

Enjeux numériques

LES SAMEDI 24 ET DIMANCHE 25 MARS 2018

Créativité numérique : la richesse de Montréal

La métropole s'efforce de devenir la capitale mondiale de la créativité numérique

Fortement représentée dans les domaines du jeu vidéo, de la réalité virtuelle et augmentée, des arts numériques, des effets visuels, de l'intelligence artificielle et des textiles intelligents, Montréal abrite l'un des plus riches écosystèmes de créativité numérique au monde. L'événement Printemps numérique, dont la cinquième édition bat actuellement son plein, témoigne d'ailleurs de cette effervescence. Mais avant de pouvoir se targuer d'avoir assis durablement son leadership international en la matière, la communauté montréalaise a encore quelques enjeux à concilier.

EMILIE CORRIVEAU
Collaboration spéciale

Artiste, cofondatrice et vice-présidente du laboratoire d'écritures numériques TOPO, ainsi que consultante en développement culturel, Eva Quintas connaît très bien l'écosystème montréalais de la créativité numérique.

En 2016, avec l'appui du programme Accélération de l'organisme Mitacs et des professeurs Laurent Simon et Serge Poisson-de Haro (HEC Montréal), elle a réalisé une recherche pour le compte de l'organisme Printemps numérique. Ayant pour mission de développer et de promouvoir la créativité numérique à travers différentes activités de production événementielle, de communication, de veille, de maillage et de médiation, ce dernier a mandaté M^{me} Quintas pour cartographier l'écosystème de la créativité numérique montréalaise afin d'en mesurer la portée et de clarifier les conditions nécessaires à son plein essor.

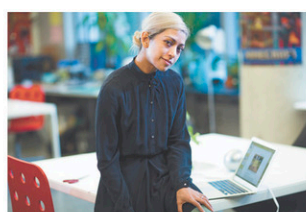
Intitulée *Comprendre et valoriser l'écosystème montréalais de la créativité numérique: un levier pour le développement local et le rayonnement international de la métropole*, l'étude propose un état des lieux très éclairant de la créativité numérique montréalaise et recense les défis auxquels font face les acteurs du milieu.

« On est partis de l'hypothèse que Montréal pouvait être la capitale mondiale de la créativité numérique, indique M^{me} Quintas. La question qu'on s'est posée, c'est "qu'est-ce qui manque à Montréal pour avoir un vrai leadership international?". Ce dont on s'est rendu compte, c'est que les sous-secteurs rayonnent, mais que, si on voulait réussir une vraie projection internationale, il fallait surtout affermir la solidarité et la concertation locale. »

L'étude met également en lumière le fait que les milieux des arts numériques perçoivent un manque de reconnaissance de leur discipline de la part du grand public et de certains décideurs, ce qui contribue à alimenter leur méfiance envers l'industrie.

« Plusieurs des intervenants ont parlé de la nécessité de multiplier les espaces de visibilité médiatiques et événementiels. [...] Beaucoup ont suggéré la création

VOIR PAGE D 2 : MONTRÉAL



Ludification
Jouer pour comprendre la société D 2



Les bénéfices
des jeux vidéo sont-ils sous-estimés? D 3

ENJEUX NUMÉRIQUES

JEUX SÉRIEUX ET LUDIFICATION

Jouer pour comprendre la société

Au-delà du divertissement, les jeux permettent de mieux comprendre le monde

Jeux sérieux, persuasifs, de réflexion... Les jeux vidéo ne sont pas seulement des divertissements. Pour la chercheuse Rilla Khaled, il s'agit d'un prisme qui permet de mieux appréhender le monde actuel.

ALICE MARIETTE
Collaboration spéciale

« Je pense que les jeux sont une bonne façon de comprendre de nombreux problèmes qui font de la société moderne ce qu'elle est », lance Rilla Khaled, professeure agrégée au Département de design et d'arts numériques de l'Uni-

Les jeux permettent de réfléchir à des questions telles que l'interactivité et le rôle de la technologie dans la vie de tous les jours

versité Concordia et membre du laboratoire Technoculture, Art and Games (TAG). Pour elle et ses collègues, les jeux ne sont pas uniquement une expérience où celui qui participe est censé gagner, perdre, ou tenter de cumuler le plus de points possible. « Nous considérons les jeux comme un véhicule pour une expérience créative, interactive, la possibilité de créer un monde, décrit-elle. Nous voyons les jeux comme ayant la capacité de jouer le même rôle que l'art, pour nous aider à imaginer un monde différent. »

