DOI : https://doi.org/10.26034/cm.iptic.2023.11731

DU LUDIQUE AU NARRATIF : LES SERIOUS GAME AU REGARD DU GENRE

Audrey De Ceglie, Université de Toulouse, deceglie@hotmail.fr

Résumé
Au même titre que les jeux vidéo, les BD oo les autres médias, les serious game construisent des représentations des garçons et des filles. A travers l'étude de serious game destinés aux enfants nous essayons de montrer la façon dont ils construisent par l'analyse de leur maquette des représentations stéréotypées des garcons et des filles.

Mots-clés : stéréotype, genre, serious game

Introduction

Les serious games (SG) ont été développés en 2002 par l'US Army, Ubisoft et Secret Level. America's Army marque la naissance de ces jeux vidéo détournés de leur fonction première de divertissement (Michael et Chen, 2005) à des fins d'apprentissage. Les SG ont pour objectifs de « se distinguer des autres techniques et outils de sélection dans la mesure où ils se présentent sous la forme d'un monde virtuel en 3D, et dans la mesure où ils permettent d'évaluer les aptitudes professionnelles du candidat mis en situation dans un cadre de jeu » (Galois et Lacroux-, 2014, p. 12). Leurs mécanismes d'immersion et d'apprentissage ont pour objectif d'améliorer les connaissances et les compétences des joueurs (Natkin, 2004). Ils sont de véritables artefacts informatiques intégrant les aspects à la fois éducatifs et ludiques (Sanchez, 2011).

Par opposition aux jeux vidéo : « les SG se sont expressément développés dans un but de formation et de développement des compétences, voire dans un but de modification des attitudes » (Galois-Faurie et Lacroux, 2014, p. 13). À travers cet article, nous allons tenter de comprendre dans un premier temps la manière dont les personnages représentés dans les SG construisent des représentations genrées des garçons et des filles ; mais aussi si ces représentations, au même titre que les jeux vidéo construisent des stéréotypes de genre (Lignon, 2007, 2012) ; et pour finir, si ces stéréotypes de genre confrontent les identités des femmes et des hommes à une double représentation : celle des médias et celle de la réalité sociale (De Ceglie et Chante, 2015).

Nous allons tout d'abord présenter notre cadre théorique permettant de percevoir les SG comme des dispositifs artéfactuels de communication constructeurs de représentations ; puis nous analyserons vingt-sept maquettes de sérious game et leur manière de présenter les personnages garçons et filles ; pour finir, nous montrerons la façon dont les SG élaborent des stratégies différentes concernant la construction des identités de genre.

1. Les SG : un dispositif pédagogique constructeur de représentations

Les SG peuvent être définis comme : « un défi cérébral, joué avec un ordinateur selon les règles spécifiques, qui utilise le divertissement en tant que valeur ajoutée [1] pour la formation et l'entraînement dans les milieux institutionnels ou privés [...], ainsi qu'à des fins de stratégie de communication » (Zyda, 2005). En contribuant à la construction de connaissances, ils élaborent des stratégies de communication spécifiques dans un objectif pédagogique. Selon Alvarez (2007), « l'idée est de partir d'une base vidéo-ludique pour en faire un usage qui convoque une activité « sérieuse », en dehors du divertissement » (Alvarez, 2007, p. 8). Les travaux actuels sur les SG portent sur la classification (Sawyer et Smith, 2008), les règles de conception et d'usages (Sanchez et al. 2011), l'efficacité éducative (Berry, 2011 ; Sitzmann, 2011). En définissant les serious games : « comme des applications informatiques utilisant les procédés à visées ludiques des jeux vidéo pour réaliser des objectifs « sérieux », notamment d'éducation, d'apprentissage ou de communication persuasive » (Fourquet-Courbet et Courbet, 2015, p. 201), nous essaierons de montrer qu'ils véhiculent des représentations du genre stéréotypées.

Au même titre que les jeux vidéo-ludiques les SG constituent aussi un objet de recherche (Fourquet-Courbet et Courbet, 2015). En sciences de l'information et de la communication, ils sont perçus comme des médias entrant en jeu dans le processus de ludicisation (Genvo, 2006), s'intéressant aux effets d'immersion (Bonfils et Durampart, 2013) ou aux spécificités de la communication ludique qu'ils instaurent (Amato, 2012). Si leur principe de ludicisation est utilisé à des fins de communication persuasive (Fourquet-Courbet et Courbet, 2015), il serait intéressant de s'interroger sur les stratégies de communication, au prisme du genre, à des fins pédagogiques. En effet, les médias faisant partie des instances de socialisation chez les jeunes, nous aimerions observer les représentations des joueurs proposés dans les SG :« le joueur est typiquement représenté par un « avatar » personnage virtuel plus ou moins personnalisable dans son comportement et son apparence » (Alvarez, 2007, p. 8). En incitant les joueurs à résoudre des « problèmes ludiques », les SG provoquent chez eux des changements de comportements, mais également des changements socio-cognitifs et socio-affectifs (Fourquet-Courbet et Courbet, 2015). Les SG agissent ainsi sur la perception des joueurs et leur permettent de construire des représentations spécifiques de la réalité. En nous questionnant, ici, sur les divers usages des SG au prisme du genre, nous aimerions savoir si ces nouveaux dispositifs de jeux pédagogiques construisent

