



HAL
open science

Les médias d'information jouent-ils le jeu de l'innovation ? Le cas du newsgame

Gersende Blanchard, Philippe Useille, Aurélia Lamy

► To cite this version:

Gersende Blanchard, Philippe Useille, Aurélia Lamy. Les médias d'information jouent-ils le jeu de l'innovation ? Le cas du newsgame. *Revue des Interactions Humaines Médiatisées (RIHM) = Journal of Human Mediated Interactions*, 2017, 18 (2). <halshs-02434820>

HAL Id: halshs-02434820

<https://shs.hal.science/halshs-02434820v1>

Submitted on 16 Apr 2025

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire HAL, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



HAL Authorization

Les médias d'information jouent-ils le jeu de l'innovation ? Le cas du newsgame.

Do the news media play the innovation game? The case of the newsgame.

Philippe USEILLE (1), Aurélia LAMY (2), Gersende BLANCHARD (3)

(1) Laboratoire DeVisu, Université Polytechnique des Hauts-de-France, philippe.useille@uphf.fr

(2) Laboratoire GERiCO, Université de Lille, aurelia.lamy@univ-lille.fr

(3) Laboratoire GERiCO, Université de Lille, gersende.blanchard@univ-lille.fr

Résumé. Depuis deux décennies, le développement des technologies et des supports numériques a profondément transformé la culture de l'information, incitant les entreprises de presse à s'adapter. Cette période est marquée par l'émergence de nouveaux formats d'écriture et de présentation de l'information tels que le webdocumentaire ou le datajournalisme. A ce titre, le newsgame - ou jeu sérieux d'actualité - fait figure d'innovation, non seulement comme nouveau format journalistique, mais aussi comme signe de la recomposition des rédactions, de l'évolution des métiers ou de la redéfinition des frontières du journalisme. Cet article s'inscrit dans une réflexion menée sur la conception, la diffusion et l'appropriation du newsgame à travers l'exemple particulier de *Primaires à Gauche*, réalisé en 2011 par Le Monde.fr, qui sera mis en perspective avec des productions plus récentes. Mais, au-delà du seul newsgame, il s'agit de questionner la pertinence du concept d'innovation appliqué à de nouvelles pratiques journalistiques voulant répondre à la perception des pratiques actuelles de consommation de l'information.

Mots-clés. journalisme numérique, newsgame, innovation, culture de l'information.

Abstract. During the last two decades, the development of digital technologies and devices has deeply changed the information culture, encouraging press companies to adapt themselves to face new challenge. These times are characterized by the emergence of new formats to design information such as webdocumentary or datajournalism. As such, the newsgame – a kind of serious game used in the news can be seen as an innovation, not only as a new journalistic form but also as revealing the overhaul of newsrooms, the ongoing evolution of journalist profession or the reshaping of journalism territory. This paper deals with the design, the distribution and the uses of the newsgame through the particular example of *Primaires à Gauche*, produced in 2011 by Le Monde.fr, and other more recent productions. But, beyond the newsgame, we study the relevance of the concept of innovation when it is applied to new journalistic practices wishing to match the supposed news consumption practices.

Keywords. digital journalism, newsgame, innovation, information culture.

Introduction

Alors que, depuis le début des années 2000, les médias sont engagés dans une « marche forcée vers le numérique » (Lavergne, 2014), les rapports entre journalisme et Technologies de l'Information et de la Communication (TIC) numériques ont été largement traités, que ce soit du point de vue de l'évolution et de l'adaptation des entreprises de presse au multimédia (Batard, 2010), ou des impacts sur les postures identitaires et les pratiques journalistiques (Pelissier, 2002). Les évolutions successives des titres de presse, liées à l'investissement du web, ont contribué non seulement à modifier les structures organisationnelles des entreprises de presse avec l'apparition de rédactions multi-supports, puis leur fusion (Mercier et Pignard Cheynel 2014), à mettre à jour « l'élasticité identitaire » des journalistes (Pelissier, 2002) mais également à reconsidérer la question des publics. L'apparition des TIC numériques dans l'univers journalistique a longtemps été perçue comme une « évolution » (Giussani, 1997, citée par Rebillard, 2006), marquée par de nouvelles modalités de construction ou de diffusion de l'information, appréhendées comme autant de formes d'innovation technique et sociale constitutives de ce que certains ont pu appeler le Journalisme 2.0 (Le Champion, 2012).

Le recours au newsgame ou jeu sérieux d'actualité, un format numérique adapté au web, comme constituante des offres médiatique et journalistique, est en effet lié au mouvement général de conversion au numérique (Mauro, 2011b) et au renouvellement plus général des contenus, des usages et des supports qui lui est associé. Variante du serious game, le newsgame présente un autre mode de traitement de l'information. Il s'agit d'un type d'application informatique qui s'inspire du jeu vidéo sur les plans techniques et culturels mis au service d'un objectif utilitaire, par exemple pour apprendre, informer ou expérimenter (Alvarez, 2012). Le newsgame quant à lui introduit du « jeu » dans un univers journalistique où prime le « sérieux », même si le voisinage entre information et divertissement n'est pas nouveau (cf. notamment Neveu, 2001). Cet objet est intéressant, car il participe du renouvellement des pratiques et des formats journalistiques à l'ère du numérique, où l'exploration de nouvelles formes d'information répond, en période de crise des médias, à un besoin d'adaptation et à une quête d'attractivité (Salles, Schmitt, 2016).

Le newsgame, en tant que nouveau format d'information, apparaît comme caractéristique des mutations de la presse en ligne, si l'on considère, à l'instar de Bernard Miège, que [celles-ci] « ne peuvent être appréciées que dans la durée [et] doivent nous permettre de repérer des transformations profondes et durables, généralement de pratiques informationnelles, culturelles et communicationnelles [...], les mutations impliquent des changements dans le recours à des outils ou à des filières d'outils [...], s'opèrent également des modifications par paliers ou seuils, dans les usages des outils et même dans les pratiques elles-mêmes » (Miège, 2007b : 57). Si le concept d'innovation est souvent associé à celui de changement, de mutation, et s'inscrit dans un prolongement de l'existant, il porte également l'idée de rupture : rupture par rapport à l'existant – l'innovation est nouvelle –, rupture d'un point de vue symbolique – en ce qu'elle n'était pas forcément concevable avant d'exister –, rupture du point de vue des usages – en ce qu'elle est accompagnée de nouvelles formes de pratiques. Ainsi, pour Bernard Miège « le concept d'innovation devrait s'appliquer en priorité aux innovations de rupture (radicales selon Freeman) » (Miège, 2007b : 56-57). Penser l'émergence de nouveaux formats journalistiques nous amène à questionner l'innovation en tant qu'élément de changement et de mutation de la presse en ligne mais également en tant qu'objet de rupture, et ceci tant du point de vue de la production journalistique, de la « mise en scène » des informations proposées que des usages aussi bien prescrits par les concepteurs qu'observés chez les internautes-lecteurs. Le newsgame, au même titre que les nouveaux supports multimédias de diffusion d'information en ligne, constituerait donc bien une « innovation de procédé » (Gaglio, 2011 : 27) en ce qu'il permettrait de

réinventer les codes de diffusion d'une information et induirait une déconstruction du rapport du support au lecteur, en lui proposant de nouveaux modes d'appropriation.

S'interroger sur le newsgame nous conduit ici à reconsidérer les notions de cadre sociotechnique, cadre de fonctionnement et cadre d'usage largement travaillées en sociologie de l'innovation. Nous souhaitons ici appréhender le cadre sociotechnique du newsgame, recontextualisé dans l'évolution des médias en ligne. Nous suivons en cela des chercheurs tels que Bernard Miège pour qui « il est finalement vain de séparer le technique du social car ils sont reliés par des médiations nombreuses » et qui propose « de retenir le qualificatif de sociotechnique pour désigner les outils, dispositifs et services associés ainsi que le procès d'innovation lui-même » (Miège, 2007b : 22). C'est ici que se trouve l'originalité de la recherche en Sciences de l'Information et de la Communication appliquée à des dispositifs innovants tels que le newsgame, originalité qui réside « dans son aptitude à tenir ensemble la dimension technique du web, replacée dans son environnement sociotechnique, ainsi que l'ensemble complexe des médiations sociotechniques qui le font exister » (Monnoyer-Smith, 2013 : 14).