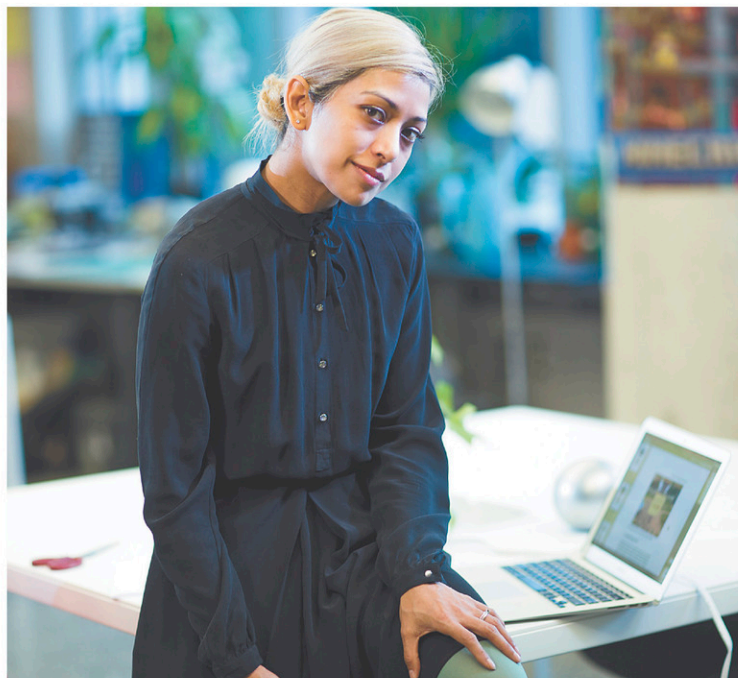
Celle qui est détentrice d'un doctorat en informatique de l'Université Victoria de Wellington, en Nouvelle-Zélande,

étudie le rôle du jeu dans la vie des gens et s'intéresse à la ludification ou *gamification*, terme qui renvoie à l'adaptation des codes et mécaniques du jeu (donner des missions, attribuer un score, utiliser un avatar...) dans un domaine qui n'est pas ludique. Ses recherches se portent, par exemple, sur la conception de jeux sérieux et persuasifs, ainsi que sur les jeux de spéculation, les interactions entre les jeux, la ludification et la culture, la conception de jeux participatifs, la conception de jeux, ainsi que l'intelligence artificielle.

« Nous ne cherchons pas spécialement à créer des jeux pour changer les esprits, nous étudions plutôt l'impact qu'ont les jeux sur la société », précise-t-elle.

Les jeux sérieux comme solution ?

Pour autant, peut-on dire que les jeux sérieux peuvent être une solution à plusieurs problèmes de société? Pour Rilla Khaled, il faut bien nuancer la réponse. « Il y a dix ans, j'aurais probablement répondu oui, c'est une partie de la solution, mais maintenant, je pense qu'il y a beaucoup de problèmes qui ne peuvent pas être résolus à travers les jeux », estime la professeure. Elle prend



Rilla Khaled, professeure agrégée au Département de design et d'arts numériques de l'Université Concordia et membre du laboratoire Technoculture, Art and Games (TAG), s'intéresse à la façon dont la ludification peut et doit être adaptée à différents contextes culturels.

l'exemple de la dépression ou du racisme. « Il nous est possible de concevoir des jeux pour aider les gens à faire l'expérience des facteurs qui entrent en jeu, mais en fait, je dirais que l'approche que nous adoptons est que nous voyons le jeu comme un prisme pour comprendre la vie moderne », croit-elle. Dans le même sens, elle ajoute que les jeux permettent de réfléchir à des questions telles que l'interactivité et le rôle de la technologie dans la vie de tous les jours.

En outre, la professeure s'intéresse à la façon dont la ludifi-

cation peut et doit être adaptée à différents contextes culturels. Par exemple, un certain nombre de jeux se concentrent sur la compétition. « C'est très bien dans les pays où être le meilleur est très important, mais ce n'est pas le cas partout. Je vivais au Danemark, et l'idée d'être meilleur que ton collègue n'est pas quelque chose que les gens aiment », relève-t-elle.

Un laboratoire de créativité

Rilla Khaled est codirectrice du laboratoire TAG, un centre

interdisciplinaire de recherche et création en études et conception de jeux, culture numérique et art interactif. Elle souligne le côté unique et spécial de ce lieu, où se rassemblent chercheurs, artistes, concepteurs, ingénieurs et étudiants de tous les départements de l'Université Concordia. Des participants d'autres universités, des industries du jeu et des arts médiatiques, ainsi que des groupes communautaires sont aussi régulièrement invités. « Au TAG, nous avons des approches diverses, des recherches variées et différents bagages que l'on emmène dans le jeu, je crois que c'est ce qui nous permet d'avoir des possibilités particulières », raconte-t-elle. Elle ajoute que les possibilités sont très larges.

Elle mentionne par exemple son collègue Martin French, professeur adjoint au Département de sociologie et d'anthropologie de l'Université Concordia, qui s'intéresse lui à ce que l'on appelle la « gamblification » (en référence aux jeux d'argent) et à la mécanique de rétention addictive. « Ce qui est intéressant est qu'il s'agit d'un modèle où le design pousse les gens à payer sans avoir l'attente de recevoir plus d'argent », explique-t-elle.

