplay* est un terme anglophone dont l'équivalent français serait la « jouabilité ». Il désigne l'ensemble des règles et des éléments mis en œuvre pour fabriquer le jeu. Le terme correspond à la contraction de la phrase : *How the game plays*. Il désigne à la fois la manière dont se joue le jeu, mais également le jeu en lui-même. Lorsque l'on parle du *gameplay*, on le rattache souvent à l'idée de « mécanismes de jeu ». En effet, un jeu n'est pas le fruit du hasard. Il est le résultat d'une construction minutieuse, il est une synthèse de règles et de possibilités laissées au joueur afin de créer de l'amusement.

Le *game design* est l'art de savoir fabriquer une bonne jouabilité. Comment rendre un jeu amusant, immédiatement, dans la durée ? Quel niveau de difficulté doit-on proposer ? Quel rythme de jeu, de difficulté, de récompenses faut-il bâtir, pour construire un *gameplay* se renouvelant à mesure que le joueur avance dans les heures de jeu ?

Mais dans ces années 1980, seuls Nintendo et les développeurs de *coin-op*⁽¹⁾, travaillant le cœur du jeu, prennent une avance considérable. Nintendo possède déjà un premier vocabulaire conceptuel, là où la majorité des acteurs de l'industrie n'a même pas encore identifié la notion de *gameplay*. Le jeu d'arcade de l'époque invente une partie du vocabulaire vidéoludique que l'on retrouve dans les produits Nintendo de la même période, chacun étant pionnier dans son domaine.

(1) De *coin operated* : jeux en salles d'arcade ou dans les bars fonctionnant grâce à l'insertion d'une pièce de monnaie.

2 ■ Les années 1990, le jeu vidéo grand public

Cette décennie marque le passage d'une industrie naissante à celle d'une industrie grand public. Au cours de ces années, le jeu vidéo change de statut. Il passe de quasi inconnu du marché du divertissement à un domaine reconnu, car porteur d'activité économique.

◆ La mort des coin-op

Les années 1990 voient l'explosion de la représentation, de la technologie, et le succès commercial du jeu vidéo personnel, entraînant la mort des jeux en salles d'arcade.

La transition entre les deux décennies se fait avec l'Amiga et l'Atari ST, elles-mêmes supplantées par les consoles Super Nes et Sega Mega Drive. La qualité visuelle des jeux devient considérable et concurrence directement les jeux d'arcade. Une console comme la Neo-Geo, par exemple, propose des jeux de qualité équivalente aux jeux en salle.

Avec l'évolution des cartes d'affichage, le PC propose des jeux aux graphismes toujours plus impressionnants, devenant eux aussi des concurrents directs des jeux de bar. Les coin-op disparaissent lentement, évincés par cette nouvelle puissance, dès lors accessible à domicile.

◆ L'arrivée de la PlayStation

En 1995, Sony sort la PlayStation pendant que Sega propose la Saturn et Nintendo la N64. Ces consoles présentent le même niveau de qualité technologique, c'est-à-dire celui des bornes d'arcade. Elles sonnent le glas des jeux de coin-op. Le jeu vidéo en a fini avec sa forme foraine.

Avec la PlayStation, Sony impose un marketing grand public et crée le succès médiatique de sa console. Le terme « PlayStation » devient le référent culturel servant d'icône pour parler de jeu vidéo.

Des jeux comme Mario 64, Tomb Raider ou Resident Evil font entrer le public dans une autre dimension du jeu vidéo. Dans l'industrie, on commence à se poser des questions sur la manière de concevoir un jeu. Les jeux en 3D font brutalement surgir le problème des liens étroits entre les contrôles du personnage, ses actions et la manière dont la caméra montre tout cela. La notion de « 3C » (*character, controls, cameras*) apparaît. Elle est aujourd'hui l'un des éléments fondamentaux du langage vidéoludique.

◆ La tentation du narratif

Avec la progression de la représentation et l'évolution des technologies, la conception du jeu vidéo ne progresse pas de façon notable dans la théorie ludique, mais plutôt dans la qualité formelle que peut prendre le jeu.