Cet article s'inscrit aussi dans une réflexion menée sur la conception, la diffusion et l'appropriation du newsgame, comme nouveau format, à travers l'exemple particulier de *Primaires à Gauche*. Ce newsgame a été réalisé en 2011 par *Le Monde.fr* en collaboration avec KTM Advance, société spécialisée dans le e-learning et le serious game dans le cadre de la réponse à un appel à projets en recherche-développement et innovation dans le domaine du Web 2.0 et du serious game publié en 2009 par le Secrétariat d'État à l'Economie numérique.

L'étude de *Primaires à gauche*, au cours de laquelle a été suivi le processus de conception et de production du newsgame, nous a conduits à mener des entretiens semi-directifs auprès de journalistes investis dans le projet, d'un web designer de KTM Advance et du rédacteur en chef du *Monde.fr*, entre février et juin 2011. Nous avons également pu mener des observations lors des playtests effectués auprès des étudiant.e.s de l'ESJ de Lille à qui nous avons soumis un questionnaire et auprès de journalistes volontaires testeurs au sein de la rédaction du *Monde.fr* que nous avons pu interroger au moyen d'entretiens semi-directifs. Enfin, nous avons procédé à l'analyse des premières réactions et commentaires des internautes publiés entre le 24 juin 2011 (jour de la sortie officielle du newsgame) et le 29 août 2011 (veille de la première modification apportée au newsgame par les concepteurs) à partir d'un corpus de 103 messages publiés sur différents dispositifs numériques d'interaction proposés par les concepteurs.

A partir de l'analyse que nous avons pu faire de ces différents types de matériaux, il s'agit d'interroger l'évolution des codes d'écriture de l'information à travers l'expérimentation de dispositifs nouveaux et leurs implications pour les pratiques journalistiques au prisme de l'innovation. Ainsi, au-delà du newsgame, nous voulons questionner la pertinence du concept d'innovation appliqué à de nouvelles pratiques journalistiques, faisant écho - ou se voulant faire écho - à la perception des nouvelles pratiques de consommation de l'information.

1 Le newsgame, entre innovation et contestation

Gonzalo Frasca, un développeur uruguayen, serait à l'origine du terme « newsgame » utilisé pour caractériser des applications situées à l'intersection des jeux vidéo et du journalisme. En concevant avec son équipe *September 12th* (2010), il proposait au joueur d'éliminer les terroristes d'une ville du Moyen Orient et par cette simulation de montrer l'absurdité de la guerre contre le terrorisme à coup de « frappes chirurgicales », la violence engendrant encore plus de violence. Ce newsgame est devenu viral car il dénonçait – en se passant de mots – la guerre menée par les Etats-Unis contre le terrorisme.

Si l'utilisation du jeu par les titres de presse n'est pas nouvelle – ces derniers proposent depuis longtemps à leurs lecteurs des puzzles ou des mots croisés (Burton, 2005) – le développement d'internet a contribué à la diffusion de jeux interactifs demandant une bonne connaissance de l'actualité. Le newsgame est l'une de ces nouvelles manières de confectionner et d'accéder à l'information dans le contexte plus général du développement des médias en ligne (Fogel, Patino, 2005) et de la mutation des pratiques journalistiques (Rieffel, 2012 ; Leteinturier, 2014). Par newsgame, on désigne en fait des objets relativement différents. Ainsi, le chercheur et game designer Ian Bogost, qui fut l'un des premiers à les étudier dans son ouvrage *Newsgame. Journalism at Play* (Bogost, 2010), range dans cette catégorie assez large aussi bien des jeux sur l'actualité (comme *September the 12th*) que des infographies interactives qui permettent de jouer avec des données, telles que *Budget Hero*, (le budget dont vous êtes le héros ...), lancé en 2008 par l'American Public Media pour aider à comprendre les priorités de l'Etat fédéral en matière de dépenses.

Le newsgame appartient à la nébuleuse du jeu vidéo. Mathieu Letourneux (Letourneux, 2005) constate que, dans ce domaine, les critères de définition du genre sont difficiles à établir, car ils combinent les diverses dimensions techniques, ludiques, diégétiques ou narratives. En effet, le jeu vidéo « est lui aussi une façon de formuler le réel à travers le langage spécifique que lui offrent ses contraintes techniques » (Letourneux, 2005 : 47). De plus, selon l'auteur, « les possibilités techniques de la machine conditionnent le développement de tel ou tel genre, au point qu'une histoire du système générique propre au jeu vidéo s'apparenterait en grande partie à une histoire de l'évolution du média » (Letourneux, 2005 : 47). Le newsgame doit effectivement son développement à la fin des années 90 et dans les années 2000 au fait qu'il était peu gourmand en ressources, facile à produire et à jouer grâce aux technologies utilisées alors sur le Web (comme Flash) qui ont favorisé sa diffusion. L'étude du newsgame devrait donc tenir compte des développements techniques et médiatiques qui accompagnent cette forme d'écriture et d'appropriation de l'information. Enfin, comme le souligne Letourneux, « cela signifie que ce qui constitue le genre, ce sont les acteurs de la communication (consommateurs, auteurs, producteurs, diffuseurs, critiques), et leurs approches différant, ils n'obéissent pas à une cohérence rationnelle et constituent ainsi les déterminations génériques de façon éclatée, disparate, contradictoire (...) » (Letourneux, 2005 : 48-49).

L'appellation de « newsgame » peut tout aussi bien être revendiquée par ses promoteurs que négligée par certains auteurs-concepteurs, peu soucieux de mettre une étiquette sur leur production originale. Le newsgame se comprend aussi à partir des discours produits par les auteurs-concepteurs (Mauco, 2011b) qui théorisent leur pratique (et leur propre réception) et essaient de penser le jeu et sa sphère d'action en mettant en évidence son potentiel d'innovation, non sans s'appuyer sur des hypothèses info-communicationnelles que nous interrogerons par la suite.

L'apparition du newsgame dans le monde de l'information journalistique est révélatrice d'une certaine reconnaissance du jeu vidéo qui s'aventure en dehors du monde du divertissement pour se faire serious game. La même évolution s'observe aussi pour la bande dessinée. La BD-reportage aborde l'actualité ou des faits historiques dans une perspective informative, voire critique. Parus dans les années 2000, les quatre tomes autobiographiques de *Persepolis*, de Marjane Satrapi, évoquent sans détours l'histoire récente de l'Iran, empruntant la voie ouverte par d'autres auteurs comme Art Spiegelman, auteur de *Maus* paru dans les années 80. De façon similaire, le jeu vidéo s'autorise tous les sujets. Et le newsgame en serait l'illustration la plus évidente, comme le suggèrent Ian Bogost, Simon Ferrari et Bobby Schweizer (Bogost et al., 2010), ce qui ne va pas sans susciter certaines résistances. Ainsi, Apple's App Store a refusé de distribuer *Endgame : Syria*¹, développé par Auroch Digital (2012) qui propose une

1. <http://gamethenews.net/index.php/endgame-syria/>

approche du conflit syrien par le jeu. Un article du *Guardian* qui lui était consacré a de son côté provoqué de vives réactions d'internautes scandalisés qui s'offusquaient qu'on traite de cette manière la souffrance des gens². Cette polémique montre que le jeu est sujet à controverses et qu'il peut avoir mauvaise presse. Plus ancien, *JFK Reloaded*, édité en 2004 par Traffic Management, avait déjà été réprouvé par la famille Kennedy (Burton, 2005). En effet, le joueur devait se mettre dans la peau de Lee Harvey Oswald afin de vérifier la validité du scénario retenu par la commission Warren. L'idée d'attribuer des récompenses ou des pénalités semble contestable du point de vue journalistique, car l'information n'est plus qu'un moyen au service du jeu. Pourtant, Jon Burton (Burton, 2005 : 91) répond que la seule manière de gagner dans *JFK Reloaded* est de bien comprendre comment s'est déroulé l'assassinat du président américain : dans cette perspective, ce serait plutôt le jeu qui est au service de l'information.