[1] Le dispositif via le serious game devient un dispositif hybride dans lequel le jeu vient soutenir l'apprentissage scolaire et non s'y substituer.

au même titre que les jeux vidéo des stéréotypes de genre (Lignon, 2007, 2012). Le stéréotype est défini comme : « un système d'opinions et de convictions, de jugements et d'attitudes qui guide et structure la perception » (Perrefort, 1996). Il se manifeste « sous forme de clichés langagiers, de formules toutes faites qui gomment les particularités pour mettre en relief un aspect hypertrophié » (Fink, 1993). Dans ses travaux, Lignon (2007, 2012) montre que les jeux vidéo construisent, par les personnages qu'ils mettent en évidence, des stéréotypes de sexes particuliers. Elle défend l'idée qu'ils proposent « des modèles du masculin et du féminin » (Lignon, 2007) tout en construisant « des identités sexuées, des rôles de sexes et des stéréotypes de sexes » (De Ceglie et Chante, 2015). Les dispositions sexuées des femmes, par exemple, sont exacerbées et transforment à leur tour les représentations sociales que les individus peuvent se faire de ces femmes (De Ceglie, 2008). Leur construction du genre est alors confrontée au produit de dispositions sexuées particulières, construites au cours d'une socialisation au sein de représentations visuelles spécifiques (Davisse et Louveau, 1998 ; Laberge, 2004 ; Mennesson, 2003 ; Mennesson et Galissaire, 2004) et en fonction des construits sociaux établis (De Ceglie et Chante, 2015). En nous intéressant aux représentations sociales construites dans les SG, nous essaierons de comprendre la façon dont les joueurs peuvent créer des stéréotypes de genre. Les représentations sociales sont : « un ensemble organisé de conditions relatives à un objet, partagées par les membres d'une population homogène par rapport à cet objet » (Flament, 1994, p. 37).

Les travaux de Sherry (2004) montrent qu'il semble y avoir des différences de genre dans le plaisir associé au jeu et dans les compétences nécessaires à résoudre les défis proposés. Les joueurs de sexes masculin et féminin présenteraient des différences de perception et de compétences en fonction des activités vidéo-ludiques proposées (Boyle et Connolly, 2011). Selon ces travaux (Sherry, 2004) les femmes seraient sensibles à la mémoire des couleurs et à la localisation des objets et, les hommes le seraient quant à eux aux objets 3D et aux environnements 3D.

À travers l'étude des représentations visuelles et des stéréotypes morphologiques des femmes et des hommes dans les serious games, nous essaierons donc de montrer comment s'affirment et se négocient les identités de sexe, confrontées à une double représentation : celle des médias et celle de la réalité sociale (De Ceglie et Chante, 2015). Notre intérêt ici n'est pas de faire une discrimination par le sexe des hommes et des femmes dans les SG mais par le genre. Le genre est « conçu comme le résultat d'un processus de socialisation définissant le rôle des deux sexes » (Rieffel, 2003, p. 15). Ce rôle résulte d'une construction sociale établie en fonction des relations et des interactions faites tout au long du jeu et peut-être à travers les choix des avatars.

Les SG sont ainsi perçus comme des artefacts communicationnels, constructeurs de représentations dans un contexte donné, à un moment donné. Dans la continuité de ces travaux, nous avons décidé de faire une analyse sur les jaquettes de présentation des Serious Games. Pour cela nous allons observer les stratégies de genre mises en place à travers l'analyse des images, des couleurs et des avatars de ces SG.

Nous pouvons donc observer la manière dont les SG passent d'un simple dispositif technique, outil de médiatisation, qui permet au concepteur de transmettre de l'information au joueur (ex : avatar, contenu, couleur…) à un dispositif de médiation, c'est-à-dire un outil d'interaction sociale : un artefact communicationnel (Agostinelli, 2001), qui construit des connaissances et des apprentissages. Les SG peuvent être envisagés comme des systèmes artefactuels de communication : c'est-à-dire comme une représentation de la « réalité » à un moment donné (De Ceglie, 2008).

