



Extrait du Documentation Académie de Rouen

<http://documentation.spip.ac-rouen.fr/spip.php?article244>

# Les enjeux éducatifs à propos des « jeux vidéo » et de la culture jeune

- Métier - Formation des professeurs documentalistes - Journée académique / BEF -



Date de mise en ligne : jeudi 23 avril 2009

## Description :

Un texte de Laurent Trémel qui fait suite à la journée académique 2009.

---

Copyright © Documentation Académie de Rouen - Tous droits réservés

---

### **Laurent TRÉMEL, chargé de conservation et de recherche, INRP/ Musée de l'éducation**

En termes de marché, au début du XXI<sup>e</sup> siècle, le secteur des « nouvelles technologies » représente dans les pays occidentaux un enjeu colossal. L'enjeu est bien évidemment économique, mais il est également culturel et social. Pour imposer leurs produits, les industriels du domaine tentent aussi de modifier la perception que le corps social peut en avoir, par les canaux de diffusion mass-médiatiques notamment. Dans son travail, Jacques Wallet (2000) montre bien en ce sens toute l'importance prise par la conquête du « marché éducatif », et la légitimation des TICE, dans le monde scolaire. Dans une perspective socio-historique, il est important de souligner les controverses ayant pu exister lors des décennies précédentes, notamment au niveau du mouvement Freinet, ou encore via le point de vue de syndicats enseignants comme le SNES.

Les industriels veulent aujourd'hui aller plus loin en tentant une légitimation « culturelle » plus globale de leur production. Les discours sur les jeux vidéo, un des secteurs les plus « rentables » du marché des nouvelles technologies constituent donc un enjeu. La valorisation des « serious games », jeux a priori en marge de la sphère marchande, non pas vendus en grande surface, mais diffusés par le biais d'Internet, de réseaux associatifs, souvent gratuitement (le but étant fréquemment de sensibiliser à une « cause ») constitue l'un des éléments du processus. Par extension, l'image de ces jeux, à la diffusion limitée, mais dont on parle beaucoup, sert aux industriels à mettre en avant des « bons produits », tout ce qu'il y a de plus commerciaux eux, dont on va vanter le fait qu'ils rendraient les jeunes plus intelligents et plus cultivés (des jeux comme la série des Civilizations ou des Ages of empires sont cités, le contenu des produits estampillés « Dr Kawashima » séduit...), plus sociables (The Sims). La dernière mode étant de prêter aux jeux vidéo un caractère thérapeutique permettant leur utilisation dans le cadre du traitement de troubles mentaux, de maladies telles que le cancer ou encore de la lutte contre l'obésité.

Ces produits, et ces discours, interrogent directement les acteurs de la communauté éducative, et ce à plusieurs niveaux.

Le premier renvoie à la notion d'« éducation parallèle » ou encore d'« éducation informelle », perspectives interrogeant les acteurs de l'éducation dans la mesure où, fréquemment, les promoteurs de ces notions mettent en cause, explicitement ou implicitement, le rôle de l'école dans la société d'aujourd'hui (les élèves s'y ennuieraient, les savoirs scolaires ne seraient plus vraiment adaptés au monde d'aujourd'hui, la socialisation « entre pairs » serait plus significative que le travail de l'institution, etc.).

Corollaire du précédent point, à partir du moment où l'on attribue à certains produits commerciaux des effets « pédagogiques », il importe que ceux-ci fassent l'objet de mesures et d'évaluation (cf. Lieury et Lorant 2008).

Un autre niveau d'interrogation concerne la notion de « culture jeune » : quel peut-être le degré de compétence des personnels de l'éducation sur le contenu de produits (jeux vidéo, films, émission de télévision, bandes dessinées, musiques) jouant aujourd'hui un rôle dans la socialisation de la jeunesse. Nous nous situons là dans une perspective éducative (pouvoir faire un lien avec le contenu d'autres produits culturels comme la littérature ou le théâtre), mais également socialisatrice : au sein d'un établissement scolaire, s'intéresser à ces produits peut être un vecteur de lien social. Deux écueils : le dénigrement de ces produits, auquel les jeunes s'attendent et le manque de connaissance sur les contenus, contribuant à décrédibiliser « l'adulte » alors qu'il aborde leurs thématiques. Se pose dès lors la question de la formation des personnels enseignants et des éducateurs, au sens large. Un préalable à l'information des acteurs de l'éducation sur ces questions consiste à les sensibiliser à la nécessité de « déconstruire » ces ensembles.