Le média de diffusion joue aussi un rôle dans l'accueil d'un newsgame : c'est l'idée avancée par Ian Bogost selon qui *Endgame : Syria* aurait sans doute été mieux accepté s'il avait été mis en avant par un média légitime et reconnu comme le *New York Times* ou le *Guardian*³. C'est pourquoi envisager le newsgame comme une innovation invite à l'étudier tant du point de vue de la production journalistique (sachant que tous ne sont pas produits par des journalistes), de la « mise en scène » de l'information que de sa diffusion et des usages (tant représentés qu'observés) en tenant compte de ce que les acteurs en disent et en font.

Si internet, et les nouveaux dispositifs qu'il permet de mettre en œuvre, sont parfois perçus comme une menace pour le journalisme (Scherer, 2011 ; Poulet, 2009), *LeMonde.fr* a choisi d'en faire une opportunité. Il faut avant tout rappeler que la production du newsgame Primaires à gauche en 2011 s'inscrit dans un long processus de passage au numérique engagé par le journal et inachevé à ce moment-là (Maurin, 2016). Célice Dolbeau-Bandin a étudié cette « mise en ligne » du Monde pour la période 1995-2005 (Dolbeau-Bandin 2008), époque où « personne ne [savait] si le site [devait] être une simple copie du journal papier sur l'écran ou s'il [devait] se présenter comme une nouvelle formule spécifiquement adaptée pour le Web ». Comme journalistes, Raphaëlle Bacqué et Ariane Chemin ont relaté en 2014 dans leur article « Le jour où... *Le Monde* se met au Web »⁴ cette histoire tumultueuse qui se déroule entre 1995 et 2005, source de tensions au sein de la rédaction.

En 2011, via son « pôle projet », *LeMonde.fr* a fait en sorte de favoriser l'innovation tant auprès de ses journalistes qu'auprès de ses lecteurs : « travaillant à une meilleure adaptation au média internet, le journal est à la recherche de valeurs ajoutées » (Salles, 2010 : 422) qu'il ambitionne de trouver dans la réalisation de dispositifs multimédias innovants tels que les webdocumentaires. *LeMonde.fr* est à la fois le premier et le seul titre de presse en ligne français à s'être lancé dans la réalisation d'un newsgame revendiqué en tant que tel, ce choix s'inscrit dans une politique de développement de nouveaux supports numériques depuis largement développée par la rédaction⁵. Cette

2. <http://m.guardian.co.uk/technology/appsblog/2013/jan/08/endgame-syria-apple-rejection/> : "British developer Auroch Digital says its Endgame: Syria game has been rejected by Apple due to its political content".

3. <http://m.guardian.co.uk/technology/gamesblog/2013/jan/11/news-games-future-interactive-journalism>

4. Bacqué, R., Chemin A. (2014). *Le jour où... « Le Monde » se met au Web*. Article publié dans *Le Monde.fr* le 31 juillet 2014. Disponible à : https://www.lemonde.fr/festival/article/2014/07/31/le-jour-ou-le-monde-se-met-au-web_4465429_4415198.html

5. De la mise en ligne du Monde largement étudiée par Cécile Dolbeau-Bandin (2008), l'émergence et la pérennisation du blog Les Décodéurs à partir de 2010 à l'adoption d'un système éditorial permettant de publier des contenus directement en ligne, *Le Monde* s'est depuis

innovation éditoriale n'était pas sans risque pour *LeMonde.fr* puisque le parti pris d'introduire du jeu dans l'univers sérieux de l'information journalistique pouvait induire un rejet de la part des lecteurs traditionnels ne se reconnaissant pas dans la proposition de ces nouveaux codes et nouvelles modalités d'accès à l'information. Faire usage d'un objet tel que le jeu vidéo pour traiter des informations, qui plus est politiques, était susceptible de mettre à mal l'image du journal et de constituer un frein à l'appropriation des informations diffusées. En effet, comme le souligne Gaglio, « l'appropriation d'une nouveauté relève du registre du faire (avec la création de pratiques) mais repose aussi sur l'adoption du (des) principe(s) qu'elle sous-tend » (Gaglio, 2011 : 21). Ce choix éditorial se révélait toutefois complètement assumé par les journalistes en charge du projet, comme l'illustre cet extrait d'un entretien réalisé auprès du rédacteur en chef du *Monde.fr* : « on peut estimer que [...] la politique est un sujet sérieux et qu'on ne joue pas avec un sujet sérieux. On peut estimer ensuite que notre jeu est mal fait, qu'il a tendance à [...] à mettre en valeur plutôt je ne sais quel candidat [...] Tout ça c'est là mais on assume⁶ ».

L'exemple de *Primaires à Gauche* permet de faire émerger une réflexion sur les nouvelles pratiques journalistiques et surtout les postures identitaires des journalistes investis dans le projet. On connaît bien aujourd'hui la difficulté pour certains journalistes à cerner les contours d'une profession où les activités se multiplient quand certains chercheurs ont proposé de (re)penser l'identité journalistique comme une identité « floue » (Ruellan, 2007), « paradoxale, c'est-à-dire " tiraillée " par des principes contradictoires dont la réalisation reste toutefois nécessaire à l'accomplissement professionnel » (Pelissier, 2002), quand d'autres y voient une caractéristique de l'évolution du rôle et du métier d'un journaliste multicompétent, devenu Shiva (Mercier 2016), tiraillé entre pluriactivité (graphisme, management, analyse de données par exemple) et polyactivité quand le journaliste va jusqu'à exercer plusieurs métiers parallèles (Salles et Schmitt, 2016) comme c'est le cas de nombre de photojournalistes.

Pour la réalisation du newsgame *Primaires à Gauche*, les journalistes ont été partie prenante dans la rédaction du contenu éditorial. Afin de cerner au mieux les tenants et les aboutissants des primaires socialistes, les enjeux de ce type de campagne pour un homme ou une femme politique et surtout les stratégies mises en œuvre dans cette situation, les journalistes interrogés ont confié avoir mené un travail de documentation et d'enquête relatif aux primaires socialistes de 2006, consulté des spécialistes des jeux vidéo et de l'information politique, pour tenter de proposer une mise en scène de l'information permettant de « n'arriver qu'au mécanisme, à la manière dont ça [une campagne électorale] fonctionne⁷ ». Ce travail en amont, structurant tant pour les journalistes que pour le jeu lui-même, relève clairement des pratiques traditionnelles du journalisme. Toutefois, le travail de conception du projet et du contenu éditorial de *Primaires à gauche*, réalisé plusieurs mois avant le déroulement de la campagne des primaires socialistes de 2011, a également nécessité de la part des journalistes une « anticipation des scénarii possibles sur la campagne à venir » (Estienne et al., 2011), qui peut être appréhendée comme innovante pour les pratiques de production de l'information journalistique en ce qu'elle relève d'une écriture anticipée relative à un événement programmé. Ainsi, à titre d'exemple, dans les premières versions playtestées de *Primaires à gauche* en février 2011 figuraient des personnages candidats inspirés de plusieurs personnalités politiques alors que les candidats aux primaires socialistes ne s'étaient pas encore déclarés. Cette anticipation, pour partie liée au temps relativement

longtemps engagé dans un processus de numérisation pour adapter ses pratiques aux modes de lecture effectifs de la presse sur le web.

6. Entretien réalisé le 09/03/2011.

7. Entretien réalisé le 09/03/2011.

long de la conception de ce format d'information journalistique⁸, a notamment conduit les journalistes à faire évoluer et à adapter le contenu de *Primaires à gauche* de manière continue, y compris après sa mise en ligne, pour en faire un objet informationnel davantage en phase avec l'actualité politique. Si l'un des personnages candidat du jeu, dans les versions playtestées, était inspiré de Dominique Strauss-Kahn, l'arrestation de ce dernier, le 14 mai 2011, a incité les concepteurs non seulement à repousser la sortie de *Primaires à gauche*, initialement prévue le 20 mai 2011, mais aussi, par la suite, à retirer ce personnage du newsgame. Finalement, son audience a atteint les 250 000 parties jouées (Maurin, 2016).