Une infinité de possibilités

Un autre exemple, celui de The Initiative for Indigenous Futures (IIF), mis sur pied grâce à Jason Edward Lewis, professeur en design et arts numériques à l'Université

Concordia. Cette initiative, à laquelle Rilla Khaled participe, explore notamment la possibilité d'utiliser de nouveaux médias numériques comme plateforme pour les jeunes autochtones afin de raconter leur propre histoire. « Nous avons constaté que peu de jeux sont développés avec la perspective autochtone », explique la professeure. Les membres de IIF se déplacent donc partout au Canada, mais aussi à Hawaï, en vue d'enseigner des compétences liées aux jeux. « Nous voulons améliorer les compétences des jeunes en matière de jeux et de nouveaux médias afin qu'ils aient un autre véhicule pour exprimer leur identité, raconter leur histoire et les représenter », ajoute-t-elle.

En outre, au sein du laboratoire de nombreux projets sont en cours. Un des étudiants au doctorat et assistant de recherches de M^{me} Khaled travaille par exemple sur un jeu nommé *Cook Your Way*. Celui-ci construit des contrôleurs alternatifs — autre que la souris et le clavier standard — pour simuler l'action de cuisiner. Un autre s'est intéressé à la dépression et à l'isolement. « La plupart des gens utilisent des jeux en 3D, mais celui-ci utilise des fonctionnalités 3D, mais avec des objets 2D, comme des caricatures, pour exprimer ce que vous ressentez, que tout le monde est loin », explique la professeure. Elle répète que le but du jeu n'est pas de donner une solution à la dépression. « Je dirais qu'il s'agit d'essayer d'évoquer ce que l'on ressent », précise-t-elle.

MONTREAL

SUITE DE LA PAGE D 1

d'une maison pour les arts et la créativité où on aurait, comme on le voit en Europe par exem-

ple, un espace mixte hybride où il pourrait y avoir de la recherche, de l'événementiel et des activités grand public destinées notamment à la jeunesse. Ça faciliterait la concertation, la reconnaissance, l'affirmation du secteur et le développement de la coopération », affirme M^{me} Quintas.

L'étude fait également ressortir que l'accès au financement, particulièrement pour les artistes, les compagnies artistiques et les petites entreprises œuvrant dans le domaine de la créativité numérique, reste un enjeu.

« À Montréal, on se débrouille toujours pour faire des choses qui sont trippantes avec peu de moyens, relève à ce sujet Mehdi Benboubakeur, directeur général de Printemps numérique. C'est une marque d'ici! Mais en même temps, si on veut asseoir durablement la position de Montréal comme capitale de la créativité numérique, il faut améliorer le financement du secteur. Il faut commencer à considérer ces milieux-là comme des leviers potentiellement importants de développement économique. »

La capacité de commercialisation, l'accès à la main-d'œuvre spécialisée, de même que la formation de la relève sont aussi des enjeux cités dans l'étude comme étant préoccupants pour les acteurs du milieu.

Une volonté de plus en plus affirmée

Depuis la publication de l'étude, les interventions visant à renforcer le positionnement de Montréal comme capitale mondiale de la créativité numérique se sont multipliées. « Par exemple, la Ville a adopté sa politique de développement culturel cet été, et la question de la créativité numérique y est prédominante », observe M^{me} Quintas.

Notamment, celle-ci stipule clairement la volonté de la métropole de « confirmer d'ici 2020 le positionnement de Montréal comme l'un des leaders mondiaux de la créativité numérique » et établit diverses priorités pour y parvenir.

La commission numérique de Culture Montréal a aussi fait paraître à l'automne 2017 une déclaration intitulée Montréal, capitale mondiale de l'art et de la créativité numériques. Appuyée par de nombreux acteurs du milieu, dont M^{me} Quintas et M. Benboubakeur, celle-ci a pour objectif de soutenir et d'améliorer la projection locale et internationale de la créativité numérique montréalaise.

« D'ici la fin de l'année 2018, après avoir tenu quatre rendez-vous sur la question, la commission numérique proposera un plan d'action concret », souligne M^{me} Quintas.

Celui-ci pourrait aller jusqu'à la création d'une grappe des arts et de la créativité numériques.

Le Printemps numérique en action

De son côté, au cours des derniers mois, le Printemps numérique a beaucoup travaillé à développer différents outils et mécanismes de

maillage pour favoriser le rapprochement entre les citoyens, les artistes, les institutions, les entreprises et les industries.

« On a par exemple lancé la série événementielle #intersections qui vise à rassembler curieux et passionnés autour d'enjeux de transformations numériques », indique M. Benboubakeur.

L'organisme a aussi développé, en collaboration avec le Secrétariat à la jeunesse du Québec, le projet Jeunesse QC 2030. « C'est un projet qui vise, par le déploiement de différentes activités, à augmenter les compétences numériques des jeunes. L'idée, c'est de favoriser la pleine conscience de la citoyenneté numérique chez les jeunes, peu importe le milieu d'où ils viennent. C'est aussi de préparer la relève », souligne le directeur général du Printemps numérique.