C'est dans cette décennie qu'apparaissent les cinématiques et les voix enregistrées dans les jeux. L'augmentation qualitative des graphismes et de l'ensemble des outils de représentation et de stockage est telle, que l'on commence alors à parler de « film interactif ».

Avec cette qualité visuelle, c'est naturellement l'aspect narratif qui est mis en avant. Les cinématiques ont besoin d'être écrites, découpées, réalisées. Le succès des jeux d'aventure sur PC repose alors sur la qualité des graphismes et la possibilité de vivre une aventure suivant une histoire, un scénario bien écrit et intéressant, fait de rencontres de personnages, de scènes, de dialogues et de retournements de situation. De nombreux éditeurs font appel à de grands noms du graphisme ou du scénario,

à des auteurs colossaux au talent reconnu. Néanmoins, ce type de collaboration ne représente pas forcément un gage de succès pour les produits, la qualité des jeux en eux-mêmes n'en étant pas pour autant relevée.

Le langage vidéoludique n'est alors pas maîtrisé, puisqu'il n'est même pas encore inventé. Avant de proposer la maturité d'une dramaturgie forte et d'un univers de fond, le jeu vidéo devait connaître et maîtriser ses fondations : celles du *gameplay* et du *game design*.

3 ■ Les années 2000, l'identification du langage vidéoludique

Elles voient l'émergence du *game design* en tant que langage et âme de l'art ludique interactif, l'identification des outils du *gameplay* et le changement de statut du jeu vidéo, passant de produit grand public à un produit de masse.

Les deux décennies précédentes ont créé un savoir ludique empirique. De nombreux créateurs comptent alors plusieurs années d'expérience et plusieurs projets à leur actif. Le passage à la 3D force à se poser des questions sur le joueur, sa compréhension du jeu et sa capacité à s'amuser. L'arrivée d'un public toujours plus large oblige à s'interroger quant à l'efficacité des conceptions et des réalisations.

◆ Les Américains pionniers

Évoqué par les Anglo-Saxons, en particulier par les Américains, le *game design* apparaît comme un sujet majeur de discussion, de partage et de théorisation. Dans les *game develop-*

pers conferences, des orateurs proposent de s'accorder sur un vocabulaire commun, une sorte de grammaire générale à tous les jeux. D'autres proposent des *guidelines*, c'est-à-dire des recommandations à suivre lors du travail de conception de projet.

Le mouvement de fond lancé, la plupart des grands éditeurs de jeu commencent alors un travail de réflexion et de théorisation.

◆ En France

La France reste incontestablement l'acteur majeur de cette progression. Des recherches de fond chez Ubisoft permettent de créer les premiers outils solides : *guidelines*, *méthodologies* et *processus de création* qui faisaient jusque-là défaut. Cette théorisation est transmise aux équipes de production du monde entier, puis diffusée dans certaines écoles de jeu vidéo. Mais identifier les méthodes et le langage n'est pas tout, le transmettre et le rendre actif, vivant, pris en compte par les équipes de création, représente le prolongement d'une évolution dont nous ne sommes aujourd'hui qu'aux prémices.

De mon côté, appartenant à un studio indépendant majeur en France, j'ai mis en place des processus de création et identifié des mécanismes clés et récurrents pour le compte de Doki Denki, l'un des grands studios indépendants français de l'époque. L'utilisation de ces méthodes pour le jeu *La Chasse au miel de Tigrou* (licence Disney, *Winnie the Pooh*), nous a valu un *Bafta Award*⁽¹⁾ du meilleur jeu pour les enfants.

Les années 2000 sont donc marquées par l'apparition des théories majeures et des méthodologies de création et de *game design* aujourd'hui délimitées, que tous cherchent encore à étoffer mais dont on peut affirmer qu'elles constituent la base du

(1) Récompense prodiguée par la British Academy of Film and Television Art (www.bafta.org), sorte de César anglais applicable dans tous les domaines culturels.

langage vidéoludique. En France, plusieurs chercheurs travaillent désormais sur le thème du jeu vidéo et en font encore avancer le savoir. Les méthodes et les théories sont identifiées et forment ce langage grâce auquel un game designer peut structurer un jeu en sachant s'il est correctement construit du point de vue théorique. Comme il existe un vocabulaire filmique, basé sur les règles de montage, la taille du plan, le type d'axe de prise de vue, de raccord, il existe maintenant un vocabulaire vidéoludique.