La conception de *Primaires à Gauche* a également nécessité la mise en commun de compétences diverses entre journalistes, développeurs et webdesigners dans le cadre d'un fonctionnement par projet. Comme cela a par ailleurs déjà pu être souligné, ce mode de collaboration entre les journalistes et d'autres professions qui participent à l'écriture, à la réalisation et à la diffusion de l'information n'est pas nouveau mais s'est amplifié avec le numérique (Salles et Schmitt, 2016). Il a pu notamment être relevé en datajournalism (Estienne, 2011) ou dans la production de webdocumentaires « ce format médiatique hybride aux frontières poreuses et instables [qui] réunit des champs professionnels disparates et souvent divergents dans leur approche de l'image : réalisateurs de films documentaires, photographes, journalistes, producteurs plurimédia, programmeurs (base de données, html, serveur), développeurs flash, web-designers, community managers, etc. (Gantier, Bolka, 2011 : 120). Cela a nécessité de la part du journaliste de développer ses connaissances sur l'univers du jeu vidéo et d'appréhender son rôle dans le groupe, non seulement en tant que journaliste, mais également comme « chef de projet » (Estienne et al., 2011). Le caractère innovant de *Primaires à Gauche* apparaît clairement ici dans la conception du jeu qui a conduit des acteurs de l'information et du game design à élaborer ensemble un nouveau format d'information journalistique, et ceci en tentant de concilier des cultures professionnelles différentes mais se voulant complémentaires ; l'objectif commun étant de réussir à mettre en scène l'information de manière ludique en respectant et les codes du journalisme, et ceux des jeux vidéo. La plus grande difficulté résidait alors dans la complexité à faire coexister l'éditorial et le gameplay, (c'est-à-dire la manière dont le jeu se joue) comme le laissent entendre les propos du rédacteur en chef du *Monde.fr* : « l'éditorial est souvent attentatoire au gameplay. Inversement le gameplay peut être attentatoire à l'éditorial [...] c'est le cœur même de ce projet, c'est cette négociation-là : entre le gameplay et la réalité, l'objectif éditorial⁹ ». Aussi, comme le rapporte le directeur artistique de KTM Advance, il a fallu « faire comprendre lentement, patiemment, avec beaucoup de pédagogie [aux journalistes], qu'on ne peut pas tout faire rentrer, [...] ce qu'on n'arrivera pas à faire rentrer dans les règles du jeu ne sert à rien, va abîmer l'expérience de jeu et ne passera pas de toute façon¹⁰ ». De la même manière, les personnels de KTM Advance ont parfois été amenés à bousculer les règles pour permettre au contenu éditorial, jugé essentiel, d'apparaître explicitement dans le jeu : « on compose [...] quand on discute avec eux [les journalistes] on passe notre temps à discriminer, à enlever ou à discuter avec eux et nous à comprendre que en fait ça c'est important et qu'on va peut-être réussir à le faire rentrer¹¹ ». Nous pouvons voir en cela une illustration de la confrontation, du compromis (Flichy, 2003), voire de la compromission (Akrich et al., 1988) qui accompagne la manière dont se construit une innovation, et ce à toutes les étapes de son développement.

8. Le travail de conception a débuté en janvier 2010 pour une mise en ligne de « Primaires à gauche » fin juin 2011 sur le site du Monde.fr.

9. Entretien réalisé le 09/03/2011

10. Entretien réalisé le 29/04/2011

11. Entretien réalisé le 29/04/2011

2 Le newgame, une innovation de processus ou de procédé ?

Ces confrontations et compromis sont liés à la difficulté, que nous venons de pointer, d'associer l'éditorial au gameplay, à la manière dont les informations peuvent être transmises via un dispositif vidéoludique. Ce dispositif articule des médiations comprises comme ce qui donne forme et sens au contenu éditorial, encodé dans le jeu. Utiliser le terme de dispositif n'est ici pas anodin, en effet, comme le souligne Laurence Monnoyer-Smith, « Le concept de dispositif se révèle particulièrement heuristique en ce qu'il invite le chercheur à faire le lien entre le contexte technique observé et les agencements sociaux et institutionnels qui ont permis sa mise en place. On pourra ainsi déterminer, derrière cet architecte, la nature des impensés ou des contraintes qui ont contribué à la mise en œuvre des pratiques observées » (Monnoyer-Smith, 2013 : 25).

La notion de dispositif nous permet ainsi de convoquer de manière pertinente la sociologie de l'innovation notamment à travers les notions de cadre sociotechnique, cadre de fonctionnement et cadre d'usage, stabilisées par Patrice Flichy dans *L'innovation technique* (2003). En outre, comme le souligne Vinciane Zabban, cette approche sociotechnique « des jeux vidéos, qui interrogent ceux-ci dans une perspective dynamique comme des dispositifs, offre une alternative intéressante pour prendre en compte à la fois ce que le jeu fait au joueur et ce que le joueur fait au jeu » (Zabban, 2012 : 161) et permet donc de penser le lien entre cadre d'usage et cadre de fonctionnement.

Selon Patrice Flichy, « la mise au point des interfaces constitue incontestablement l'un des aspects de l'élaboration du cadre de fonctionnement. C'est même l'aspect le plus visible de ce cadre » (Flichy, 2003 : 126). Au-delà de la réflexion sur la mise en œuvre de l'innovation et les processus de conception innovants que nous venons d'évoquer, il est donc essentiel d'interroger le dispositif technique lui-même, et au-delà, les formes de médiation qu'il propose. Le cadre de fonctionnement proposé ici n'est pas nouveau, il est « constitué par mutation d'un cadre de fonctionnement précédent » (Flichy, 2003 : 209), en ce qu'il reprend, par le gameplay et plus largement le game design, les codes du jeu vidéo. L'innovation réside ici davantage dans la manière dont le cadre sociotechnique et notamment le cadre de fonctionnement « imaginent » les usages. Ainsi, comme le rappelle Bernard Miège, « les représentations des usages sont également un élément essentiel qui est mobilisé dans les controverses entre concepteurs. S'il paraît fondamental d'intégrer dans une même analyse conception et usage pour penser la technique, il ne faut pas postuler une fausse symétrie entre concepteurs et usagers » (Miège, 2007a : 89). Cette fausse symétrie (entre les usages prescrits par le jeu et les usages effectifs), si elle ne conduit pas nécessairement à l'échec de l'innovation, peut tendre à la redéfinir au vu des usages effectivement constatés.

Pour le newgame *Primaires à Gauche*, le cadre de fonctionnement est induit d'une part par le gameplay – le joueur doit choisir un personnage candidat et mener une campagne en y associant des alliés pour battre son adversaire politique – d'autre part par le contenu des propos des personnages produits par les journalistes. Il est finalement sous-tendu par la place que prend le newgame dans l'espace du *Monde.fr* et par les liens entretenus par le jeu avec d'autres espaces en ligne comme le blog « Je perds donc je pense, informer, expliquer, faire comprendre grâce aux jeux vidéo » vers lequel les internautes (joueurs et/ou lecteurs du *Monde.fr*) étaient invités à venir discuter avec les concepteurs¹². Les dispositifs de médiation mis en œuvre par les journalistes ainsi que par les développeurs et webdesigners de KTM Advance font donc pleinement partie de ce cadre de fonctionnement où la médiation vidéoludique « filtre » et fait advenir le contenu journalistique, et cela en posant un certain cadre d'usage.

Si le modèle de la diffusion a longtemps été dominant dans l'analyse des processus d'adoption d'une innovation, il a néanmoins été considérablement critiqué tant par des

12. Ce blog n'est plus accessible à l'adresse <http://newsgames.blog.lemonde.fr/>

économistes que des chercheurs en sciences humaines et sociales (Bibard, 1992 ; Gaglio, 2011). Patrice Flichy a largement mis en lumière la complexité des processus sociaux mis en œuvre dans le développement et la diffusion d'une innovation sociotechnique. Pour lui « une innovation ne devient stable que si les acteurs techniques ont réussi à créer un alliage entre le cadre de fonctionnement et le cadre d'usage » (Flichy, 2003 : 219). Ainsi le dispositif sociotechnique ne peut se penser sans interrelation avec les cadres d'usage qui lui donnent sens et qui, parallèlement, prennent sens à travers lui. Pour Bernard Miège, « les techniques ne viennent pas combler des besoins qui leur préexisteraient, et auxquelles elles n'auraient qu'à s'adapter » (Miège, 2007a : 154). L'appropriation d'un nouveau format journalistique dépend largement des habitudes de consommation informationnelle des internautes-lecteurs. En effet, si l'on se réfère à Gaglio, « l'appropriation, transformant une invention en innovation, a [...] cours dans un système socio-technique et un ensemble de pratiques déjà là. Elle s'inscrit dans des interdépendances, est tributaire d'une antériorité » (Gaglio, 2011 : 20). Ainsi on constate que si la création du newsgame *Primaires à gauche* devait, pour ses concepteurs, permettre au *Monde.fr* d'élargir son lectorat et intéresser des personnes traditionnellement peu enclines à s'informer sur la politique, nous avons pu montrer (Blanchard et al., 2011a) que les usagers tels qu'ils sont construits dans le dispositif semblent surtout faire partie d'une « niche » de lecteurs du *Monde.fr* déjà à l'aise avec les codes et les mécanismes du jeu vidéo.