En ce moment, l'organisme œuvre aussi à la mise sur pied d'un réseau intersectoriel autour de la littératie numérique rassemblant entreprises, groupes de recherches et organismes publics et privés.

Il continue également à chapeauter son événement phare, aussi nommé Printemps numérique, qui se tient chaque année à Montréal du 21 mars au 21 juin et se déploie sous la forme d'une riche programmation de plus de 300 activités.

« Notre secteur de la créativité numérique se porte très bien; on a tous les éléments qu'il faut pour se prévaloir du titre de capitale mondiale de la créativité numérique », assure M. Benboubakeur. Mais il ne faut pas que nous nous asseyions sur nos lauriers, sinon nous allons perdre notre avance. Pour continuer d'occuper une place de choix parmi les meneurs, il ne faut pas que nous arrêtons de nous remettre en question. »

« Notre secteur de la créativité numérique se porte très bien; on a tous les éléments qu'il faut pour se prévaloir du titre de capitale mondiale de la créativité numérique »

Mehdi Benboubakeur, directeur général de Printemps numérique



Mehdi Benboubakeur

MUSITECHNIC

TON TREMPLIN POUR UNE CARRIÈRE EN AUDIO

FORMATEUR DE LA RELÈVE
AUDIO ET MUSICALE

A.E.C
TECHNIQUES DE PRODUCTION AUDIO

514-521-2060
MUSITECHNIC.COM

f i t y

DÉJÀ
30
ANS

inis.qc.ca

f t i

L'inis

Centre de formation
Cinéma - Télévision - Médias interactifs

DATE LIMITE D'INSCRIPTION

Programme Médias interactifs et jeux vidéo

Mercredi 16 mai 2018

ENJEUX NUMÉRIQUES

Sous-estime-t-on les bénéfices des jeux vidéo?

Plus de la moitié des Canadiens de 6 à 64 ans s'adonnent à ce loisir

MARTINE LETARTE

Collaboration spéciale

Les jeux vidéo prennent de plus en plus de place dans la vie des gens, et bien des enseignants tentent de les intégrer à leurs stratégies pédagogiques afin de rendre les apprentissages plus ludiques. Si certains peuvent se questionner sur l'utilité de ces heures investies dans les jeux vidéo, d'autres, comme Gabrielle Trépanier-Jobin, professeure à l'École des médias de l'UQAM, y voient des avantages. Entrevue.

« Bien sûr qu'il ne faut pas passer trop d'heures au quotidien devant les écrans et qu'il faut réguler le temps durant lequel les enfants y sont riviés, mais les jeux vidéo n'ont pas que de mauvais côtés: ils permettent aussi de développer plusieurs connaissances et compétences », affirme Gabrielle Trépanier-Jobin qui s'est intéressée à l'univers du cinéma avant de bifurquer vers les jeux vidéo.

Il existe une foule de jeux « sérieux », dont la fonction première est d'inculquer des connaissances, mais même les jeux de divertissement peuvent avoir des retombées positives. Par exemple, ils peuvent faciliter l'apprentissage d'une nouvelle langue.

« Bien des jeunes Québécois francophones par exemple se sont grandement améliorés en anglais parce qu'ils devaient communiquer avec leurs coéquipiers en jouant à des jeux en ligne massivement multijoueurs », affirme la professeure et chercheuse.

Les jeux vidéo de divertissement peuvent aussi permettre d'améliorer sa coordination main-œil, ses réflexes, sa coordination spatiale, puis sa capacité à gérer des ressources et à résoudre des problèmes.

Gabrielle Trépanier-Jobin, qui était une joueuse lorsqu'elle était enfant, donne l'exemple du jeu d'arène de bataille en ligne multijoueurs *DOTA*. Le joueur doit apprendre à coopérer avec les gens de son équipe qui ont des compétences différentes pour développer des stratégies afin de détruire la base de l'autre équipe. On est loin de regarder passivement la télévision! Mais même de petits jeux tout simples peuvent avoir des retombées positives.

« Je pense aux personnes âgées par exemple, qui doivent continuer à solliciter leurs fonctions cognitives et leur mémoire, affirme M^{me} Trépanier-Jobin. Des jeux sont spécialement créés pour ces gens. »

Qui joue?

Le joueur n'a d'ailleurs très souvent plus le profil stéréotypé de l'adolescent isolé qui joue sur une console dans son sous-sol. Le jeu vidéo se démocratise et séduit maintenant un large pan de la société.

D'après l'Association canadienne du logiciel de divertissement, plus de la moitié de la popu-



Environ 37 % des Canadiens se définissent eux-mêmes comme des joueurs.

lation canadienne joue à des jeux vidéo. C'est le résultat obtenu lors d'un sondage réalisé au printemps 2016 auprès de 3000 Canadiens de 6 à 64 ans. Pas moins de 52 % d'entre eux avaient joué à un jeu vidéo dans les quatre dernières

« On ne peut pas forcer les enseignants à intégrer des jeux vidéo dans les apprentissages, mais c'est certain qu'ils sont un facteur de motivation important pour les jeunes »

semaines. Près de la moitié de ces gens était des femmes et la moyenne d'âge était de 36 ans. En moyenne, ils passaient 11 heures par semaine à jouer. De plus, 37 % des Canadiens se définissent eux-mêmes comme des joueurs.