Les codes sont posés, définis, assimilés par les joueurs, suffisamment intuitifs pour être immédiatement compris par des novices. L'heure est donc à la maîtrise des émotions et à la création d'expériences uniques, marquantes, porteuses de message. Elle est à la création d'œuvres à part entière, capables de toucher les joueurs, de changer leur perception du monde. Le temps est venu pour des conceptions mêlant subtilement gameplay maîtrisé, dramaturgie de qualité et mise en scène de haut niveau. Le jeu pâtit cette fois du manque de profondeur et de savoir-faire dramatique dont souffrent les game designers, mais le temps est proche où leur maturité personnelle et leur connaissance des arts dramatiques suffiront pour créer les premières grandes œuvres vidéoludiques.

B- Qu'est-ce qu'une expérience de jeu vidéo ?

Qu'est-ce que l'amusement fourni par un jeu vidéo et que définissons-nous comme une expérience de jeu ?

1 ■ Étymologie et définition de la notion de jeu

Le jeu s'oppose au travail, car le temps passé à jouer ne l'est évidemment pas à travailler. C'est pourquoi, dans notre culture occidentale, jouer n'est pas considéré comme une activité sérieuse et par une sorte de transivité inconsciente, fabriquer ou créer des jeux ne peut pas non plus revêtir un caractère valorisant. Pourtant, les mentalités changent, la popularisation des jeux fait découvrir des usages plus sérieux, le chiffre d'affaires du domaine en fait une industrie à prendre en compte. Dans certains produits en ligne, les joueurs ne sont rien d'autre que des travailleurs, passant leur journée à récolter de l'argent virtuel ou à gagner des éléments de jeu qui seront revendus plus tard à d'autres joueurs contre de l'argent réel. Ces ouvriers du MMORPG⁽¹⁾ sont appelés des *gold farmers*. Asiatiques pour la plupart, ils occupent les mondes virtuels en ligne des jeux à succès.

À l'époque des Romains, l'école est désignée par le terme *ludus* qui donnera « ludique » en français. L'école est l'endroit où l'on s'amuse, car elle s'oppose à l'autre activité du quotidien, celle du travail dans les champs.

(1) MMORPG : *massively multiplayer online role-playing game*, jeu de rôle en ligne massivement multijoueur se déroulant dans un monde virtuel persistant (évoquant aussi lorsque le joueur n'est pas connecté).

De son côté, le travail trouve son origine dans le terme *tripalium*, qui désigne un instrument de torture romain utilisé pour punir les esclaves qui rechignaient à travailler.

L'opposition occidentale actuelle entre jeu et travail prend là son origine et reste encore une perception très implantée culturellement. Avec le temps, notre culture a amalgamé le travail aux notions de sérieux et d'importance, et le jeu en est devenu l'opposé. S'amuser serait donc le contraire du sérieux.

Pourtant, d'après Sigmund Freud, « l'opposé du jeu n'est pas le sérieux, mais la réalité ». En effet, l'une des caractéristiques du jeu est de faire semblant, de se projeter dans l'imaginaire, un univers fictionnel permettant de transposer les problèmes, les envies, les fantasmes au fil d'une narration permettant de les exprimer, mais aussi de les affronter.

Peut-on alors dire que l'imaginaire est l'opposé du sérieux ? En réalité, le jeu s'inscrit dans le plaisir intellectuel, l'un des trois types de plaisir recherchés par tout être humain. Le jeu s'inscrit dans le même registre que le cinéma, la littérature, le théâtre et tous les arts dont il est en partie issu.

Et pourtant il est antérieur à tous ces arts. Il est inné et inscrit en chacun de nous avant même que nous accédions à la culture. La notion ludique pure est donc un art qui ne relève ni de la paternité ni de la relation directe avec un autre, ce qui rend l'évolution du jeu vidéo vers un art unique, et sa reconnaissance en tant que tel, si longue et difficile. Le jeu a beau être inscrit naturellement en chacun de nous, il ne l'est pas dans notre culture. Au contraire, celle-ci le repousse et le nie, éliminant du jeu vidéo tout repère ou toute paternité qui pourrait provenir de jeux plus traditionnels, comme les jeux de cartes, de pions (dames, échecs, etc.).