Le cadre d'usage subit plusieurs transformations durant les phases de création-conception, diffusion ou appropriation du jeu, il est donc constamment renégocié. Ce sont les représentations du public apportées par les co-concepteurs – journalistes du *Monde.fr* ou développeurs/webdesigners de KTM Advance – qui forgent le cadre d'usage premier. Si les webdesigners de KTM Advance ont tenté de rendre le gameplay accessible aux non-initiés du jeu vidéo, journalistes comme développeurs s'accordaient à dire que les usagers de *Primaires à Gauche* seraient des personnes un peu intéressées par la politique et sensibles aux jeux vidéo. Ce cadre d'usage évolue au fil des médiations et de la mise en scène technique : les playtests organisés auprès des étudiants de l'École Supérieure de Journalisme de Lille et de journalistes de la rédaction du *Monde.fr* ont également été des moments forts dans la structuration de ce cadre d'usage. Ainsi, comme le souligne Patrice Flichy, « les premières utilisations d'un nouveau système technique sont un autre moment où le cadre d'usage peut se transformer » (Flichy, 2003 : 217). Par ailleurs, les espaces de discussion numériques où les internautes (joueurs et/ou lecteurs du *Monde.fr*) étaient invités à s'exprimer sur *Primaires à gauche*¹³ constituent des lieux de test, au même titre que ceux que nous venons d'évoquer, en ce qu'ils ont permis aux concepteurs de recueillir les avis de ces internautes sur la conception et l'usage qu'ils faisaient du jeu. Mais ces lieux permettent également de mettre à jour des dissonances entre la perception du newsgame et de son public par les concepteurs, et la réalité des usages. Si le cadre d'usage prescrit par les concepteurs visait à informer par le jeu, il semble que les internautes-commentateurs ont davantage tendance à jouer en s'informant et modifient en cela le cadre d'usage initialement prescrit (Blanchard et al., 2011b). Cet exemple montre bien « l'anticipation peu fiable des usages sociaux et par conséquent des changements à prévoir dans les pratiques sociales » (Miège, 2007 : 24). En cela le newsgame *Primaires à Gauche* pourrait être défini comme une « innovation de processus » (Flichy, 2003 : 223).

Pour *Primaires à Gauche*, l'innovation réside finalement davantage dans le processus de construction de l'objet médiatique qui implique le croisement de cultures

13. Parmi lesquels l'espace de commentaires sur la page du *Monde.fr* à partir de laquelle *Primaires à gauche* était accessible ; le blog vers lequel les internautes étaient invités à venir discuter avec les concepteurs ; le blog du « social media editor et du community manager » du *Monde.fr* sur lequel *Primaires à gauche* a fait l'objet d'un billet le 1er juillet 2011 ou encore la page Facebook du *Monde.fr* sur laquelle le lancement de *Primaires à Gauche* avait été annoncé.

professionnelles différentes dans un même objectif et qui pose l'utilisateur en méta-testeur de l'innovation proposée, au-delà des périodes de conception. Les chercheurs.e.s s'intéressant à la question de l'innovation distinguent souvent le temps court de « mise en technique » de l'innovation et le temps long de son appropriation sociale. Dans le cadre de la création du newsgame *Primaires à gauche*, il semble que ces temps soient confondus dans une volonté d'une part d'adaptation – aux attentes du lectorat du *Monde.fr* –, d'autre part d'interaction entre les producteurs-concepteurs et le public. En effet, si le format proposé apparaît innovant dans sa conception, son acceptation sociale passe par la participation du public à son évaluation. Les internautes lecteurs-joueurs du *Monde.fr* font ainsi figure d'« usagers-innovateurs » [Gaglio, 2011 : 113]. Cette posture de réception, pour ne pas dire d'appropriation des informations, via le newsgame, s'inscrit dans la tendance déjà remarquée de sollicitation de la participation des internautes au processus de production de l'information (Nobelet et Pignard-Cheynel, 2010 ; Hermida 2012) et témoigne d'un nouveau rapport des usagers aux dispositifs d'information et aux journalistes qui les produisent. En effet, ceux-là sont invités à participer à la co-construction de l'information mais surtout à l'amélioration et à la légitimation de l'objet newsgame comme format d'information journalistique. Le joueur est donc ici bien plus qu'un joueur, il est une « personne qui joue » (Zabban, 2012 : 163).

Dans sa conception, dans sa scénarisation et dans ses potentialités interactives, le newsgame peut apparaître comme un format journalistique novateur, il est néanmoins difficile, au vu des paradoxes et ajustements que nous avons pu mettre à jour, d'en faire pour autant une innovation. En effet, si l'innovation est synonyme de rupture dans les pratiques (professionnelles ou de lecture), cette rupture doit être avérée. Ainsi, il semble que c'est avant tout la capacité du jeu à donner une information et à faire en sorte qu'elle soit comprise et appropriée par les lecteurs d'un titre de presse (en ligne ou pas d'ailleurs), qui peut faire du newsgame un dispositif innovant. Il importe alors d'interroger la mécanique du jeu comme dispositif informationnel.

Poser une telle question invite à examiner de plus près « l'alliage » créé entre le cadre de fonctionnement et le cadre d'usage que les concepteurs ont voulu. Il est inscrit dans le dispositif technique du jeu lui-même, dans les plis des médiations multiples inspirées des codes du jeu vidéo grâce auxquels l'utilisateur accéderait à de nouvelles manières de s'informer.

Le newsgame a été perçu comme une innovation propre au « journalisme 2.0 » (Le Champion 2012). Adapté au web, c'est une application informatique qui présente les caractéristiques info-communicationnelle du jeu vidéo qu'on considérera comme « un dispositif d'interaction avec des objets numériques » (Mauco, 2011b) et offrant un certain mode de lisibilité et d'intelligibilité de données complexes. Interactif, trait fondamental pour les jeux, il permet de simuler un environnement incluant du mouvement et du flux aussi longtemps que l'utilisateur interagit avec lui. A cela, s'ajoute l'immersion de l'utilisateur recherchée par les jeux vidéo. Le joueur est en effet plongé dans un univers qui a sa propre cohérence et qui tend à l'absorber tout entier (Rétaux, 2010 : 325-326). Ces caractéristiques techniques, propres au dispositif du jeu vidéo, agissent ensemble pour faciliter l'engagement de l'utilisateur dans le jeu. Le newsgame s'appréhende à travers certaines opérations typiques des « nouveaux médias » (Manovich, 2010 : 128). La manière d'exécuter ces opérations suppose des stratégies cognitives générales qui en caractérisent le cadre d'usage. Elles font la spécificité du jeu vidéo dont le newsgame étend le champ d'action à l'information comme à d'autres domaines qui ne relèvent plus uniquement du divertissement.