« C'est énorme », s'exclame Gabrielle Trépanier-Jobin. Les jeux vidéo ne sont donc plus l'apanage des jeunes. Le phénomène intéresse aussi les adultes, notamment les retraités, qui ont plus de temps libres. Parce que jouer à des jeux vidéo est aussi une question de temps. C'est certain que les parents d'enfants en bas âge dans la trentaine et la quarantaine jouent moins, mais après 50 ans, il y a une hausse. »

Les grandes entreprises se lancent dans les jeux éducatifs

Les jeux sérieux étaient traditionnellement conçus par des entreprises spécialisées dans

des domaines comme les simulateurs de vol, les formations pour les entreprises et les jeux éducatifs pour enfants.

Mais on a vu apparaître un nouveau phénomène récemment: de grandes compagnies de jeux vidéo produisent maintenant des versions éducatives de leurs jeux particulièrement populaires. Par exemple, c'est ce qu'a fait Ubisoft avec *Assassin's Creed Origins*, lancé l'automne dernier. On y a retiré l'objectif initial du jeu qui se déroule dans l'Égypte ancienne, afin de l'axer sur l'acquisition de connaissances.

« C'est intéressant parce que, lorsque de grandes entreprises comme Ubisoft se lancent

dans ce genre de projets, elles ont déjà en main le graphisme qui coûte une fortune à réaliser, explique Gabrielle Trépanier-Jobin. Puis, elles vont chercher des spécialistes dans différentes disciplines, comme l'histoire, afin de s'assurer que tous les faits sont véridiques. »

En 2016, le jeu extrêmement populaire *Minecraft* a aussi été décliné en version éducative pensée cette fois-ci particulièrement pour les enseignants.

« Le jeu éducatif est accompagné d'une foule de scénarios pédagogiques afin qu'on puisse l'intégrer dans les cours, que ce soit en mathématiques, en sciences et technologies, en arts, etc., affirme la professeure. C'est certain que, si un enseignant dit à ses élèves que ce soir, leur devoir est de jouer à *Minecraft*, il y a de bonnes chances qu'ils trouvent ça le fun! »

Virage inévitable pour les enseignants?

Les enseignants doivent-ils donc se mettre à tout prix à la recherche des meilleurs jeux vidéo pour transmettre des connaissances à leurs élèves s'ils veulent susciter leur enthousiasme?

« On ne peut pas forcer les enseignants à intégrer des jeux vidéo dans les apprentissages, mais c'est certain qu'ils sont un facteur de motivation important pour les jeunes, constate Gabrielle Trépanier-Jobin. Puis, lorsque les élèves vivent des expériences à travers leurs apprentissages, ils retiennent souvent davantage à long terme les connaissances que lorsqu'ils sont face à un enseignement magistral. »

De plus, dans les universités, les étudiants sont déjà riviés devant leurs écrans en classe. Souvent pour clavarder avec des amis ou regarder leur fil de nouvelles Facebook davantage que pour prendre des notes!

« Dans ce contexte, ce n'est pas toujours facile d'avoir leur attention comme professeure, affirme M^{me} Trépanier-Jobin. La ludification des apprentissages change la dynamique de la classe, ravive l'intérêt des étudiants et les met dans une position active qui facilite la rétention des connaissances à long terme. Les jeux vidéo renferment une foule de possibilités en matière d'éducation et je crois qu'il est intéressant de les explorer. »

Musitechnic célèbre ses 30 ans

Former des étudiants en pleine révolution numérique

MARTINE LETARTE

Collaboration spéciale

Musitechnic, un établissement privé de formation collégiale qui forme des étudiants en production audio, célèbre son 30^e anniversaire. En trois décennies, le programme a dû être complètement refait plusieurs fois alors que le monde de la sonorisation a entièrement été révolutionné avec le passage de l'analogique au numérique. Les perspectives d'emploi pour les étudiants ont aussi été bonifiées avec l'essor de l'industrie des jeux vidéo à Montréal. Entrevue avec Luc Lafontaine, directeur de Musitechnic et diplômé de 1994.

Les premiers diplômés de Musitechnic, en 1989, ne se reconnaîtraient pas s'ils remettaient les pieds chez leur *alma mater*. Si, à sa création, l'école a adopté le MIDI (Musical Instrument Digital Interface), un langage de communication entre les différents appareils de musique encore utilisé aujourd'hui, l'ordinateur n'avait évidemment pas la place qu'il a aujourd'hui.