Selon notre approche, le SG n'est plus perçu comme un simple jeu et dispositif technique, médiatisant une information et une image. Il devient un dispositif technologique de communication et d'interaction entre acteurs : un dispositif de médiation. Il est alors un média entendu comme « un humain distinct qui organise la réalité en texte lisible en vue de l'action » (Anderson, 1988, p. 11), faisant partie intégrante de la communauté et non plus un simple outil de transmission et de partage. D'une part, en étant des dispositifs technologiques, ils véhiculent de l'information et répondent à des procédures de médiatisation. D'autre part, en restant sous la domination de l'homme, ces dispositifs techniques doivent permettre une médiation de l'activité humaine. Ces dispositifs médiatiques produisent simultanément des médiations techniques et symboliques de l'environnement qui nous entoure et

des représentations qui en découlent. En parlant de la médiation de l'information, nous abordons le média SG comme une activité collective qui fabrique de l'information pour construire une réalité sociale, ce qui dépasse la simple diffusion de l'information. Cette construction est possible grâce aux communications et aux interactions qui ont lieu entre les acteurs. Ainsi comme le dit Varela (1989) : « Communiquer, même via un média, c'est aller plus loin que l'unique transfert d'information entre deux entités ; c'est, pour nous, construire une information de sens commun grâce aux interactions entre les individus » (Varela, 1989, p. 122). Par les images et les avatars qu'ils véhiculent, les SG vont construire des représentations sociales propres au contexte de création. Les créateurs qui produisent les images et les graphismes transmettent une information qui n'est pas neutre d'intention (De Ceglie, 2008). En effet, ils construisent l'image des femmes et des hommes à partir d'une combinaison entre leurs représentations personnelles et le cadre (notamment professionnel ou environnemental) dans lequel ils élaborent cette image, dans le but de communiquer et de donner aux joueurs une perception particulière de la réalité (De Ceglie et Ouvrard-Servanton, 2013).

Dans ces différents travaux sur les jaquettes de jeux vidéo, Lignon (2007, 2010, 2011, 2012) montre que le genre peut avoir plusieurs postures. Il est abordé différemment en fonction des styles de jeux : « En effet, le jeu propose des objectifs différents selon les thèmes abordés ainsi que des récits évolutifs dont le genre se révèle dans les situations, les dialogues, les emplacements et les choix narratifs » (De Ceglie et Chante, 2015). En appréhendant les jeux vidéo dans leur complexité : styles, personnages, lieux et etc., Lignon (2005) s'intéresse à la construction des représentations du masculin, du féminin et du neutre. Selon Lignon, le jeu donne des paramètres pour évaluer les représentations, ces derniers dépendant de la façon dont les joueurs l'utilisent (De Ceglie et Chante, 2015). Lignon, montre que plusieurs stratégies du genre sont alors abordées en fonction du type de jeu :

- Les jeux d'action accumulent les stéréotypes de sexe (hommes virils, filles sexy) où les stéréotypes féminins glissent régulièrement vers des représentations érotiques et sexuelles, où les hommes sont surarmés (De Ceglie et Chante, 2015), de sorte que, au regard du seul critère du stéréotype, « ces jeux se révèlent égalitaristes et sexistes à l'égard des hommes comme des femmes » (Lignon, 2010).

- Les jeux de stratégies où les formes de communication sont genrées neutres avec des personnages absents. Les personnages ne sont généralement pas présents et sont remplacés par des emoji ou autres. Les termes utilisés sont neutres et ne se réfèrent à aucun des deux sexes.

- Les jeux de simulation où les formes de genre sont plus neutres et où la mixité émerge.

En effet les personnages ne sont pas stéréotypés dans leur tenue (garçon et fille portent des pantalons) ni dans les couleurs qui sont mixtes (vert, rouge…).

À travers l'étude des représentations visuelles et des stéréotypes morphologiques des femmes et des hommes, véhiculées par les maquettes de serious games, nous essaierons donc de montrer comment s'affirment et se négocient les identités de ces femmes, confrontées à une double représentation : celle des médias et celle de la réalité sociale (De Ceglie et Chante, 2015).