Ce mouvement s'accompagne d'un discours qui insiste sur les vertus du jeu vidéo : l'activité ludique favoriserait l'attention et l'exploration active des données et des

systèmes complexes. Deux jeux réalisés par CBC/Radio-Canada semblent le montrer¹⁴. A la manière de *Primaires à gauche, Supermaire* (2012)¹⁵ place le joueur aux commandes d'une ville dans le but de lui faire comprendre les enjeux de la gestion municipale, à savoir maintenir un budget équilibré tout en répondant aux besoins des citoyens. Grâce à une modélisation de la situation, le joueur expérimente les conséquences de ses choix politiques. D'autres jeux exigent du joueur de rechercher lui-même les informations. C'est le cas de *Stashing Their Cash* (2013) qui invite le joueur à choisir la meilleure stratégie pour dissimuler son argent dans un paradis fiscal. Etape par étape, il apprend à sélectionner un lieu, à créer une identité secrète, à ouvrir un compte, à transférer des fonds, etc. Le jeu *The refugee challenge: can you break into Fortress Europe?*¹⁶ édité par The Guardian en 2014, nous invite à nous mettre à la place de Karima, une syrienne âgée de 28 ans, mère de deux enfants qui, cherchant à fuir son pays sous les bombes, doit apprendre, en faisant des choix difficiles, à déjouer les multiples obstacles qui se dressent sur sa route pour rejoindre l'Europe. Ce newsgame fait l'hypothèse que le joueur éprouvera mieux ainsi les difficultés auxquelles est confronté une réfugiée. Il est de plus amené à adopter une autre perspective sur l'actualité à travers une expérience transcrite à la première personne. On trouve une conception similaire dans *# Hacked: Syria's Electronic Armies*¹⁷, conçue par Juliana Ruhfus et produit par Al Jazeera en 2016 où le joueur devient un journaliste d'investigation enquêtant sur la cyberguerre en Syrie, un endroit où les virus et les malwares sont aussi redoutables que les bombes, nous dit-on : il doit donc impérativement éviter de se faire lui-même hacker. Par ses actions et ses décisions, il est conduit à rencontrer des activistes, des hackers et des analystes qui lui font comprendre les enjeux de cette nouvelle forme de guerre. Ce jeu vient à la suite de plusieurs newsgames déjà développés par Al Jazeera Interactive depuis quelques années, montrant que la veine du newsgame n'est pas encore épuisée.

Il faut remarquer que *Stashing Their Cash* s'insère dans une page du site de CBC news : le cadre dans lequel il apparaît est surmonté d'un bandeau, intitulé « Tax havens explained: How the rich hide money »¹⁸, qui renvoie à un dossier consacré à l'évasion fiscale (composé d'articles et d'une carte interactive)¹⁹. L'idée sous-jacente ici est que le jeu ne se suffirait pas à lui-même : il est fait pour aiguïser la curiosité de l'internaute, pour lui donner envie de consulter d'autres ressources, ce qui le conduira à passer plus de temps sur le site de CBS News. *The refugee challenge: can you break into Fortress Europe?* procède de façon similaire en jalonnant le parcours du joueur de nombreuses ressources conçues comme des aides à la décision et des contextualisations utiles pour comprendre la situation rencontrée par le réfugié dans son périple : je choisis par exemple de trouver une protection internationale dans un pays d'Europe du nord et je décide alors de passer par la Grèce, mais je suis repoussé par des gardes-frontières. Un article et une vidéo de 49 secondes sur les refoulements illégaux sont proposés au joueur à cette étape. Ainsi, l'accès dynamique aux ressources procède des choix effectués, ce qui permet de prendre conscience progressivement des embûches qui parsèment le propre parcours des réfugiés qui sont passés par là. Ces réalisations repoussent les limites du dispositif vidéo-ludique à des espaces non ludiques combinant divers modes d'accès à l'information en mixant les cadres d'usages (jeu et hors-jeu). Ce « hors-jeu » est capital dans la mise en mouvement d'une distanciation que ne favorise pas forcément

14. <http://webdoclab.wordpress.com/2013/06/02/le-jeu-video-en-journalisme-et-en-documentaire/>

15. <http://blogues.radio-canada.ca/rive-sud/supermaire>

16. <https://www.theguardian.com/global-development/ng-interactive/2014/jan/refugee-choices-interactive>

17. <https://syhacked.com/>

18. <http://www.cbc.ca/news/interactives/offshore-tax-havens/>

19. <http://www.cbc.ca/news/canada/story/2013/04/03/merchant-offshore-trust.html>

l'immersion ludique et jouerait alors le rôle de « boussole de sens » (Lipovetsky et al., 2007 : 289).

De ce fait, tant du point de la « mise en scène » des informations que des usages visés, le newsgame a l'ambition, selon ses concepteurs, de compléter la lecture de l'article classique par l'expérience que l'internaute fait d'un système capable de traduire ce dont il est question (Bogost et al., 2010 : 179).

Ian Bogost, Simon Ferrari et Bobby Schweizer (Bogost et al., 2010 : 25) montrent que les « current event games », c'est-à-dire les jeux vidéo traitant de l'actualité du moment, utilisent une mécanique dite « expressive » et « persuasive » à la fois, laquelle transmet au joueur une idée en lui permettant de l'éprouver par le jeu. C'est ainsi qu'agirait ce que Ian Bogost appelle la « rhétorique procédurale » propre au newsgame, car si les jeux recourent au texte, aux images, aux sons et à la vidéo, ils vont plus loin : les jeux simuleraient la manière dont les choses fonctionnent en construisant des modèles avec lesquels les utilisateurs peuvent interagir (Bogost et al., 2010 : 6), ouvrant la voie à d'autres manières de s'informer. C'est par elle que se fait « l'alliage » spécifique entre le cadre de fonctionnement et le cadre d'usage.

La « rhétorique procédurale » s'exprime principalement dans le gameplay. Celui-ci unit deux facettes :

- la structure de la situation ludique (le game) : le « système de règles que le joueur s'impose de respecter pour mener à bien son action » (Henriot, 1989 : 98). Or, selon Roger Caillois, les règles « définissent ce qui est ou ce qui n'est pas de jeu, c'est-à-dire le permis et le défendu. Ces conventions sont à la fois arbitraires, impératives et sans appel. Elles ne peuvent être violées sous aucun prétexte, sous peine que le jeu prenne fin sur-le-champ et se retrouve détruit par le fait même. Car rien ne maintient la règle que le désir de jouer, c'est-à-dire la volonté de la respecter » (Caillois, 1958 : 13-14) ;
- « l'action menée par celui qui joue » (le play) (Henriot, 1989 : 109) qui détermine l'attitude ludique du joueur vis-à-vis de cette structure. Il est donc nécessaire d'instaurer un équilibre entre les deux notions de « play » et de « game », car trop de liberté du joueur risque de le perdre tandis qu'une profusion de règles frustrera le joueur (Genvo, 2005).

Le newsgame définirait donc un cadre d'usage original, car c'est par les actions directes de jeu que le joueur est supposé s'approprier les informations.

Certains chercheurs comme Miguel Sicart (Sicart, 2011) se questionnent cependant sur les limites de la « rhétorique procédurale » pour analyser et concevoir le design des jeux vidéo, en mettant en évidence ses présupposés communicationnels. Les « procéduralistes » (dont Ian Bogost, qui a popularisé cette thèse dans ses ouvrages tant dans le monde académique que dans l'industrie vidéoludique) affirment que les joueurs, en reconstruisant le sens tel qu'il est intégré dans les règles, seraient « convaincus » en raison de la nature procédurale du jeu. Cette thèse confère au jeu vidéo un statut de média valide en insistant sur ses propriétés spécifiques dans la production des messages et du sens en général. Le procéduralisme voit dans la « computation » une représentation et dans la « procéduralité » un moyen d'expression. Les règles du jeu véhiculent le message et c'est par leur appropriation, qui suppose la compréhension du modèle sous-jacent, que le joueur accède au sens. Ainsi, d'un point de vue info-communicationnel, le jeu se définirait essentiellement par ses règles.