Pourquoi ? Parce que le jeu n'a effectivement jamais eu sa place dans notre culture occidentale. Par conséquent, le jeu vidéo, souffrant de son aspect ludique, peine pour émerger en tant qu'art. Cela constitue en partie l'explication du succès et de la place prise par les jeux vidéo asiatiques, qui eux s'inscrivent dans une culture faisant la part belle au jeu.

Pour terminer cette réflexion et ce tour d'horizon sur la notion de jeu, terminons avec Roger Caillois⁽¹⁾, qui définit l'activité ludique en six points :

- **Libre** : l'activité doit être choisie pour conserver son caractère ludique ;
- **Séparée** : elle est circonscrite dans des limites d'espace et de temps ;
- **Incertaine** : son issue n'est pas connue à l'avance ;
- **Improductive** : elle ne produit ni biens ni richesses ;
- **Réglée** : elle est soumise à des règles qui suspendent les lois ordinaires ;
- **Fictive** : elle s'accompagne d'une conscience fictive de la réalité seconde.

Ces six caractéristiques nous permettent de mieux cerner la nature ludique du jeu vidéo. Sa paternité repose directement sur les deux grandes notions formant l'expression « jeu vidéo », à savoir le « jeu » et la « vidéo ».

Le jeu ramène naturellement à la dimension ludique et à l'amusement, comme chaque jeu est censé en générer, et tels que Roger Caillois les définit.

D'autre part, le jeu vidéo renvoie également à la notion de « vidéo », c'est-à-dire d'écran et ainsi à l'ensemble des arts dra-

(1) Roger Caillois, *Les Jeux et les Hommes*, Folio-Gallimard, 1992, éd. revue et augmentée.

matiques utilisant directement un écran et du son. On peut également affirmer qu'il appelle indirectement l'ensemble des arts visuels, sonores et dramatiques n'ayant pas de rapport direct avec un écran, ce dernier n'étant qu'une fenêtre à travers laquelle ils s'expriment. Tous ont pour mission de produire des émotions et nous verrons à quel point cette notion est désormais importante dans le monde du jeu vidéo.

2 ■ S'amuser dans un jeu vidéo

On peut dire que tout jeu vidéo repose d'abord sur le jeu et l'amusement que celui-ci procure. La notion d'immersion, devenue fondamentale, car permise par la technologie et largement encouragée, n'est pas la condition première de l'amusement dans un jeu.

Un jeu peut posséder des graphismes médiocres, une programmation de débutant et ne coûter presque rien à fabriquer, tout en restant un exemple, une référence de plaisir ludique et un repère qualitatif. L'exemple évident est celui de Tetris, que nous connaissons tous, qui n'a nécessité que l'intervention d'un seul homme sur des machines à présent antédiluviennes, et qui continue d'avoir le même succès. Personne ne peut affirmer que Tetris est un mauvais jeu vidéo, car il remplit sa fonction première : celle de nous amuser. Pourtant, il est terriblement laid, très simple à programmer et il ne propose aucune immersion dramatique.

Pour être amusant, le jeu vidéo nécessite d'abord une proposition mécanique⁽¹⁾ correspondant à des usages et des comportements ludiques.

(1) On parle alors de « mécaniques de jeu ».

Nicole Lazzaro⁽¹⁾ classe les comportements de joueurs de jeu vidéo en quatre familles, quatre clés qui définissent à la fois des usages, des types de plaisir ainsi que des genres de jeu :

- ❖ **Le *Hard fun*** : gagner, battre les adversaires, déjouer les obstacles et réussir les challenges. Les joueurs de cette catégorie jouent pour se mesurer à eux-mêmes ou aux autres. Pour eux, la victoire n'est pas le fait du hasard ;
- ❖ **Le *Easy fun*** : découverte et immersion. Ces joueurs cherchent à explorer un monde capable de les exciter, d'éveiller leur curiosité, et à y croire. Pour eux, les conditions de réussite ou d'échec importent peu, ce qui compte, c'est d'arriver au bout de l'histoire ;
- ❖ **Le *Serious fun*** : utiliser le jeu comme élément de transformation et d'amélioration de soi. Se vider l'esprit, se relaxer, se sentir mieux, éviter l'ennui, devenir meilleur ;
- ❖ **Le *People fun*** : jouer pour être avec les autres. S'amuser ensemble, rire, partager, interagir avec les autres est la motivation première.