2. Analyse des maquettes de SG

Selon Negura (2006), l'étude des représentations sociales repose généralement sur des méthodes qualitatives, comme les groupes centrés [2] , méthode perçue comme pertinente pour analyser les représentations sociales. Toutefois, en laissant de côté les matériaux recueillis, cette technique laisse peu de place à la dynamique représentationnelle et ne s'attache qu'uniquement au contenu de la représentation (Negura, 2006). En nous intéressant, ici, à l'analyse de contenu des images, nous tenterons de saisir les nuances du fonctionnement des représentations sociales : « les techniques d'analyse de contenu […] pourraient permettre de mettre en exergue les réalités représentationnelles qui correspondent aux concepts déjà élaborés dans le cadre de la théorie des représentations sociales » (Negura, 2006, p. 2). L'analyse de contenu est étroitement liée à la théorie des représentations comme Moscovici (1976) l'a utilisée dans son étude des représentations sociales en psychanalyse.

[2] Bulletin de psychologie, tome 57 (3) 471, mai-juin 2004

Cette relation s'explique pour plusieurs raisons : « Premièrement, l'objet de l'analyse de contenu est la communication, qui est le processus fondamental de la formation de la représentation sociale, selon Moscovici. Deuxièmement les représentations fournissent le matériel pour alimenter la communication sociale » (Negura, 2006, p. 3). En nous intéressant à la manière dont les images des SG construisent des représentations sociales pour les jeunes joueurs, nous souhaitons prendre en considération les dynamiques qu'engendrent les stéréotypes et les représentations sociales et tenir compte du rôle qu'ils jouent dans la « production/réception » des énoncés (Negura, 2006). Le choix de l'analyse de contenu s'est imposé à nous car : « l'analyse de contenu est un ensemble de techniques d'analyse des communications visant, par des procédures systématiques et objectives de description du contenu des énoncés, à obtenir des indicateurs permettant l'inférence de connaissances relatives aux conditions de production/réception de ces énoncés » (Bardin, 1977 p. 43). Si généralement le support de l'analyse de contenu est le discours, nous allons ici, nous attacher aux images, pour tenter par l'étude de ces dernières, de dégager les significations pouvant y être associées, c'est-à-dire leur subjectivité. En nous intéressant aux indicateurs des conditions de production de l'image nous tenterons de percevoir la signification réelle pour la communication (Negura, 2006). Pour Moscovici (1976) le contenu d'une représentation est constitué de trois éléments : les opinions, les attitudes et les stéréotypes. Si Doise (1990) a montré que les représentations sociales sont des constructions créées dans les dynamiques du champ social. En tentant de comprendre les significations réelles des images de SG, nous essaierons de percevoir la manière dont les stéréotypes construisent des appartenances au groupe. La conjoncture de la production de ces images est cruciale pour la compréhension de leurs significations réelles.

Nous allons observer sur les maquettes de présentation de 27 SG s'il existe des marqueurs de genre : sexe des personnages, couleurs, termes utilisés. La sélection des SG s'est faite sur la plateforme http://serious.gameclassification.com/FR/ sur laquelle nous avons recherché les jeux dits mixtes, pour des enfants de 8-11 ans, dont le message est éducatif, pour une période allant de 2014 à 2020.

A- Les jeux analysés

Pour 2020-2019
- Most popular soccer games
- Foz Action Game
- New Games for Girls
- 2 Player Games
- Les Chroniques d'Utsuuq
- Happy weels

Pour 2018-2016
- Sauve une vie
- Aventure de Koam
- How to Blorrble-Blobble
- Stuck in the dark place
- J' aime les patates
- CCI Intelligence Economique
- Rapid'eau
- Run Marco
- DNA The Double Helix
- AVMA Animal Hospital Video Game

Pour 2015
- Les Grandes Vacances
- Gramm-o-leau
- Rififi à Daisy Town
- Uchroniques
- Panache Expedition
- Vinz et Lou se mettent au courant

Pour 2014
- Mission Zigomar
- Flying High
- Les maîtres de l'eau
- Le secret de l'Amarante

B- Présentation des résultats

Pour chaque SG nous avons effectué une observation de la jaquette et du contenu de leur présentation. Les SG observés allaient de jeu de sport (foot, combat...) uniquement ludique, à des SG mobilisant l'apprentissage, pour comprendre la notion de consentement, mais également des jeux d'apprentissage. Nous avons observé les personnages qui étaient mis en avant sur les maquettes, leur sexe et les couleurs associés. Cette analyse détaillée est présentée dans le tableau suivant :