« On était avant Windows 95, avant l'interface graphique avec la souris, avant Internet: on remonte à loin, se souvient Luc Lafontaine. Mais, avec l'arrivée du MIDI en 1983, nous avons eu un aperçu du futur où tout passerait par l'ordinateur. C'est pour cette raison en fait que l'école est née. »

Les logiciels commençaient à sortir. Il y avait des synthétiseurs, mais ils étaient physiques bien sûr, pas virtuels. Il n'y avait pas non plus d'enregistrement audio dans l'ordinateur.



L'arrivée des ordinateurs et d'Internet a changé la réalité de la production audio.

« Pas moins de 55 % de la formation est pratique, et c'est important que les étudiants aient aussi du temps libre pendant cette année d'études afin de s'investir dans leurs projets personnels »

Luc Lafontaine, directeur de Musitechnic et diplômé de 1994

« Il fallait avoir autant de synthétiseurs que de sons qu'on voulait, se souvient M. Lafontaine. Ça prenait de la place et ça coûtait de l'argent. Il fallait en plus mixer en temps réel sur une console et enregistrer sur un ruban analogique! »

Avec l'arrivée d'Internet et le développement des ordinateurs, Musitechnic a commencé au début des années

2000 à les utiliser pour remplacer l'équipement physique.

La production audio démocratisée

Cette transformation technologique est venue changer la réalité de la production audio. « L'informatique est venue démocratiser la création et la production d'albums pour les

VOIR PAGE D 4: MUSIQUE

CONCORDIA



LES ARTS NUMÉRIQUES

NOUVELLE GÉNÉRATION

CONCORDIA.CA/ARTSNUMERIQUES



ENJEUX NUMÉRIQUES

Raconter des histoires à l'ère du numérique

Au-delà de la technologie, pour captiver l'utilisateur, il faut un récit

Que ce soit à la télévision, au cinéma ou dans les livres, une bonne histoire bien racontée est généralement garante de l'intérêt du public. Mais quand il est question de productions numériques interactives, à quel point le récit joue-t-il un rôle important pour captiver l'utilisateur ?

EMILIE CORRIVEAU
Collaboration spéciale

« Cela dépend du public et des objectifs, indique d'entrée de jeu Véronique Marino, consultante et directrice du programme Médias interactifs à l'Institut national de l'image et du son (INIS). Si on est dans une démarche de divertissement, dans le jeu vidéo par exemple, c'est clair que l'histoire est quelque chose de très important parce qu'on veut captiver l'utilisateur ou le spectateur pour pouvoir lui faire vivre quelque chose. »

Mais même lorsqu'il n'est pas question de divertir l'utilisateur, dans le cas d'applications utilitaires par exemple, le récit joue un rôle relativement important dans la rétention de son intérêt.

« Le récit narratif dans une interface qui n'est pas fictionnelle sert à susciter l'engagement, explique M^{me} Marino. Quand on parle de nouvelles technologies, le récit nous permet de recréer une humanité entre un objet qui est froid et l'utilisateur. L'histoire, c'est le meilleur moyen pour sortir du clinique. Parce que l'enjeu, c'est ça. Le numérique, c'est du 0 et du 1. On est en permanence en quête de cette chaleur, de cette fameuse relation, et l'histoire, c'est un moyen de la reproduire. »

« Il y a toujours une histoire, même si elle est mince, note pour sa part Ghassan Fayad, formateur à l'INIS ainsi que président fondateur de Kngfu, une entreprise qui produit des

contenus multiplateformes. Par exemple, Airbnb ou Uber ont un récit derrière leur application. Leurs concepteurs ont bâti un scénario à partir d'un usage; ils ont donc créé une histoire. »

Les enjeux narratifs des récits interactifs

Bien que sa grammaire s'apparente parfois à celle utilisée en cinéma ou en télévision, la narration interactive comporte son lot de difficultés, et ce, notamment parce qu'elle n'est pas linéaire.

« Dans l'interactif, il ne faut pas penser le récit comme une ligne, mais comme une galaxie, soutient M^{me} Marino. Le récit doit porter en lui des ressorts qui permettent de contrôler l'enjeu de la navigation non linéaire. En fait, on a une écriture qui est éclatée avec plein de points d'entrée et qui nous ramène vers le centre. »

« C'est une coche au-dessus en matière de complexité, commente M. Fayad en riant. C'est vraiment une écriture qui nécessite d'accepter de ne pas avoir le contrôle complet sur le récit et sur ce que les gens vont en faire. Il s'agit plus de placer des morceaux comme des scénographes et de laisser les gens mener un parcours libre tout en espérant induire un certain parcours idéal, mais on ne peut pas l'imposer. »

L'écriture interactive commande aussi presque toujours un travail collaboratif. D'après M^{me} Marino, les projets cohérents sont en géné-

ral l'expression de nombreux esprits.

