

Le jeu a infiltré notre société, pour le meilleur et pour le pire

Le créateur de jeu vidéo Adrian Hon raconte, dans un livre, comment le divertissement s'est propagé dans la société, et pas toujours avec les meilleures intentions.

EL PAÍS

JORDI PÉREZ COLOMÉ

Je n'avais jamais entendu parler des pèlerinages virtuels du Moyen Age », s'exclame Adrian Hon, concepteur de jeux vidéo. « Mais en réalité, le principe était le même que la montre Fitbit », ajoute-t-il. Il y a des siècles, les pèlerinages religieux n'étaient pas à la portée de tous. Les fidèles effectuaient donc des parcours virtuels, chez eux ou dans des couvents, en se plongeant dans des livres de récits de pèlerinages. Ainsi, ils pouvaient montrer au monde qu'ils avaient franchi des étapes et obtenu les si précieuses indulgences, qui, une fois obtenues lors d'un pèlerinage, garantissaient l'entrée au paradis.

« Aujourd'hui, on pense à ces gens qui faisaient ce genre de choses, ou payaient pour des indulgences, et on se dit qu'ils étaient particulièrement stupides », explique Adrian Hon, quadragénaire anglais. « Mais il y avait une raison : ils croyaient en cette religion et pensaient qu'elle était importante. Que pensera-t-on de nous dans 300 ans ? Quelqu'un, dans le futur, se demandera ce que nous faisons, pourquoi nous voulions des retweets et des likes sur Twitter », ajoute-t-il. Des indulgences aux retweets, il y a un fil conducteur aussi long qu'étrange : la ludification croissante de nos vies.

Hon, fondateur d'une entreprise de jeux vidéo et de neurosciences, réfléchit depuis des années aux avantages et inconvénients de la ludification (« gamification » en anglais), qui consiste à détourner les codes des jeux vidéo à d'autres fins que le divertissement. Il vient aujourd'hui de publier un livre résumant sa réflexion : *You've been played*

(« on s'est bien joué de toi »). Son sous-titre : « comment les entreprises, les gouvernements et les écoles utilisent le jeu pour tous nous contrôler ».

La ludification est aujourd'hui utilisée sur des lieux de travail tels qu'Amazon, dans les banques, dans les milieux comptistes, dans la création de jeux vidéo addictifs, ainsi que dans le sport. « Elle consiste à prendre des récompenses telles que des points, des médailles, des niveaux ou des missions, et à les appliquer à des sujets moins divertissants, comme l'exercice physique ou l'apprentissage d'une langue », explique Hon. Certaines utilisations ont du sens et peuvent nous aider à nous distraire... Mais les limites sont aisément franchies. Nous nous sommes entretenus par vidéoconférence avec Hon, qui vit à Edimbourg (Ecosse). Voici quelques-unes de ses principales idées.

1

Les données sont partout

Comme avec les indulgences, Hon s'entend parfois dire que la ludification a toujours existé. Toutefois, selon lui, il y a une différence de taille qui change tout : « Aujourd'hui, nous disposons de beaucoup plus d'informations en temps réel. La grande différence, par rapport au passé, c'est que vous pouvez désormais recevoir une notification sur votre téléphone vous informant que "Bravo ! Vous avez fait cela il y a cinq secondes. Faites maintenant ceci". » Sans oublier, bien entendu, que nous avons davantage d'écrans, où l'on peut jouer à n'importe quoi, n'importe quand.

2

La création des points internet

Internet est un immense terrain de jeu. Tous les réseaux sociaux et sites Internet comportent ou permettent d'effectuer des classifications, sous différentes formes : followers, likes, vues, visites. Ce sont ce que l'on appelle les « points Internet ».

« Ces points ont d'ores et déjà modifié notre comportement », indique Hon. « Ces systèmes ludifiés sur les réseaux influencent déjà ce que nous choisissons

de publier. Moi-même, je publie un tweet, puis en fonction des réactions, je réfléchis à comment le reformuler. Je modifie mon comportement en fonction des points que je reçois. Sans ces points, je ne pourrais pas adapter mon attitude en conséquence. Et nous n'avons ces systèmes que depuis quinze ou 20 ans. Plus ils se généraliseront, plus notre comportement changera », ajoute-t-il.

