



bordeauxgames

Conception de jeux vidéo et plaisir de jouer

Pascal Jarry

Association Bordeaux Games

Bienvenue

Présentations

- Pascal JARRY (SolidCreativity / Bordeaux Games)

Ma partie « Jeux vidéo »

- Jeux vidéo à la maison, joueurs
- Motivation (*risques liés à son absence*)
- Plaisir (de jouer à des jeux vidéo)

Pas « Addiction »

- Pathologie, ne pas arrêter malgré d'importants désavantages ?
- Pas visée, contrairement aux vendeurs de drogue
- Quasi rien de fait pour prévenir car **perçu, peut-être à tort**
 - Grave mais très peu courant (je connais beaucoup d'autre addictes)
 - Communauté bienveillante (les nolife)
 - Généralement passager (pas toute la vie, pas fatal (?))
 - Pas de facteur chimique, on a l'impression qu'on peut s'en sortir

JV : Évolution des joueurs

Le joueur moyen à 29 ans !

Cibles \ période	70's	80's	90's	00's
Sénior	<input type="checkbox"/>			
Femmes	<input type="checkbox"/>			
Adultes	<input type="checkbox"/>			
Jeunes adultes	<input checked="" type="checkbox"/>			
16 - 19	<input type="checkbox"/>			
12 - 15	<input type="checkbox"/>			
Enfants	<input type="checkbox"/>			



- Salles d'arcade
 - On monte sa propre machine ou import
- <http://www.pong-story.com/intro.htm>

© 2008 SolidGame

JV : Évolution des joueurs

Le joueur moyen à 29 ans !

Cibles \ période	70's	80's	90's	00's
Sénior	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
Femmes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
Adultes	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		
Jeunes adultes	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		
16 - 19	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
12 - 15	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		
Enfants	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		



- Les joueurs conçoivent les jeux
- Darwinisme

© 2008 SolidGame

JV : Évolution des joueurs

Le joueur moyen à 29 ans !

Cibles \ période	70's	80's	90's	00's
Sénior	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Femmes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Adultes	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Jeunes adultes	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
16 - 19	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
12 - 15	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Enfants	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>



- Déterminisme : Approche agressive de cibles
- Le trou des 16-19 est comblé (Sony)

© 2008 SolidGame

JV : Évolution des joueurs

Le joueur moyen à 29 ans !

Cibles \ période	70's	80's	90's	00's
Sénior	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Femmes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Adultes	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Jeunes adultes	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
16 - 19	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
12 - 15	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Enfants	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>



- Couverture totale (media, joueurs, non joueurs...)
(Nintendo wii, portables, nomadisme)
- MAIS un même jeu n'adresse pas tout le monde ; Il y a 2 choses : Acheter un jeu et jouer à un jeu

© 2008 SolidGame

Promesse et plaisir de jeu

Un joueur achète un jeu pour sa promesse et y joue pour le plaisir qu'il y trouve.

La promesse vous fait acheter un jeu: « vous allez être un pilote automobile »

Pas notre sujet car l'addiction n'est pas sur l'achat des jeux.

Plaisir

- Le plaisir de jeu n'est pas lié à la promesse
- Un bon jeu peut aborder différemment le « vous allez être un pilote automobile ».

© 2008 SolidGame

Petit détour par l'Égypte ☺

Avant de parler plaisir, un mot sur la motivation

Depuis les 90's on veut vendre des jeux aux jeunes filles. La question était donc « qu'est-ce qui les motive »



© 2008 SolidGame

De retour d'Égypte ☹️

L'axe de la motivation n'est pas exploitable et nous avons compris depuis longtemps que les ados ne se motivent pas facilement.

Incentive-elicited brain activation in adolescents: similarities and differences from young adults

Cette pyramide de Maslow peut être utilisée pour comprendre et « classer » après coup, difficilement pour concevoir un jeu.

Pour concevoir un jeu vidéo on oublie le « comment motiver » pour « comment donner du plaisir » qui est différent.

Au passage, cette absence de motivation chez certains peut être un des facteurs d'addiction au **plaisir des jeux vidéo qui ne nécessite pas de motivation.**

© 2008 SolidGame

Plaisir de jouer et d'avoir joué

(contentement)

Toute partie commencée à une fin (mémétique), parfois avant la fin prévue par le concepteur :

- Gagner contre l'autre
- Gagner seul
- Gagner avec l'autre

Idem avec « Perdre »

Il y a aussi l'abandon

Ces fins conditionnent l'envie de rejouer (replay value) mais on ne rejouera pas (ou on arrêtera avant la fin) si le plaisir n'est pas là.

Le plaisir de jeu est donc au centre de tout !

© 2008 SolidGame

Plaisir dans les jeux

Plaisirs différents = fct (âges, sexe, culture) :

- Transgresser, détruire, tuer
- Être quelqu'un d'autre
- Accomplir, battre des records
- Développer et utiliser sa dextérité
- Être en position de créativité
- Gérer des ressources
- Construire, développer
- Communiquer, partager
- Empiler, associer

Proche mais différent de Maslow

© 2008 SolidGame

Le secret des jeux vidéo à succès

- Le **dosage** entre tous ces plaisirs pour éviter la Pizza Choucroute.
- Adéquation cible / promesse / type de plaisir.
- Conception puis **tests et ajustements**
- **Sélection** avant la sortie d'un jeu (beaucoup de pertes).

-> Pré-production hyper structurées

<http://www.solidgame.com/Publications/White%20Paper.pdf>

Méga succès : World of Warcraft

- **10 millions d'abonnements** : Tout y est !

-> <http://www.blizzard.co.uk/press/080122.shtml>

© 2008 SolidGame

Exemples / biblio 1/3

Transgresser, détruire, tuer (ados)

- On ne transgresse pas les règles du jeu car sinon il n'y a plus de jeu
- On transgresse les règles de la « vraie vie ».
- Phrase EA : "Never underestimate the pleasure to destroy things and to kick some asses"
- Anecdote de la femme qui découvre Doom
-> Violence, censure, autocensure, réalisme
<http://www.grandtheftauto.fr/>

Être quelqu'un d'autre (lien à la réalité)

- <http://secondlife.com/> (adultes)
- Toutes les simulations (plus jeunes)

© 2008 SolidGame

Exemples / biblio 2/3

Accomplir, battre des records (tous)

- Mécanismes de points
- Développer et utiliser sa dextérité (réflexes, connaissance du terrain, visée...)

(on appelle cela des jeux « skill based »)

- Cible de jeunes
- Systèmes de **risk / reward**

Counter Strike, Mario SNES (jeu dit de plateforme)

© 2008 SolidGame

Exemples / biblio 3/3

Etre en position de créativité (résoudre)

- Résident Evil, Zelda

Gérer des ressources (rare seul, sert généralement de « balance »)

Voir www.ogame.fr (jeu web gratuit sans graphisme et pourtant très addictif)

Construire, développer (pour tous)

- Jeux de type RTS (garçons, construire pour tuer)
- Sim's (filles, construire pour montrer)

Communiquer, partager (MSN, communautaires)

Empiler, associer (Tetris)

© 2008 SolidGame

SolidCreativity
conseil et formation - créativité et innovation

merci

À tout à l'heure pour des questions / réponses

Pascal Jarry

www.SolidCreativity.com

PJarry@SolidCreativity.com