Noms du SG	Type de jeu	Observations
Most popular soccer games	Jeu pour améliorer ses compétences en foot	Représentation d'un visage d'homme avec une barbe - couleur de fond vert et bleu
Foz Action Game	Jeu de combats individuels ou en groupe. Jeu de stratégies	Représentation d'un homme armé - couleur de fond orangé
New Games for Girls	Jeu d'apprentissage pour faire des manucures aux clients, des coiffures et du maquillage	Représentation d'une jeune fille avec une longue tresse blonde dans un univers rose avec des donuts.
2 player Games	Jeu d'aventure et de courses populaires, jeux de sport en ligne	Représentation de deux garçons agressifs jouant au basket dans un univers de couleur bleue
Les chroniques d'Utsuuq	Jeu pour apprendre le fonctionnement de l'Union européenne et des élections	Deux personnages, un homme et une femme, habillés en costume d'époque dans un fond de couleur gris.
Happy weels	Jeu d'adresse de plateforme. Choisissez un véhicule et contrôlez l'enfant pour atteindre l'objectif sans entrer en collision avec des obstacles dans les 5 niveaux de jeu.	Dans un fond bleu et vert clair, un cycliste (homme) avec un enfant (garçon) sur le porte-bagages.
Sauve une vie	Film interactif où il convient de sauver Cathy qui vient de faire un malaise cardiaque dans un centre commercial	Deux personnages : un homme et une femme
Aventure de Koam	Dans ce jeu sérieux, c'est l'internaute qui prendra le rôle de Koam à la recherche des éléments qui lui permettront de rétablir l'équilibre alimentaire	Un roi dont on ne peut pas déterminer clairement le sexe, rencontre un sorcier à corne qui a ensorcelé le Royaume de Nutriland
How to Blorrble-Blobble	Jeu sur le consentement à travers l'apprentissage de la danse	Une image d'un homme avec une coiffure afro et une moustache
Stuck in the dark place	Jeu sur la notion de consentement	Cinq personnages dans une entreprise : trois garçons et deux filles dont une en premier plan en train de lire un journal. Environnement neutre= pas de couleurs significatives du genre

J'aime les patates Jeux d'aventure où on doit sauver un monde	Personnages neutres Couleurs : multicolore rose, bleu, vert Termes : Héros, courageux, le joueur	Une certaine neutralité dans les personnages et les couleurs. Les termes font référence à la gent masculine
Rapid'eau Petits jeux courts pour comprendre comment améliorer sa consommation d'eau	Personnage neutre Couleurs : multicolore rose, bleu, vert Termes : le joueur	Une certaine neutralité dans les personnages et les couleurs. Personnage neutre également alternant des filles en robe et en pantalon, des hommes de styles différents
Run Marco Jeux d'aventure dans un monde de jungle et de reliques archéologiques	Personnage : un petit cowboy, un garçon Marco Couleurs : multicolore rose, bleu, vert Termes : le joueur	Une certaine neutralité dans les termes et les couleurs. Couleurs enfantines Le personnage fait référence à la gent masculine
DNA jeu pour comprendre la structure de l'ADN	Personnage : aucun Couleurs : multicolore rose, bleu, vert Termes : le joueur	Une certaine neutralité dans les personnages et les couleurs. Couleurs enfantines Personnage neutre également Les termes utilisés sont neutres
AVMA Animal Hospital Video Game	Personnage : une femme avec des animaux autour d'elle	Le personnage est genré : -féminin Utilisation de couleur neutre en lien avec la nature Les termes utilisés sont neutres
Les grandes vacances Ce jeu propose de leur faire découvrir l'histoire et plus précisément la vie pendant la seconde guerre mondiale. Il couvre la période 1939-1945.	Personnages : une petite fille et son grand frère Couleurs : bleu et blanc Termes : les enfants	Les personnages sont genrés : - féminin pour les filles avec une petite fille en robe longue, des coiffes avec une barrette et une coupe au carré - masculin pour les garçons : avec un grand garçon en culotte courte Utilisation de couleurs neutres Les termes utilisés sont neutres
Gramm-o-leau Jeu pour apprendre la grammaire	Personnage : inexistant Couleurs : bleu et vert	Absence de personnages genrés, Couleurs neutres
Riffiti à Daisy town le nouveau jeu vidéo de la Fédération Française des Diabétiques. Ce jeu, conçu en collaboration avec Zippyware et Anuman Interactive, a pour but de sensibiliser au diabète de type 2, à ses différents facteurs de risque et aux moyens de prévention existants.	Personnages : Lucky luke, les Daltons et les personnes du far west Couleurs multicolores	Les personnages sont genrés : - féminin pour les filles avec des dames en robe longue et des coiffes et des danseuses en body - masculin pour les garçons : avec cowboy et des gentlemen, des bandits Couleurs enfantines