Ces quatre types de comportement de joueurs sont une première définition de ce qu'est l'amusement produit par un jeu vidéo. On peut alors le classer par natures, définissant ainsi les quatre familles proposées par Nicole Lazzaro.

3 ■ Ressentir des émotions dans un jeu vidéo

Tous les joueurs de jeu vidéo le savent, lorsqu'un jeu nous amuse, il nous fait ressentir des sensations et même vivre des émotions au sens de manifestations physiques de notre ressenti.

(1) http://www.xcodesign.com/xcodesign_whyweplaygames.pdf

En effet, si la représentation et les arts figuratifs et dramatiques impliquent une immense palette d'émotions, il est incontestable que le jeu, par nature, est producteur d'émotions spécifiques. Qui ne s'est jamais énervé en ne réussissant pas un challenge ? Combien ont vécu des situations impliquant des mauvais joueurs, c'est-à-dire des participants n'acceptant pas la défaite, ce qui les amène à modifier leur comportement ?

Bernard Perron, chercheur canadien⁽¹⁾, classe les émotions procurées par les jeux vidéo selon trois catégories :

- **Les émotions fictionnelles** : « créer des moments qui ont un impact émotionnel fort et complexe ; utiliser des symboles dans le jeu et réaliser des cinématiques qui ont de l'impact et dans l'introduction et durant le jeu. Ces techniques s'intéressent aux modalités de l'histoire » ;
- **Les émotions artistiques** : « les émotions artistiques sont suscitées par la construction du récit, les tournures inattendues de l'intrigue » ;
- **Les émotions vidéoludiques** : « jouer à un jeu vidéo ne consiste pas seulement à comprendre une histoire, mais plutôt à résoudre des problèmes, à triompher d'obstacles, à affronter des adversaires, à explorer un monde virtuel, etc. Les actions du gamer et les réactions de ce monde vont bel et bien susciter des émotions "d'une autre nature", des émotions vidéoludiques. »

(1) Bernard Perron : « Jeu vidéo et émotions », *Le Game design de jeux vidéo*, Sébastien Gervy (dir.), L'Harmattan, 2006 (disponible en PDF sur <http://www.ludicine.ca/>)

4 ■ Définition d'une expérience de jeu vidéo

L'expérience de jeu est la synthèse des trois types d'émotion, bâtis sur des mécanismes de jeu et donc d'amusement, intelligemment mélangés avec une représentation artistique et une dramaturgie, de manière à ce que l'ensemble fasse sens et crée non seulement un plaisir, mais également une expérience capable de changer la perception que le joueur a du monde qui l'entoure. Car c'est bien là que se trouve l'avenir du jeu vidéo en tant qu'art : modifier la perception du monde par l'amusement et l'expérience interactive.

Expérience de jeu = Représentation + Mécanismes ludiques + Dramaturgie

La forme		Le fond

Partant de ce principe, nous distinguons dans un jeu vidéo la forme et le fond (voir page 37 la figure a).

Par forme, nous entendons l'ensemble des éléments servant à la fabrication du jeu, que nous séparons en deux parties distinctes.

D'un côté, la partie « jeu », c'est-à-dire le **gameplay** et l'ensemble des mécanismes et éléments servant à l'interaction. De l'autre, la partie « vidéo », celle de la représentation qui englobe l'ensemble des éléments créant de l'immersion, en incluant tous les outils visuels et sonores.

Ensuite, le fond est généré par la dramaturgie. Le contexte, les personnages et leur histoire en sont la substance. Là où la représentation fait ressentir des émotions, le fond véhicule les valeurs et le message que les auteurs veulent transmettre.

De manière **transversale**, la **tonalité** est construite par chacune des deux catégories de forme. On peut ainsi parler de tonalité de gameplay comme on peut utiliser cette notion pour évoquer l'ambiance visuelle ou sonore.