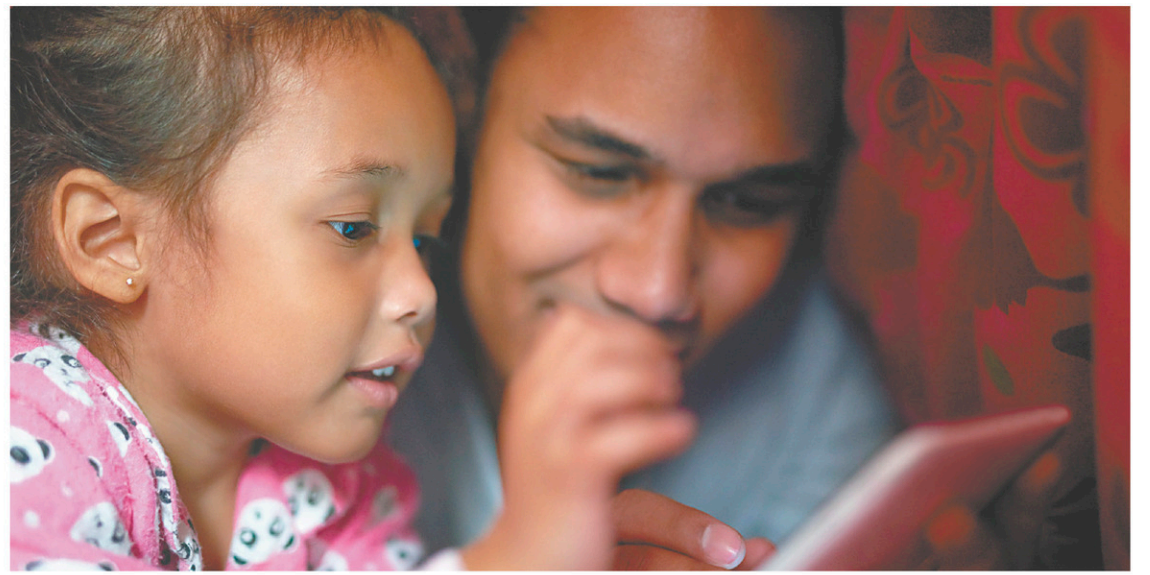
« Quand vous commencez à conceptualiser une expérience, à définir des interfaces, etc., vous avez une deuxième écriture qui arrive qui est celle de la programmation. Elle va limiter des choses et en ouvrir d'autres. Ensuite, il y a l'élément final qui arrive quand tout est ramassé et que l'expérience se fait, c'est le cosmétique. Il y a donc beaucoup d'écritures qui se superposent en même temps, et c'est ce qui en fait la beauté », affirme-t-elle.

L'avenir du récit interactif

Grâce au développement de technologies comme la réalité augmentée, la réalité virtuelle et l'intelligence artificielle, de nouvelles formes de narrations sont en train d'émerger. Pour les auteurs de récits interactifs, cela laisse certes entrevoir d'importants bouleversements, mais également, de grandes possibilités.

« Dans les prochaines années, on va voir des choses très intéressantes, estime M. Fayad. Cette idée d'immersion totale dans une histoire, ça peut être très fort et ça offre un potentiel énorme de *storytelling*. Contrairement à ce qu'on a vécu au cours des dernières années avec la multiplication des écrans, la réalité virtuelle et augmentée va nous permettre à nouveau de capter totalement l'attention des utilisateurs, et ce, en utilisant tous les sens. Pour un conteur d'histoires, c'est un monde de possibilités! »

« La dématérialisation des écrans est un des très grands enjeux, juge pour sa part M^{me} Marino. On va accéder de moins en moins à ce qu'on appelle un site Web, mais en



« Quand on parle de nouvelles technologies, le récit nous permet de recréer une humanité entre un objet qui est froid et l'utilisateur », explique Véronique Marino, consultante et directrice du programme Médias interactifs à l'Institut national de l'image et du son (INIS).

Les produits jeunesse, un cas particulier

Enseignante à l'INIS, Judith Beauregard est également productrice exécutive chez Tobo, un studio montréalais spécialisé dans la création de jeux numériques et d'expériences interactives multiplateformes pour les enfants de trois à quinze ans.

D'après cette spécialiste des productions jeunesse, même s'il est important, le récit n'occupe pas tout à fait la même place dans les produits interactifs destinés aux enfants que ceux voués aux adultes.

« On essaie d'incorporer le *storytelling* dans presque tous nos produits parce qu'on sait que c'est quelque chose qui touche les jeunes, confie-t-elle. L'histoire leur donne plus de motivation; ça leur permet de se reconnaître et de s'impliquer. Cela dit, ce n'est pas nécessairement la chose la plus importante pour eux. »

Ce qui l'est davantage, c'est la mécanique de jeu (*gameplay*), c'est-à-dire l'ensemble des

éléments liés à l'interaction entre le joueur et le jeu, dont les règles et les possibilités d'actions. Quand elle est efficace, la mécanique de jeu tient en éveil l'intérêt de l'utilisateur et contribue à son plaisir de vivre l'interactivité. « Ce qui est vraiment important quand on s'adresse aux jeunes, c'est de trouver le défi à la hauteur du groupe cible, révèle M^{me} Beauregard. Il ne faut pas que ça soit trop difficile, ni trop facile, sinon, ils décrochent! »