1/ Il faut rappeler que ces produits comportent en fait de profondes différences. C'est par exemple le cas de la presse pour adolescentes (Bruno, 2005), de la « musique » (Green 1986), du cinéma (Esquenazi 2003, Ethis 2005, Sorlin 1977), des « émissions télévisées » (Piriot et Charbonnel, 1994), des jeux vidéo (Bruno 1993, Trémel, 2001, 2004), ou encore de la BD (Boltanski 1975), dont différents sous-ensembles sont destinés à des publics spécifiques. Là, toutes les variables « classiques » de la sociologie s'avèrent distinctives : l'âge, le sexe, le lieu d'habitation, le niveau d'étude, et donc de milieu social d'origine.

2/ En termes culturels, des produits, dont la diffusion est massive, ne vont pas être « reçus » de la même manière en fonction des variables listées précédemment. C'est notamment le cas des blockbusters comme Titanic, sans doute vu par bon nombre des adolescents de la même classe d'âge, mais pour qui le produit a un sens différent. Il est question ici, de premier, de second, et même de troisième degré de lecture...

3/ Au niveau du mode de vie des individus, en termes de fréquence et de diversité des pratiques, un produit de la « culture jeune » n'aura pas le même rôle. Un jeune bourgeois parisien, peut aimer une chanson de « rap », d'un label « branché », mais à côté de ce cela, apprécier la musique classique. Un fils de cadre peut apprécier jouer à un jeu de course automobile ou de foot sur sa console, puis passer à un jeu de stratégie sur son ordinateur PC, en faisant attention à ce que ces pratiques ne nuisent pas à ses devoirs scolaires. Là encore, cela n'aura pas le même sens que l'identification d'un jeune déscolarisé vivant dans une cité au héros de GTA, jeu sur lequel il passe 10 heures par jour.

En conclusion, il convient de s'interroger sur les « instances d'expertise » à même de pouvoir servir de source à des membres de la communauté éducative (cas problématiques de « savants » en fait très liés aux industriels du loisir), leur permettant de questionner et de déconstruire certains discours de légitimation/lobbying. De même un point mérite d'être fait sur la nature d'informations diffusées via les canaux institutionnels (ex. concernant les jeux vidéo : informations peu hiérarchisées et problématiques de certains écrits mal identifiées sur EducNet).

### **Bibliographie :**

Boltanski L., « La constitution du champ de la bande dessinée », Actes de la Recherches en sciences sociales, 1, 1975.

Bruno P. 2005, sur Acrimed, Observatoire des médias : « Comment l'esprit ne vient pas aux filles - La presse pour adolescentes et préadolescentes (1990-2002) », <http://www.acrimed.org/article2210.html> et « La presse jeune : ségrégations des publics et marchandisation des inquiétudes parentales », <http://www.acrimed.org/article2211.html>

Esquenazi J.-P., Sociologie des publics. La découverte, 2003.

Ethis E., Sociologie du cinéma et de ses publics. Armand Colin, Paris, 2005.

Lieury A. Lorant S., 2008, « Les jeux vidéo vont-ils remplacer l'école ? », Les cahiers pédagogiques, n° 467.

Piriot M., Charbonnel P., « Télé-vision : signification sociologique de la télévision activité de loisir », in Revue française de pédagogie, 1994, n°109

Sorlin P., Sociologie du cinéma. Aubier, 1977.

Trémel L., 2001, Jeux de rôles, jeux vidéo, multimédia : les faiseurs de mondes. Paris, PUF.

Trémel L., 2004, « A propos des pratiques culturelles des "jeunes" : rappel de quelques principes sociologiques à l'orée du 21<sup>e</sup> siècle », in Santolaria N., Trémel L. (coords.), Le grand jeu. Débats autour de quelques avatars médiatiques. Paris. PUF.

Wallet J., 2000, « De l'intérêt des Cédéroms « éducatifs » », in Apprendre autrement aujourd'hui, Actes des 10<sup>èmes</sup> entretiens de la Villette, Paris, Cité des sciences et de l'industrie.

*Post-scriptum*

*Laurent TRÉMEL, chargé de conservation et de recherche, INRP/ Musée de l'éducation*

*Mis en ligne par Ghislain Chasme.*