UCHRONIQUES est une série interactive à la croisée du jeu, du documentaire et de la fiction. Ludique, pédagogique et immersive, elle permet à l'internaute de revisiter dix moments clés de l'histoire	Personnages historiques Couleur : noir et blanc Termes : internautes, joueur	Les personnages sont genrés en fonction de leur sexe Couleurs neutres Termes masculins
PANACHE Expedition est un jeu vidéo éducatif gratuit mis à disposition sur Internet et en application mobile, pour permettre au plus grand nombre de découvrir l'espace marin de la Manche, et plus particulièrement les enjeux des aires marines protégées.	Personnages hommes et femmes Couleurs pastelles	Personnages genrés en fonction des choix et de tous âges Couleurs neutres Termes neutres
Vinz et Lou se mettent au courant Partagé en cinq activités interactives, il permet à travers les personnages de Vinz et Lou de prendre conscience de l'immense variété des usages de l'électricité (activité 1), d'apprendre le vocabulaire lié (activité 2), d'aborder les notions de conducteur/isolant, de comprendre le fonctionnement d'un circuit électrique…	Personnages : Vinz est un petit garçon et Lou est une petite fille Couleurs : multicolores	Personnages genrés : - petit garçon genré masculin en pantalon et baskets - petite fille genrée féminin et neutre : elle a des couettes et des baskets roses mais porte une salopette bleue Couleurs enfantines Termes neutres
Mission Zigomar C'est un jeu qui va emmener les enfants dans une aventure grâce à Gab l'aventurière, Hugo le rêveur et Selim féru de nouvelles technologies. Les 3 jeunes aventuriers sillonnent Paris et relèvent au fur et à mesure défis et énigmes pour récupérer les œuvres que Zigomar a confisquées.	Personnages : deux garçons et une fille Couleurs multicolores Termes : aventurier	Personnages genrés neutres - fille et garçons en pantalon et baskets avec des couleurs non stéréotypés Termes masculins
Flying High est un jeu individuel amusant d'avion mettant en jeu des multiplications. Pilotez votre avion configuré sur mesure en passant à travers les nuages pour répondre à des problèmes de multiplication puis atterrissez en toute sécurité à la fin.	Pas de personnage Couleurs multicolores Termes : les élèves	Personnage absent Couleurs enfantines Termes neutres

Le Secret de l'Amarante est un jeu vidéo conçu pour sensibiliser aux infections nosocomiales. Visant un large public et une prise en main rapide, il prend la forme d'une bande-dessinée interactive. On suit Zoé, une petite fille qui rend visite à son grand-père hospitalisé. Alice, l'infirmière, lui expliquera les précautions à prendre en matière d'hygiène.	Personnages : Zoé, son grand père et l'infirmière Couleurs pastel	Personnages genrés en fonction des choix et des âges
Les maîtres de l'eau Eau de Paris, l'entreprise publique en charge de l'eau dans la capitale, propose un nouvel outil pédagogique sous forme de jeu sérieux dont le but est d'informer et de sensibiliser les usagers parisiens à la qualité de l'eau	Personnages : hommes et femmes Couleurs multicolores Termes : le joueur	Personnages genrés neutres - filles et garçons en pantalon et basket avec des couleurs pas stéréotypées Termes masculins

3. Interprétation des résultats

L'observation que nous avons faite révèle qu'il existe deux grandes catégories de jeux pour les adolescents avec des stratégies de communication différentes. Les premiers jeux ont une stratégie de communication genrée neutre sans personnage dont le but est d'apprendre sur l'environnement, l'histoire… Les seconds jeux mettent en scène des personnages pour jouer et des stratégies de communication différentes. Dans ces derniers, trois types de stratégies de communication se mettent en place :

- une stratégie très genrée féminine et masculine selon les sexes des joueurs : les petites filles incarnent les stéréotypes de sexe de la société (princesses avec des robes roses, fragiles et délicates), les garçons très musclés, incarnant les stéréotypes de sexe comme dans les jeux vidéo de combat (ils sont armés et sont des chevaliers)

- une autre genrée plus neutre où les genres établis sont mixés pour les filles : des petites filles féminines mais vêtues de salopettes ou de pantalons, qui sont les égales des garçons.

- une dernière genrée masculine : les joueurs ne sont que des garçons aventuriers

Dans les termes utilisés par les concepteurs deux stratégies se mettent en place : une masculine où les termes utilisés concernent exclusivement les garçons : aventurier, joueur, héros ; une plus neutre utilisant le terme « les enfants », « les élèves ». Il semblerait que les termes associés au genre fémnin n'aient pas été mis en avant dans les SG. Grâce à l'analyse de ces unités sémantiques nous pouvons mettre en évidence le repérage des idées et de leur catégorisation (Negura, 2006). Ici, la catégorisation révèle que les SG sont pour les jeunes (enfant et élève) mais surtout les jeunes garçons (aventurier, héros et joueur), car aucune signification n'est associée aux filles.