La thèse de la « rhétorique procédurale » fournit aussi une approche implicite du design de ces jeux : les designers provoquent de cette manière une certaine activité ludique de la part du joueur, faisant en sorte que le sens procède avant tout de la façon dont le jeu a été créé. Cette thèse reflète manifestement une conception immanentiste et déterministe du sens, laissant de côté la manière dont le jeu se joue effectivement. Par conséquent, comprendre un jeu, ce serait surtout comprendre ce que ses règles veulent dire, car le joueur joue le rôle d'« activateur » du sens tel qu'il est déposé dans le jeu. Or,

une telle conception passe à côté de ce qui fait toute la créativité de l'activité ludique mise en avant par Roger Caillois : « Un déroulement connu d'avance, sans possibilité d'erreur ou de surprise, conduisant clairement à un résultat inéluctable, est incompatible avec la nature du jeu » (Caillois, 1958 : 39). Selon Miguel Sicart le sens d'un jeu, son essence, n'est pas déterminé par les règles, mais par la façon de jouer du joueur. Le sens est toujours en jeu dans l'expérience ludique et ne la précède pas. Pour comprendre comment les jeux vidéo – comme dispositif de médiation/médiatisation – construisent le sens, il serait souhaitable de compléter les hypothèses procéduralistes en accordant plus d'attention au joueur et à l'expérience du jeu. Miguel Sicart en appelle donc à une approche du jeu qui complète les thèses procéduralistes. Elle aurait aussi pour objectif de comprendre les stratégies cognitives à l'œuvre dans les dispositifs intégrant une dimension ludique afin de comprendre comment s'y élabore le sens. Cela aiderait à mieux cerner les spécificités des « écrans oxymoriques » (Livovetsky et al., 2007 : 299) qui unissent le vrai et le faux, le jeu, la narration et l'information combinant ainsi des pratiques médiatiques à première vue hétérogènes, voire inconciliables.

On a également pu voir apparaître par la suite de nouvelles formes de mise en scène de l'information, marquées par leur caractère hybride et transmédiateur. Par exemple, le projet *Manipulations, l'expérience web*²⁰, initié par Uopian, qui se situait entre le jeu et le webdocumentaire. Ian Bogost avait d'ailleurs isolé la sous-catégorie de newsgame documentaire (Bogost et al., 2010 : 61). L'internaute était invité à jouer au journaliste d'investigation en se confrontant aux données, à la matière brute : « des heures de films, des centaines de pages de documents ». Ce projet s'inscrit aussi dans une logique transmédia qui s'appuie sur la série documentaire consacrée à l'affaire Clearstream de Jean-Robert Vallet et diffusée sur France 5 en 2011, *Manipulations, une histoire française*. Prenant place dans un écosystème complet articulé à un programme audiovisuel télévisé, il est cependant peu représentatif de la webproduction plus large d'Arte (Salles, Schmitt, 2016).

*Fort Mc Money*²¹ est un autre exemple d'hybridation entre le documentaire et le jeu qui a rassemblé plus de 300 000 joueurs lors de la première partie (2013). Créé par le journaliste français David Dufresne (auteur en 2010 du webdocumentaire *Prison Valley*) pour sensibiliser le public sur les enjeux pétroliers et environnementaux de la ville de Fort McMurray en Alberta (Canada). *Fort Mc Money* a été produit par Arte et l'Office national du film du Canada et associe plusieurs rédactions (*Le Monde.fr*, *Süddeutsche.de*, *The Globe and Mail*, *Radio-Canada*) qui enrichissent le contenu sur leur site web. La dimension ludique permet de croiser les points de vue de divers personnages quant au développement de la ville fondé sur l'exploitation des sables bitumeux et de peser aussi sur son avenir. On pourrait aussi citer aussi le webdocumentaire diffusé simultanément par RFI et Les Inrocks *Are Vab!* écrit et réalisé en 2014 par Micha Patault et Sarah Irion, une coproduction FatctFilms/RFI, qui s'intéresse au développement du nucléaire français en Inde en 2022, faisant du journalisme d'anticipation. *Are Vab!* se fonde sur une scénarisation interactive et un game design réalisée par Pixel Hunt qui pousse le joueur à choisir entre démarrage ou bien démantèlement de la centrale au vu des informations collectées montrant l'impact de cette installation sur l'environnement et les populations locales. Il s'agit donc d'un web documentaire gamifié dans la mesure où il s'inspire de « la conception de jeux pour enrichir et augmenter l'intérêt ou améliorer les performances des individus pour réaliser une tâche » (Goria, 2016)

L'information emprunterait-elle la voie tracée par les industries de la culture et du divertissement ? Celles-ci ont cherché à attirer les publics vers de multiples plateformes médiatiques qui articulent différents éléments d'une histoire, comme l'a étudié Henry Jenkins pour la fiction (Jenkins, 2008). Cependant, en France, l'audience peine à suivre et la réflexion quant aux usages reste à approfondir, à tel point que beaucoup

20. <http://www.francetv.fr/manipulations/>

21. <http://future.arte.tv/fr/fort-mcmoney>

d'interrogations existent sur la pérennité de ces nouvelles formes d'information, certains observateurs n'hésitant pas à affirmer par exemple que le format long et linéaire serait de retour sur le web (Salles et Schmitt 2016).

Conclusion

Les écritures émergentes de l'information sur le web - dont le newsgame est un exemple - sont l'une des manifestations des mutations en cours de la presse en ligne. Nous avons voulu prendre du recul et les penser à la lumière des travaux consacrés à l'innovation pour en saisir quelques traits saillants. Dans le cas présent, on observe bien un processus de conception original qui tend à redéfinir les pratiques journalistiques. Il a débouché sur la production d'un dispositif socio-technique qui articule des médiations donnant forme et sens au contenu éditorial encodé dans le jeu. Il intègre une nouveauté - qui représentait un défi pour les concepteurs - jouer avec un sujet sérieux afin de s'informer. *Primaires à gauche*, comme d'autres objets apparentés existants ou à venir, présente un cadre de fonctionnement proposant de nouvelles modalités d'accès à l'information selon un principe théorisé, ici celui de la « rhétorique procédurale » qui s'exprime dans le gameplay et le gamedesign, dont nous avons vu cependant les limites. Quant au cadre d'usage posé par ces expérimentations, il ne paraît pas stabilisé, car en renégociation, et il semble donc que nous soyons loin du « verrouillage sociotechnique » (Flichy, 2003 : 229) qui permettrait de stabiliser une innovation, si tant est qu'elle puisse l'être. Bien au contraire, le newsgame fait place à d'autres écritures plus éloignées du jeu vidéo mais intégrant des formes de gameplay et des pratiques sociales et culturelles qui se développent sur le web.

Si le newsgame apparaît comme une nouvelle manière de traiter et de diffuser l'information, faut-il pour autant le considérer comme une innovation ? Il est sans doute une nouvelle manifestation de la manière dont les entreprises de presse tentent de s'adapter aux potentialités du web en se différenciant, au même titre que le datajournalisme ou les webdocumentaires, ce qui en fait davantage un élément d'« acculturation » (Salles, 2010) en ce qu'il témoigne de la propension des entreprises de presse à s'ouvrir à d'autres cultures informationnelles tout en essayant de conserver leur légitimité. Cette acculturation, si elle apparaît comme une évolution naturelle de la presse, n'en pose pas moins des questions sur la manière dont elle est reçue par les publics. Face à ces profondes transformations, la recherche sur les pratiques informationnelles des publics demeure toujours utile pour tenter d'en mesurer la portée.

Bibliographie

- Alvarez J., Djaouti. D. (2012). *Introduction au serious game*. Questions théoriques. Achouch
- Batard, A. (2010). La presse écrite généraliste française au risque du multimédia : rivalité ou complémentarité. In Actes du colloque Modèles de, Modèles pour le Journalisme et la Communication. Mihai Coman, Bucarest, Ars Docendi, 395-409.
- Bibard, L. (1992). L'innovation est-elle rationnelle ? In Ces réseaux que la raison ignore, Centre de sociologie de l'innovation, L'Harmattan, 31-51.
- Blanchard, G., Lamy, A., Useille, P. (2011). Journalisme et jeux vidéo : un public en invention. In Le journalisme numérique : formes, formats, frontières, Delforce, B., Estienne, Y. (coord). Les Cahiers du journalisme, n° 22/23-Automne 2011, 100-117.
- Blanchard, G., Lamy, A., Useille P. (2013). Jouer pour s'informer ou jouer avec l'information ? Un éclairage sur les mutations actuelles des médias d'information en