La productrice souligne toutefois que les jeux qui ne s'articulent pas autour d'un récit présentent souvent des limites sur le plan du soutien de l'intérêt: « Les jeux qui n'ont pas d'histoires, sauf certaines exceptions, ont en général un attrait d'une durée limitée; les jeunes tendent à s'en lasser rapidement. Un bon jeu pour enfants, c'est donc un jeu qui amalgame un certain *storytelling* à une super mécanique de jeu. »

même temps, il va falloir que l'information se déploie sous une forme qui va nous permettre d'interagir avec elle. Tout cela va nécessiter d'importantes réflexions. »

MUSIQUE

SUITE DE LA PAGE D 3

artistes, constate Luc Lafontaine. L'autoproduction a vraiment pris son envol. L'industrie de la distribution — physique — a pratiquement disparu avec les plateformes comme iTunes. L'avantage pour les artistes, c'est que ça ne coûte presque plus rien de faire ses chansons et de les offrir en ligne aux côtés de celles de Céline Dion!»

Par contre, cette nouvelle réalité exige que les artistes développent différentes compétences. « Les compagnies vont souvent décider d'accompagner des artistes qui ont déjà créé un *buzz* autour d'eux, explique Luc Lafontaine. Elles les aideront à terminer leur album, à faire la promotion ou à organiser une tournée. On s'attend donc aujourd'hui à ce qu'un auteur-compositeur-interprète fasse une bonne partie d'autoproduction, qu'il fasse des petits spectacles, qu'il se crée une base de fans. Les artistes doivent vraiment être de plus en plus autonomes. »

Au départ, le programme de Musitechnic avait été pensé d'ailleurs pour les musiciens qui voulaient s'autoproduire. Puis, avec les années, les perspectives ont été élargies. L'école s'est mise aussi à former des techniciens de son pour toutes les sphères du domaine, que ce soit le spectacle, la télévision, le cinéma. Puis, plus récemment, le jeu vidéo s'est ajouté.

« Cette industrie est particulièrement dynamique à Montréal et elle a apporté beaucoup de nouveaux emplois dans le domaine du son, constate Luc Lafontaine. Les grandes compagnies de jeux vidéo ont toutes des studios à l'interne, mais ils sont souvent saturés, donc elles font aussi affaire avec des studios indépendants. Il y a tout un écosystème présent à Montréal pour nos finissants qui veulent travailler dans ce domaine. »

Profiter de l'école pour lancer sa carrière

Musitechnic propose l'attestation d'études collégiales (AEC) technique de produc-

tion audio qui se fait en 12 mois, sur trois sessions. Le programme, créé à l'interne, a été complètement changé trois fois en 30 ans. « Chaque année, nous faisons une auto-évaluation et nous l'améliorons », indique M. Lafontaine.

Il faut payer 16 000 \$ pour s'y inscrire. « Puisque nous sommes un organisme à but non lucratif, nos étudiants ont accès aux bourses, en plus des prêts », affirme le directeur, entré en poste il y a cinq ans après avoir travaillé dans l'industrie et gravi les échelons un à un chez Musitechnic.

L'école tente de tout mettre en œuvre pour permettre à ses 150 étudiants par année de propulser leur carrière pendant leur formation. Notamment, en utilisant au maximum ses neuf studios, que ce soit pour des projets scolaires ou personnels.

« Pas moins de 55 % de la formation est pratique, et c'est important que les étudiants aient aussi du temps libre pendant cette année d'études afin de s'investir dans leurs projets personnels, affirme Luc Lafontaine. Ils doivent se faire de bonnes démos qu'ils pourront faire jouer à leurs futurs employeurs. »

Les professeurs de Musitechnic sont, en grande majorité, des gens qui travaillent dans l'industrie. « Les étudiants doivent se constituer un bon réseau pour réussir dans le domaine et nos professeurs sont un bon point de départ, affirme Luc Lafontaine. Beaucoup de diplômés aussi nous appellent lorsqu'ils travaillent sur des événements et qu'ils ont besoin de stagiaires, par exemple. Nos étudiants ont avantage à avoir du temps et à vraiment s'investir. »

Musitechnic a aussi créé un fonds d'aide aux projets de carrière pour ses étudiants.

« Nous nous gardons entre 20 000 et 30 000 \$ chaque année pour soutenir les étudiants qui ont de bons projets, explique M. Lafontaine. Ça peut être très varié comme initiative, du lancement d'un studio à l'enregistrement d'un album, en passant par l'inscription à une certification afin d'augmenter leur employabilité. Nous leur offrons aussi du mentorat. L'objectif, c'est vraiment de permettre aux étudiants de lancer leur carrière pendant cette année. »

100 MILLIONS D'IDÉES

UQÀM

Des jeux et des enjeux

Prendre au sérieux les jeux vidéo
en créant une chaire de recherche
en ludification ?

Une idée brillante.