

Ã©ditions Fyp : Les jeux vidÃ©o, Ã§a rend pas idiot !

Info

PostÃ© par : JerryG

PubliÃ© le : 11/2/2013 14:00:00

Il ne se passe pas une semaine sans que l'on tire Ã boulets rouges sur le jeuÃ vidÃ©o et ce pour un "Oui" ou pour un "Non". Sur Le Journal de la Next-Gen, j'aimeÃ bien me faire l'avocat du diable, alors tordons le cou Ã cette lÃ©gende urbaineÃ qui irrite tout le monde, le jeu vidÃ©o possÃ©de un cotÃ© lumineux, **les Ã©ditions Fyp** prÃ©sentent un ouvrage tendance : Ã« **Les jeux vidÃ©o, Ã§a rend pas idiot !**Ã» de Yann Leroux.

L'ouvrage Ã« Les jeux vidÃ©o, Ã§a rend pas idiot ! Ã» est l'un des 3 ouvrages de la collection Stimulo de FYP Editions, en partenariat avec l'ISG (membre du groupe [IONIS](#)). Les 3 objectifs de cette collection, qui comprend dans un premier temps 6 ouvrages, sont d'explorer des tendances futures, qui peuvent provoquer des mutations profondes :



- Contribuer Ã stimuler ;
- Proposer des contenus innovants ;
- VÃ©hiculer les tendances.

L'ISG, en tant que grande Ã©cole de commerce, s'inscrit ainsi dans une rÃ©flexion actuelle, avec un regard neuf sur les technologies numÃ©riques innovantes, qui sont au cÅur des changements majeurs de nos sociÃ©tÃ©s. Stimulo est une collection Â« culture Ã 360Â° Â», qui traite des TIC et de tous les thÃ©mes porteurs d'innovation ou sujets Ã une profonde transformation. FYP Ã©ditions publie depuis sept ans des ouvrages de rÃ©fÃ©rence sur tous les champs de l'innovation et sur des questions de sociÃ©tÃ©.

Pour information :

- Plus de 40 % de la population joue aux jeux vidÃ©o.
- Les femmes reprÃ©sentent 52 % des joueurs.
- 63 % des FranÃ§ais de plus de 10 ans ont jouÃ© aux jeux vidÃ©o.
- L'Ã¢ge moyen des joueurs, aujourd'hui de 35 ans, est en constante augmentation.

4- Le plaisir des jeux vidÃ©o dans le dÃ©veloppement de l'enfant

Une autre faÃ§on de comprendre le plaisir des jeux vidÃ©o est de prendre en compte le dÃ©veloppement psychoaffectif de l'enfant. Celui-ci n'est plus compris par rapport Ã ses caractÃ©ristiques propres ou par les besoins psychologiques que le joueur satisfait au travers lui, mais plutÃ´t au regard du niveau de maturation qu'il satisfait.

Les thÃ©ories du jeu distinguent trois grandes Ã©tapes dans le dÃ©veloppement du jeu chez l'enfant. Dans un premier temps, l'enfant joue en s'appuyant sur l'expÃ©rience de son corps propre et dans l'interaction avec les adultes qui l'environnent. CouchÃ© sur le dos, puis assis, l'enfant manipule de petits objets. Les vocalises, les jeux de mains, les massages, les bercements des adultes le ravissent. Les emboitements et les encastremements permettent les plaisirs des bonnes concordances tandis que le cachÃ©-trouvÃ© permet de jouer avec l'absence et les retrouvailles. Le second moment est celui des jeux symboliques. Au cours de ces jeux, l'enfant se sert de la fonction de reprÃ©sentation. Il joue en faisant semblant. Les jeux de rÃ´le mettent en scÃ¨ne les figures de l'imaginaire social (le voleur, le soldat, le docteur, etc.) tandis que la fonction de reprÃ©sentation lui permet de faire autre chose avec la mÃªme chose (un bout de bois devient une Ã©pÃ©e, une boÃ®te en carton un bateau, etc.). Enfin, dans un troisiÃ¨me temps, les jeux deviennent sociaux. L'enfant joue avec des partenaires en fonction de rÃ¨gles construites au fil du jeu (« on dirait que tu serais... ») ou prÃ©existantes au jeu, comme quand il joue aux cartes ou Ã des jeux de plateaux.