Ce qu'on se demande, c'est si les gens qui ont imaginé ces classifications avaient une idée derrière la tête. L'un des créateurs du bouton « like » est mécontent du résultat. « Les jeux sont divertissants, et on adore faire des choses divertissantes », affirme Hon pour mieux expliquer le succès initial des systèmes de points sur internet. « Pour qu'un service fonctionne, il faut en faire quelque chose d'amusant, et la ludification est un moyen d'y parvenir. Je ne pense pas qu'il y ait d'intention délibérée. C'est une forme de capitalisme, où les gens copient ce qui fonctionne », ajoute-t-il.

3

Tout se classe

Ces distributions de points conditionnent les comportements que nous adoptons sur les réseaux pour attirer l'attention. Cela peut déjà être un problème en soi, mais ce n'est pas le seul. Hon évoque une étude de 1989 qui soulignait l'augmentation du perfectionnisme chez les jeunes.

Selon lui, c'est un facteur qui alimente la ludification. La société entière est organisée sur la base de critères de classification et de réussite, ce qui accroît le perfectionnisme. « Un autre fait nou-

veau est l'importance énorme accordée par les gens à leur condition physique. Il y a plus de 50 ans, on ne pensait sûrement pas à se peser tous les jours. Puis, on a commencé à s'intéresser aux variations de notre rythme cardiaque. L'objectif, c'est de devenir la meilleure version de soi-même, et de comparer ses performances à celles des autres », explique-t-il. Et cela ne concerne pas que le travail ou le corps. La classification s'étend à tous les domaines de la vie : « Si vous n'avez pas lu un nombre donné de livres intéressants, ou si vous n'avez pas vu un nombre donné de bons films, vous allez baisser dans les classements, et tout s'effondre », ajoute-t-il.

Le problème, c'est qu'en réalité, tout n'est pas classifiable, parce qu'on ne peut pas tout réduire à une échelle de gradation. Un exemple illustratif est celui de TripAdvisor, où des notes attribuées aux hôtels : une note de 4,9 vaut mieux qu'une note de 4,6, mais est-ce que les critères sont comparables ? « On ne peut ludifier quelque chose en fonction d'une échelle de gradation si si on possède des données structurées. Tout doit donc être réduit à une seule dimension, par facilité de traitement et de compréhension. »

4

Des séries ? Pour quoi faire ?

Les séries constituent un exemple de classification parfois absurde : combien de jours d'affilée obtenez-vous un chiffre aléatoire de réussite (étapes, contributions, commentaires) qui ne veut rien dire, mais qui vous procure une légère sensation de satisfaction ? Dans son livre, Hon cite l'exemple de GitHub, où les programmeurs qui coopéraient ou publiaient une réponse tous les jours maintenaient leur série ininterrompue.

Il trouve ce système contreproductif : « Les séries représentent l'une des formes de ludification les plus puissantes, les plus simples, et, en même temps, les plus problématiques, parce qu'il est très rare qu'une série constitue réellement quelque chose de positif. Qu'y a-t-il de positif au fait de se connecter [sur Github] 100 jours d'affilée ? C'est une statistique à laquelle on ne devrait même pas prêter attention. De la même manière, quelqu'un qui court 50 jours d'affilée ne se fait probablement pas du bien. Je ne reçois aucune médaille d'Apple qui me félicite de ne pas avoir couru aujourd'hui. Cela ne devrait pas avoir d'importance », assure-t-il.

5

Avons-nous conscience de la manipulation ?

Hon a récemment découvert sur TikTok une vidéo d'un employé d'Amazon aux Etats-Unis, qui s'exclamait « je ne veux pas abandonner maintenant mes petites bêtes ». Il s'agissait d'un jeu, appelé *Tamazilla*, destiné à inciter les employés à travailler plus rapidement en « s'occupant » de leurs animaux virtuels. L'employé est-il conscient du fait qu'Amazon joue avec sa volonté, sans aucune contrepartie ?

« Certaines personnes s'en rendent compte immédiatement, mais il faut du temps pour comprendre ce qui leur arrive, car c'est quelque chose d'étrange, de différent et de nouveau », explique Hon. « Sur cette vidéo TikTok, quelqu'un avait enregistré ce jeu où les employés d'Amazon collectionnent des animaux virtuels. Dans les commentaires,



L'objectif, c'est de devenir la meilleure version de soi-même, et de comparer ses performances à celles des autres

Adrian Hon

Expert et créateur de jeux vidéo



Edimbourg
ECOSSE



Le jeu et la réalité virtuelle ont infiltré de nombreux domaines de notre société, dont l'activité sportive. © AFP.