

Les *newsgames* croisent de manière ludique et sérieuse deux genres, le journalisme et le jeu, pour aider à mieux décrypter l'information.

Jeux d'info en ligne



Capture d'écran du jeu éditorial « Madrid », qui rend hommage aux victimes d'attentats dans le monde.

Crédit : Newsgaming.com

Les *newsgames* (ou jeux d'information) sont nés dans la foulée des *serious games*, jeux vidéo développés dans une perspective d'éducation ou de formation. Mais depuis le premier *newsgame* apparu sur internet en 2003, « September 12th », il aura fallu six ans pour que ce type de jeu vidéo passe du statut de divertissement à celui de média, observait Olivier Maucó, auteur d'une thèse traitant de l'idéologie des jeux vidéo (Université Panthéon Sorbonne), lors d'une journée d'étude sur le journalisme numérique organisée en mai dernier par l'École supérieure de journalisme (ESJ) de Lille.

Editoriaux et documentaires

A classer dans le genre éditorial, « qui sert les propos subjectifs de l'auteur », relève Olivier Maucó, « September 12th » analyse la guerre menée par les Etats-Unis contre le terrorisme. « Le jeu utilise une esthétique du jeu vidéo classique pour modéliser un paradoxe politique : comment les tactiques américaines affectent la population civile », explique Gonzalo Frasca, ancien journaliste et concepteur de jeux vidéo dont la société, Newsgaming.com, est basée en Uruguay et au Danemark. Le jeu est court, peu addictif mais son message clair : plus vous bombardez et tuez de civils, plus d'autres civils vont pleurer leurs morts et se transformer en terroristes.

Du même éditeur, le jeu « Madrid », lancé en 2004, rend hommage aux victimes de l'attentat de Madrid ainsi qu'à celles de toutes les autres villes du monde frappées un jour par le terrorisme. Le jeu, qui consiste à ne pas laisser s'éteindre les flammes de bougies, surfe sur l'émotion. « Cette mécanique de jeu fait ressentir la difficulté du travail de mémoire sur les victimes », indique Olivier Maucó qui classe « Madrid » dans la catégorie des « cartoons ».

Jouer au journaliste

Développé dans le cadre d'un concours de jeux vidéo ouvert aux jeunes créateurs (« Hits Playtime », organisé par LeMonde.fr), le projet « Newsleaks » propose d'apprendre par l'expérience le processus de sélection de l'information. En cours de développement, ce jeu est destiné à Facebook. A tester sur www.newleaks-game.com

Ce type de jeu vidéo, explique-t-il, s'inscrit dans la filiation des dessins de presse. Principales caractéristiques : leur temps de jeu et leur contenu sont faibles, leur durée de production est courte et leur technologie n'est pas issue du jeu vidéo. « On s'approprie des outils de développement web pour développer du jeu vidéo », souligne Maucó qui identifie encore les jeux documentaires basés sur un travail d'investigation et partageant de nombreux points avec le web documentaire (« mais ils ne sont pas encore entrés dans les rédactions »), et les jeux d'infographie reliés à des bases de données.

« Budget Hero », diffusé par le radiodiffuseur public American Public Media, illustre bien cette dernière catégorie. Le jeu, qui propose au joueur de simuler l'élaboration d'un budget pour l'Etat, s'appuie sur les chiffres (modèle de budget et prévisions) du bureau du budget du Congrès américain.

Simuler la manière dont fonctionne la réalité

Pour Ian Bogost, professeur à la Georgia Institute of Technology (Etats-Unis) et auteur de l'ouvrage « Newsgame. Journalism at play »⁽¹⁾, utilisée à des fins journalistiques, la dialectique ludique et interactive du jeu vidéo peut aider à une meilleure compréhension de la réalité. « Les jeux vidéo peuvent être du bon journalisme, à la fois comme média indépendant et comme complément à une couverture traditionnelle. (...) Ce sont des logiciels et pas une forme digitalisée d'un ancien média. Ils peuvent contenir du texte, des images, du son mais ils peuvent aussi faire plus : les jeux simulent la façon dont les choses fonctionnent en construisant des modèles avec lesquels il est possible d'interagir. »

Dans son ouvrage abondamment documenté, il entreprend une typologie des jeux d'info parmi lesquels les mots croisés et les quiz, toujours aussi populaires et « qui renouent avec une longue tradition de la presse écrite ». Le site crickler.com propose chaque jour une nouvelle grille pour tester (en anglais) ses connaissances de l'actualité. Chez nous, les sites de la plupart des quotidiens francophones publient chaque semaine un quiz sur l'actualité.