- ligne. In Transformation des organisations. Evolution des problématiques et mutations fonctionnelles. Patesson, R. (Ed.), Presses de l'Université Libre de Bruxelles, 102-111.
- Bogost, I., Ferrari, S., Schweizer, B. (2010). *Newsgame. Journalism at play*. Massachusetts Institute of Technology.
- Burton, Jon. (2005). *Newsgame Journalism : History, Current Use and Possible Futures*. Australian Journal of Emerging Technologiess and Society. pp 87-99.
- Cailliois, R. (1958). *Les jeux et les hommes. Le Masque et le vertige*. Editions Gallimard, Paris.
- Dolbeau-Bandin, C. (2008). *Le Monde et Le Monde.fr : de la nécessité d'un tiers*. Les Cahiers du journalisme n°18 – Printemps 2008. Disponible à http://www.cahiersdujournalisme.net/pdf/18/12_DOLBEAU_BANDIN.pdf
- Estienne, Y. (2011). « Introduction ». In Delforce B., Estienne, Y. (dir.), *Le journalisme numérique : formes, formats, frontières*. Les Cahiers du journalisme, n° 22/23-Automne, pp 2-13.
- Flichy, P. (2003). *L'innovation technique. Récents développements en sciences sociales. Vers une nouvelle théorie de l'innovation*. La découverte, Paris.
- Fogel, J.-F., Patino, B. (2005). *Une presse sans Gutenberg. Pourquoi Internet a bouleversé le journalisme ?* Seuil, Paris.
- Gaglio, G. (2011). *Sociologie de l'innovation*. Presses Universitaires de France, Que sais-je ?, Paris
- Gantier, S., Bolka, L. *L'expérience immersive du web documentaire: études de cas et pistes de réflexion*. In *Le journalisme numérique : formes, formats, frontières*, Delforce, B., Estienne, Y. (coord), Les Cahiers du journalisme, n° 22/23-Automne 2011, 118-133.
- Genvo, S. (2005). *Introduction à l'expression vidéo ludique*. In Genvo, S. (dir.), *Le game design de jeux vidéo. Approches de l'expression vidéo ludique*, L'Harmattan, Communication et civilisation, 7-23.
- Genvo, S., coord. (2008). *Les jeux vidéo, un bien culturel ?* In *Médiamorphoses*, 22, INA/Armand Colin, Paris.
- Goria, S. (2016). « Les visualisations de données inspirées par le jeu et la conception par disengagement », *Les Cahiers du numérique* 2016/4 (Vol. 12), p. 39-64.
- Granjon, F., Le Foulgoc, A. (2010). *Les usages de l'actualité. L'expérience des publics internautes*. In Dagiral E., Parasié S. (dir.). *La Presse en ligne, Réseaux*, Janvier-mars 2010, 227-253.
- Henriot, J. (1989). *Sous couleur de jouer*. José Corti, Paris.
- Hermida, A. (2012). *Des promesses aux pratiques du journalisme participatif*. In Degand, A., Grevisse, B. (dir.). *Journalisme en ligne. Pratiques et recherches*, De Boeck, Paris, 115-132.
- Jenkins, H. (2008). *Convergence Culture. Where Old and New Media Collide*. New York University Press.
- Le Champion, R. (dir.). (2012). *Journalisme 2.0 - nouvelles formes journalistiques, nouvelles compétences*. La Documentation française, Paris.

- Leteinturier, C. (dir.). (2014). Les journalistes français et leur environnement : 1990-2012. Le cas de la presse d'information générale et politique, Editions Panthéons Assass, Paris.
- Letourneux, M. (2005). La question du genre dans les jeux vidéo. In Genvo, S. (dir.) Le game design de jeux vidéo. Approches de l'expression vidéo ludique, L'Harmattan, Communication et civilisation, Paris, 39-54.
- Lavergne, H. (2014). Crise des médias ou médias de crise ? INA Global. n° 3. 31-43
- Lipovetsky, G., Serroy, J. (2007). L'écran global. Paris, Editions du Seuil, Paris.
- Mauco, O. (2011a). La mise en jeu des informations : le cas du newsgame. In Delforce, B., Estienne, Y. (dir.), Le journalisme numérique : formes, formats, frontières. Les Cahiers du journalisme, n° 22/23-Automne 2011, 84-99.
- Mauco, O. (2011b). Le jeu vidéo à la recherche du journalisme, Disponible à <https://www.inaglobal.fr/jeu-video/note-de-lecture/ian-bogost-simon-ferrari-bobby-schweizer/newsgames/le-jeu-video-la-recherch>
- Maurin, F. (2016). Concevoir et promouvoir les nouveaux objets numériques. In Le journalisme en question Nouvelles frontières des médias et de journalisme, Charron, J.-M., Papet, J. (dir.), L'Harmattan, 111-114.
- Mercier, A. (2016). Révolution numérique : les journalistes face au nouveau tempo de l'info. INA Global. Disponible à : <https://www.inaglobal.fr/histoire/article/revolution-numerique-les-journalistes-face-au-nouveau-tempo-de-l-info-9265>
- Mercier, A., Pignard-Cheynel, N. « Mutations du journalisme à l'ère du numérique : un état des travaux », Revue française des sciences de l'information et de la communication [En ligne], 5 | 2014, mis en ligne le 17 juillet 2014, consulté le 27 août 2018. URL : <http://journals.openedition.org/rfsic/1097> ; DOI : 10.4000/rfsic.1097
- Miège, B. (2007a). La société conquise par la communication. Tome II. La communication entre l'industrie et l'espace public, Presses Universitaires de Grenoble.
- Miège, B. (2007b). La société conquise par la communication. Tome III. Les Tic entre innovation technique et ancrage social, Presses Universitaires de Grenoble.
- Monnoyer-Smith, L. (2013). Le web comme dispositif : comment appréhender le complexe ?. In Barats, C., Manuel d'analyse du web, Armand Colin, Paris. 12-31.
- Neveu, E. (2001). Une crise de la parole politique à la télévision. Echo d'un débat anglophone. Mots, n°67, pp 8-27.
- Noblet, A., Pignard-Cheynal, N. (2010). L'encadrement des contributions des « amateurs » au sein des sites d'information. Entre impératif participatif et exigences journalistiques. In Web social. Mutation de la communication. Millerand, F., Proulx, S., Rueff, J. (Eds.), Québec, Presses Universitaires de Québec, 265-282.
- Pelissier, N. (2002). La plume dans la toile : l'identité des journalistes à l'épreuve des réseaux numériques. Médiamorphoses, n° 4, pp. 45-51.
- Poulet, B. (2009). La fin des journaux et l'avenir de l'information, Gallimard, Paris.
- Rebillard, F. (2006). L'information journalistique sur l'internet, entre diffusion mass-médiatique et circulation réticulaire de l'actualité. In Broudoux, Evelyne et Chartron,

- Ghislain, (dir.), Document numérique et société – Actes du colloque DocSoc 06, Paris, ADBS Editions, pp. 213-226. Disponible à : <http://archivesic.ccsd.cnrs.fr/docs/00/14/49/52/PDF/Rebillard-DocSoc-archiv.pdf>
- Rétaux, X. (2005). Immersion, présence et jeux vidéo. In Genvo, Sébastien (dir.). In *Le game design de jeux vidéo. Approches de l'expression vidéo ludique*, L'Harmattan, Communication et civilisation, Paris, 325- 346.
- Rieffel, R. (2012). L'évolution des pratiques journalistiques. In Le Champion, Rémy (dir.), *Journalisme 2.0. La Documentation française*, 31-38.
- Ruellan, D. (2007). *Le journalisme ou le professionnalisme du flou*, Presses universitaires de Grenoble.
- Salles, C., Schmitt, L. (2016). Journalistes et autres professions au prisme des productions web : des relations de coproduction. In *Le journalisme en question Nouvelles frontières des médias et de journalisme*. Charron, J.-M., Papet, J. (dir.). L'Harmattan, 83-99.
- Salles, C. (2010). Les blogs du Monde.fr : une acculturation tactique du journal à l'internet. In *Actes du colloque Modèles de, Modèles pour le Journalisme et la Communication*, Mihai Coman, Bucarest, Ars Docendi, 421-435.
- Scherer, E. (2011). A-t-on encore besoin des journalistes ? Manifeste pour un journalisme augmenté. Presses Universitaires de France, Paris.
- Sicart, Miguel (2011). Against Procedurality. Against Procedurality. In *The International Journal of Computer Reseach*, Volume 11 Issue 3, December 2011, Disponible à : http://gamestudies.org/1103/articles/sicart_ap
- Zabban, V. (2012). Retour sur les game studies. Comprendre et dépasser les approches formelles et culturelles du jeu vidéo. In *Réseaux, Les formes ludiques du numérique*, La Découverte, mai-juillet 2012, 139-176.