Conclusion

En utilisant l'analyse de contenu pour appréhender les représentations mises en place dans les SG pour les jeunes, nous avons pu voir qu'elle était une méthode riche et élaborée, témoignant de la complexité d'une réalité (Negura, 2006). Les opinions et les stéréotypes, composante des représentations sociales (Moscovici, 1976) sont des éléments qui nous ont paru pertinent de mettre en avant, grâce à l'analyse de contenu.

En conclusion, nous avons pu voir que les SG sont un terrain intéressant pour les recherches sur le genre, au même titre que les jeux vidéo. Comme outil éducatif, il est judicieux de ne pas reproduire les stéréotypes de sexe de la société souvent présents dans les supports d'enseignement. Comme Lignon (2013) nous sommes persuadés que les SG « sont, nous espérons l'avoir montré, des objets complexes qui ne sauraient se mesurer à la seule perception des stéréotypes de sexes, parce qu'il y a différents degrés de stéréotypage, parce qu'un même jeu peut n'être stéréotypé que sur certains points, parce que ceux et celles qui jouent avec ces stéréotypes sont des individus réels, complexes » (Lignon, 2013, p. 128). Il faudrait évidemment compléter cette étude sur un plus grand échantillon et sur les usages que les joueurs en font, afin de déterminer si l'engagement des joueurs dépend de ces stéréotypes. Et si leur degré d'implication est favorisé par ces représentations du genre ?
En effet, pour saisir le contexte de production, l'analyse de l'ancrage (Doise, 1990) aurait été pertinente. Cette dernière permet de révéler le processus de constitution du champ représentationnel dans sa dynamique (Negura, 2006).

[2] Cette notion est par ailleurs développée dans l'article de Noben et Denis dans le présent numéro.

Bibliographie

Anderson, J.A. (1988). Examen de quelques concepts éclairant la position de l'éducateur aux médias. Dans J.P. Golay (dir.), Rencontre de la recherche et de l'éducation, Actes du symposium, Lausanne, 27 au 30 juin 1988.

Agostinelli, S. (2001). Contexte et système complexe artefactuel. Dans L. Vieira et N.,W. Pinéde, (dir.), Réseaux d'information et non linéarité, (133-144). Maison des Sciences de l'Homme d'Aquitaine.

Alvarez, J. (2007). Du jeu Vidéo au serious Game : approches culturelle, pragmatique et formelle. https://hal.archives-ouvertes.fr/tel-01240683/document

Amato, E.A. (2012). Communication ludique. Origine et puissance d'un nouveau média, Hermès, La Revue (62), 21-26. https://doi.org/10.4267/2042/48271

Bardin L. (1977). L'Analyse de contenu. Presses Universitaires de France.

Berry, V. (2011). Jouer pour apprendre : est-ce bien sérieux ? Revue canadienne de l'apprentissage et de la technologie, 37 (2), 2-14.

Bonfils, P. et Durampart, M. (2013). Environnements immersifs et dispositifs numériques. Etudes expérimentales et approches distanciées, ESSACHESS, 6(1/11), 107-124.

Boyle E., Connolly TM. et Hainey T. (2011). The rôle of psychology in understanding the impact of computer games, Entrainement Computing, 2, 69-74.

Davisse, A. et Louveau, C. (1998). Sport, Ecole et Société : la différence des sexes, féminin, masculin et activités sportives. L'Harmattan.

De Ceglie, A. et Chante, A. (2015). Le corps féminin dans la BD : une représentation genrée entre stéréotypes esthétiques et sociaux, Colloque Corps en Mouvement, Montpellier, 29-30 mai 2015.

De Ceglie, A. et Ouvrard-Servanton, M. (2013). Les stratégies de médiatisation des évènements : un moyen de construction de représentations pour les jeunes. Jeunes et Médias, les Cahiers francophones de l'éducation aux médias, 5.

De Ceglie, A. (2008). La représentation médiatique des sportives : une construction journalistique. Analyse des femmes karatéka dans un quotidien régional, Actes du Colloque Sport & Médias (XIXe – XXe siècle), 13e carrefour d'histoire du sport (p.44) Grenoble, 30-31 octobre et 1er novembre 2008.

Doise, W. (1990). Les représentations sociales. Dans R. Ghiglione, C. Bonnet et J.F. Richard (dir.), Traité de psychologie cognitive, 3 : Cognition, représentation, communication, 111-174.

Fink, G.L. (1993). Réflexions sur l'imagologie, Stéréotypes et réalités nationales dans une perspective franco-allemande. Recherches Germaniques, 23, 3-3, Dunod.