A noter que Ian Bogost est également cofondateur de la société Persuasive Games qui développe depuis 2009 des mini-jeux en ligne pour les abonnés du *New York Times*. Journal qui, l'an passé, remportait un Pulitzer pour une série de reportages sur les dangers de l'utilisation du téléphone portable au volant, laquelle comprenait le jeu de simulation (et de sensibilisation) *in situ* « Gauging your distraction » (« Mesurer votre distraction »).



Laurence Dierickx

[1] « Newsgames. Journalism at play », Ian Bogost, Simon Ferrari et Bobby Schweizer, The MIT Press, 235 pp., 18 € environ

Une première en France

Le 24 juin, *Le Monde* lançait, pour la première fois en France, un jeu vidéo sur son site internet. Baptisé « Primaires à gauche »⁽¹⁾, il a été réalisé en collaboration avec la société de formation KTM Advance et l'École supérieure de journalisme de Lille. Ironie de l'actualité, la sortie du jeu a été retardée par le retrait de la candidature de DSK.

Son principe : vous glissez dans la peau d'un candidat aux primaires socialistes et faire campagne pour votre élection. « En choisissant votre candidat (capture d'écran), le style de votre campagne, vos orientations politiques, vous allez mettre sur pieds une stratégie et débattre contre vos adversaires pour tenter de séduire les électeurs. (...) Vous allez aussi découvrir, d'une manière ludique et légère, le calendrier d'une primaire, ses rebondissements et ses principaux acteurs », expliquent Florent Maurin et Nabil Wakim, journalistes et concepteurs du projet, sur le blog du premier, lequel est entièrement dédié aux *newsgames*⁽²⁾. L. D.

[1] <http://bit.ly/primairesagauche>

[2] <http://newsgames.blog.lemonde.fr>

A la moulinette

Ils sont conçus tout aussi rapidement qu'ils se jouent, ils s'appuient sur l'actualité chaude et la caricature : les jeux tabloïds font régulièrement le buzz en ligne mais leur objectif n'est pas tant d'informer que d'amuser. Le mini-jeu « Coup de boule », mettant en scène Zidane, fait comprendre de la manière la plus simpliste du monde qu'on ne frappe pas sur un terrain de foot sinon c'est le carton rouge assuré. L'affaire DSK a vu fleurir sur la toile pas moins de cinq jeux ayant pour cadre un hôtel et pour autres protagonistes au moins une femme de chambre et Anne Sinclair. Tous ont en commun leur humour graveleux.

Ben Laden continue à se faire massacrer chaque jour sur « Missile Ben Laden » et « Shoot Ben Laden ». Quant à Julian Assange, dans « Wikileaks : the Game », il s'est introduit dans le bureau de Barack Obama. Sa mission : subtiliser des fichiers secrets sur l'ordinateur du président assoupi.

A côté de ces jeux coexistent ceux qui s'inscrivent dans le cadre d'une démarche journalistique sérieuse et fouillée. A l'instar de « Cutthroat Capitalism »⁽¹⁾ qui propose de comprendre l'économie de la piraterie qui sévit au large des côtes somaliennes en devenant soi-même un pirate. Ce jeu a été développé dans la foulée d'une série d'articles publiés en 2009 dans le magazine américain *Wired*. L. D.

[1] <http://bit.ly/gamewired>

Martine Aubraie
Maire d'une grande ville, cette ancienne ministre du travail est l'actuelle première secrétaire du parti. Elle joue de bons réseaux sur le terrain.

7