L'univers appartient à la fois à la jouabilité, à la dramaturgie et à la représentation. Si l'on imagine aisément l'écriture d'un univers comme celui du monde réel avec ses règles, son histoire, ses personnages forts, et bien d'autres choses, l'univers d'un jeu vidéo ne s'imagine qu'en tenant compte du gameplay.

Il est toujours possible de construire des mécanismes ludiques efficaces à partir d'un univers déjà existant, mais si l'on veut créer un jeu capable de produire du sens et donc de s'étendre aux autres médias, l'univers devra être pensé en même temps que la dramaturgie et la jouabilité. Il doit être le résultat de tous les besoins, car chacun génère des contraintes spécifiques. L'identité visuelle et sonore prend elle aussi une part non négligeable, mais elle reste moins indispensable à la construction d'un univers cohérent. Sauf exception, elle l'influence mais n'en bâtit ni la cohérence ni le fond.

À la conception, chacune des deux parties composant la forme propose une promesse de ce que le joueur vivra et ressentira. Ainsi, la partie ludique définit la promesse interactive qu'un joueur peut imaginer sur le papier ou en voyant des écrans de jeu. De son côté, la représentation constitue une promesse immersive par l'univers qu'elle propose et la manière dont elle nous y plongera auditivement, visuellement, spatialement. Ces deux éléments sont les deux outils de l'auteur. Ils ne définissent en rien le fond de l'expérience que va vivre le joueur, mais sont au service de ce que les auteurs vont tenter de transmettre et de fabriquer.

Le fond est donc la partie abstraite de l'expérience du joueur. Qu'en ressortira-t-il, qu'aura-t-il vécu, en quoi aura-t-il changé ? Ces questions permettent de définir le fond d'une expérience de jeu vidéo. Dès la conception, les auteurs définissent une promesse de fun, c'est-à-dire une promesse d'amusement – ou peut-être devrions-nous dire de divertissement. Par ce mot, le jeu accède alors à la notion de plaisir pris à travers l'interaction, sans que cela corresponde forcément à des expériences positives. Si les jeux vidéo à venir vous font pleurer, ressentir de la culpabilité ou de l'inquiétude, il ne s'agira pas forcément d'une expérience amusante au sens premier du terme. Comme pour le cinéma, on parlera alors de divertissement, ce qui permet d'englober l'ensemble des expériences émotives et ne réduit pas le jeu à la catégorie du rire et de l'amusement.

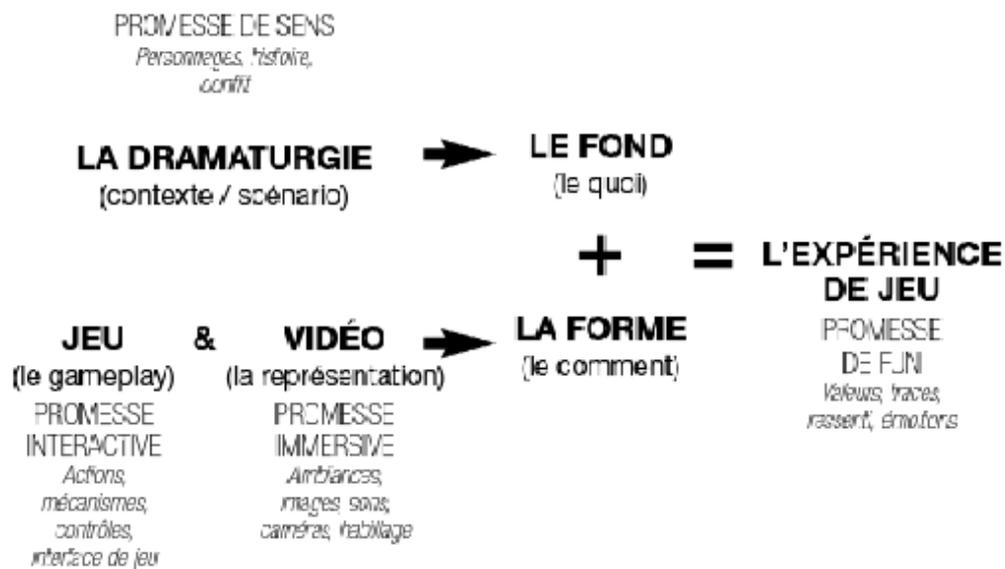


Figure a : définition de l'expérience de jeu

La **technologie** offre **des possibilités d'images et de mises en scène si proches du cinéma qu'elles génèrent des émotions équivalentes. Et jouer provoque des émotions spécifiques.** Aujourd'hui, l'association des deux **permet une expérience culturelle majeure et porteuse de sens.**