Fourquet-Courbet, M-P. et Courbet, D. (2015). Les Serious games, dispositifs de communication persuasive. Quel processus socio-cognitifs et socio-affectifs dans les usages ? Quels effets sur les joueurs ? Etats des recherches et nouvelles perspectives. Réseaux, (194), 199-228.

Flament, C. (1994). Structure, dynamique et transformation des représentations. Dans J.-C. Abric (dir.), Pratiques Sociales et Représentations (p.37-57). Presses universitaires de France.

Galois-Faurie, I. et Lacroux, A. (2014). « Serious games » et recrutement : quels enjeux de recherche en gestion des ressources humaines ? @GRH, (10), 11- 35. https://doi.org/10.3917/grh.141.0011

Genvo, S. (2006), Le game design de jeux vidéo, approche de l'expression vidéo-ludique. L'Harmattan.

Laberge, S. (2004). Les rapports sociaux de sexe dans le domaine du sport : perspectives féministes marquantes des trois dernières décennies, Femme et Sport, 1(17), 9-38.

Lignon, F. (2005). L'image de la femme dans les jeux vidéo de combat. Dans A. Roger et T. Terret, (dir.), Sport et genre, 4, 171-185. L'Harmattan.

Lignon, F. (2007). « Les Sims ou la vie virtuelle », Idées, « Innovation, concurrence et croissance », 150, 50-56.

Lignon, F. (2010). Genre et jeux vidéo : quels outils pour la classe de langue ? Les après-midis du Lairdil, Genre et/ou jeux, 16, 109-114.

Lignon, F. (2011). Des sims et des simsettes. Quelles représentations sur les jaquettes des jeux ? Projections, 33, 15-16.

Lignon, F. (2012). Séduction et virtualité : l'amour au pays des Sims, GEM 14 octobre. https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-00849919.

Lignon, F. (2013). Analyse vidéoludique et stéréotypes de sexe. À l'école des stéréotypes. L'Harmattan. https://hal.archives-ouvertes.fr/file/index/docid/833511/filename/FL_-_Analyse_videoludique_et_stereotypes_de_sexes_-_Hal.pdf

Mennesson, C. (2003). La gestion de la pratique des femmes dans deux sports « masculins », des formes contrastées de domination masculine. Staps, 63, 89-106.
Mennesson, C. et Galissaire, R. (2004). Les femmes guides de haute montagne : modes de socialisation et identités sexuées. Femme et Sport, 1(17), 11-141.
Michael, D. et Chen S. (2005). Serious Games : Games that Educate, Train et Inform. Course Technology PTR.
Moscovici, S. (1976). La psychanalyse, son image, son public. Presses Universitaires de France.
Natkin, S.. (2004). Jeux vidéo et médias du XXIe siècle : Quels modèles pour les nouveaux loisirs numériques ? Vuibert.
Negura, L. (2006). L'analyse de contenu dans l'étude des représentations sociales, Sociologies. https://doi.org/10.4000/sociologies.993
Perrefort, M. (1996). Formes et fonctions du stéréotype dans des interactions en situations de contact. Acquisition et interaction en langue étrangère, (7), 139-154 http://aile.revues.org/4917
Rieffel, R. (2003). Une communication sexuée. Réseaux, 21(120), 10-19.
Sherry, J. (2004). Flox and media enjoyment, Communication and theory, 14(4), 328-347.
Sanchez, E. (2011). Usage d'un jeu sérieux dans l'enseignement secondaire : modélisation comportementale et épistémique de l'apprenant. Jeux sérieux, révolution pédagogique ou effet de mode ? Revue d'Intelligence Artificielle, numéro spécial Serious Game, 25 (2), 203-222.
Sanchez, E., Ney, M. et Labat, J-M (2011). Jeux sérieux et pédagogie universitaire : de la conception à l'évaluation des apprentissages. Revue Internationale des Technologies en Pédagogie, Journées scientifiques "Pédagogie Universitaire Numérique", 8 (1-2), 48-57. https://edutice.archives-ouvertes.fr/edutice-00613840/document
Sawyer, B. et Smith, P. (2008). SeriousGameTaxonomy. Serious Game Summit 2008, Game Developer Conférence, Février 2008.
Sitzmann,T. (2011). A meta analytic examination of the instructional effectiveness of computer-based simulation games, Personnel psychology, 64(2), 489-528.
Varela, F. (1989). Connaître les sciences cognitives. Seuil.
Zyda, M. (2005). From visual simulation to virtual reality to games. Computer, 38(9), 25-32.