Les jeux vidÃ©o reprennent tous ces Ã©lÃ©ments. Ils sollicitent le corps entier parce qu'ils nÃ©cessitent des actions sur la face de jeu. Ce n'est plus la motricitÃ© digitale sollicitÃ©e, mais le corps dans son entier ! C'est ce qui explique des jeux comme *Rock Band* ou *Dance Dance RÃ©volution* qui sont basÃ©s sur l'interaction sensori-motrice. Le principe de ces jeux est d'agir en fonction de ce qui apparait sur l'Ã©cran : appuyer sur le bon bouton ou effectuer le mouvement au bon moment. Les affÃ©rences visuelles et auditives sont sollicitÃ©es ainsi que la sortie motrice. La motricitÃ© est soit pÃ©riphÃ©rique ou globale, selon que le joueur utilise une manette ou non. L'Ã©volution des systÃ¨mes de jeux a encore cet aspect. En effet, la Kinect (Microsoft), la Motion Move (PlayStation) ou la Wii (Nintendo) sont basÃ©es sur le plaisir des bons accordages entre le jeu et les images. Dans tous ces jeux, le joueur retrouve le plaisir des bons accordages.

Faire quelque chose en rythme ramÃ¨ne Ã une notion particuliÃ¨rement importante dans le dÃ©veloppement de l'enfant. Elle a Ã©tÃ© nommÃ©e accordage affectif par le psychologue Daniel Stern. Au cours de cette expÃ©rience, le parent et l'enfant interagissent dans des modalitÃ©s sensorielles et rythmiques. Par exemple, le bÃ©bÃ© babille et l'adulte l'accorde en frappant dans ses mains. Le rythme va crescendo et s'achÃ¨ve dans une explosion de rires partagÃ©s. Un psychanalyste, Serge Tisseron, a montrÃ© que les accordeurs professionnels peuvent Ãªtre remis au travail avec les jeux vidÃ©o. L'enfant sous-stimulÃ© investira les jeux vidÃ©o pour l'Ã©quilibre qu'ils procurent tandis que l'enfant surstimulÃ© aura besoin d'exercer ses capacitÃ©s de contrÃ´le dans l'espace de jeu.

C'est le divertissement prÃ©fÃ©rÃ© des FranÃ§ais et la premiÃ¨re industrie culturelle dans le monde. En une poignÃ©e d'annÃ©es, les jeux vidÃ©o se sont positionnÃ©s comme une locomotive de l'Ã©conomie numÃ©rique. Ce succÃ¨s tient Ã des logiques de marchÃ© que les Ã©diteurs de jeux savent habilement exploiter. Mais cette explication ne suffit pas ! Les jeux vidÃ©o ont pu prendre cette place grÃ¢ce Ã leurs qualitÃ©s propres.

Ils sont devenus un mÃ©dia incontournable parce qu'ils sont des objets de plaisir pur. Ils sont des maniÃ¨res de se mettre en lien avec soi-mÃªme et avec les autres. Mais ils sont aussi plus que cela : ils sont une maniÃ¨re d'appivoiser le futur.

Biographie de l'auteur :

Yann Leroux est docteur en psychologie et psychanalyste. Il Ã©tudie depuis de nombreuses annÃ©es la dynamique des relations en ligne. Membre de l'Observatoire des mondes numÃ©riques en sciences humaines, son expÃ©rience de joueur l'a amenÃ© Ã porter un autre regard sur le jeu.

- Prix de vente : 9,90 euros.
- Diffusion : librairie des pays francophones

[Plus d'info aux Ãditions Fyp.](#)