Fabriquer une **expérience de jeu vidéo, désormais, ce n'est plus simplement inventer une mécanique de jeu. Il faut tenir compte des autres moyens et penser sur le modèle des autres arts, c'est-à-dire dans l'optique d'une œuvre véhiculant un message et produisant des sensations et des émotions fortes chez ceux qui s'y mesurent. Faire un jeu revient à utiliser les mécanismes du jeu, de la représentation et de la mise en scène pour dire quelque chose et le faire vivre à un joueur.**



Chapitre 2

Identifier vos intentions

A- Première étape : définir le sens

Avant de commencer une création de jeu vidéo, il est primordial d'identifier ce que vous avez à dire et ce que vous voulez transmettre au joueur. En d'autres termes, il s'agit de définir le sujet et le point de vue que l'on désire adopter.

Par « sujet », il faut entendre le message que vous désirez communiquer. À l'instar des productions cinématographiques américaines de qualité, ce que vous allez faire vivre doit être le vecteur d'une idée forte, simple, attractive et universelle – simple ne voulant pas dire médiocre. Les proverbes que nous connaissons tous fournissent de bons exemples du type de message idéal, de sa simplicité et sa portée. Par exemple : « On a toujours besoin d'un plus petit que soi » fait appel au thème fédérateur de la différence et met en exergue des valeurs comme la fraternité, l'entraide, etc.

La conception d'un jeu vidéo commence donc par cette période de définition du thème abordé ainsi que d'une manière simple de l'exposer. L'idée doit être clairement exprimée et accessible à tous ceux à qui le jeu est destiné. L'objectif de cette étape de conception est de donner du sens en définissant un message universel qui servira de socle à l'expérience qu'offrira le jeu. Il est le point de départ de l'ensemble de la conception, du travail de réalisation et fabrication qui en découlera.

Ce travail peut être exécuté en groupe, à la manière hollywoodienne : plusieurs personnes contrôlent et définissent le message qu'elles désirent faire passer, privilégiant la cible à toucher, garantissant la bonne facture de la ligne éditoriale et sécurisant l'ensemble. Dans ce cadre, la qualité repose plus sur ces paramètres que sur l'originalité ou la création artistique en tant que telle.

Ce travail de création peut aussi être effectué par un auteur isolé qui décide lui-même de ce qu'il désire transmettre. La création personnelle offre une authenticité et une originalité créative fortes. Elle reste la seule véritable manière de dégager une identité, un style, mais elle est également la plus risquée. Les conceptions d'auteurs sont capables de traiter de thèmes difficiles, sans compromis et de s'adresser à des publics mûrs. Néanmoins, au-delà de l'aspect artistique, la question économique tranchera toujours et la décision finale du contenu reviendra tôt ou tard à un producteur. Dans le cinéma, les grands auteurs ont réglé la question en contrôlant les deux parties, les plus célèbres possédant leur propre société de production.

Cette étape du « quoi » n'est que le point de départ, et elle n'est rien sans la suivante. Définir un thème, un message et le point de vue que l'on souhaite montrer restent des étapes abordables pour beaucoup de personnes, sans nécessiter de talents artistiques particuliers. Le véritable talent, la réelle sensibilité artistique jaillit à l'étape du « comment », et c'est bien dans la fusion du « quoi » et du « comment », du fond et de la forme, que s'expriment les réelles qualités artistiques de création et de traitement. Définir un message universel est une tâche à la portée de nombreux cerveaux, mais pouvoir l'exprimer par le jeu, par une dramaturgie ou par une représentation relève d'une sensibilité et d'un talent rare et précieux.