

<i>Préface par Pierre Mousson</i>	9
<u>Introduction</u>	
<i>Pour un langage vidéoludique</i>	13

 Première partie : outils de conception

<u>Chapitre 1</u>	
<i>État des lieux</i>	19
A- Brève histoire du <i>game design</i> :	20
jeux vidéo d'hier, d'aujourd'hui et de demain	
1 ■ Les années 1980, de l'artisanal à l'industriel	21
◆ Une création d'abord technologique	
◆ L'émergence des « pixelieux »	
2 ■ Les années 1990, le jeu vidéo grand public	24
◆ La mort des coin-op	
◆ L'arrivée de la PlayStation	
◆ La tentation du narratif	
3 ■ Les années 2000, l'identification du langage vidéoludique	26
◆ Les Américains pionniers	
◆ En France	
B- Qu'est-ce qu'une expérience de jeu vidéo ?	29
1 ■ Étymologie et définition de la notion de jeu	29
2 ■ S'amuser dans un jeu vidéo	32
3 ■ Ressentir des émotions dans un jeu vidéo	33
4 ■ Définition d'une expérience de jeu vidéo	35

<u>Chapitre 2</u>	
<i>Identifier vos intentions</i>	39

A- Première étape : définir le sens	40
B- Les 4F : fun, fond, forme et feeling	42
1 ■ F comme fun	43
◆ Une méthode efficace pour gérer la notion de fun	
2 ■ F comme fond	46
◆ Les valeurs	
◆ La trace	
3 ■ F comme forme	50
4 ■ F comme feeling	51
a - Le ressenti général	52

<i>b - Les émotions</i>	52
◆ Définir les émotions fictionnelles	
◆ Déterminer les émotions artistiques	
◆ Identifier les émotions vidéoludiques	
<i>c - L'identification</i>	57
<i>d - Outils optionnels</i>	59
◆ L'empathie	
◆ La nature comportementale de l'expérience	

Chapitre 3

Le gameplay

63

A- Un art essentiel

64

B- Les douze principes de gameplay

67

1 ■ Micro-gameplay

67

a - Le cœur de jeu

68

◆ Le cœur de jeu des FPS (<i>first-person shooter</i>)	
◆ Le cœur de jeu des jeux de plateformes	
◆ Le cœur de jeu d'un Gran Turismo (Sony)	
◆ Uncharted et Tomb Raider : les bicœurs	
◆ Zelda (Nintendo), le véritable multicœur	
◆ Un cas extrême : les <i>party games</i>	
<i>b - Les briques de gameplay</i>	76
◆ Les jeux de plateformes	
◆ Les jeux de voitures	
◆ Les FPS	
◆ Les catégories de briques indispensables	
◆ Rationalisation de l'utilisation des briques dans le level design	
<i>c - Les 3C</i>	85
◆ <i>Cameras</i>	
◆ <i>Controls</i>	
◆ <i>Character</i>	
<i>d - Identification de la virtuosité</i>	94
◆ Identification du niveau de maîtrise	
◆ Virtuosité n'est pas dextérité	
◆ Identification de l'ensemble des joueurs potentiels	
<i>e - Conditions d'échec et de réussite</i>	99
◆ Identifier échec et réussite	
◆ Un système de création d'émotions ludiques	
<i>f - Signes et feed-back</i>	101
◆ Les feed-back	
◆ Les signes	

2 ■ Macro-gameplay	105
<i>a - La boucle de jeu</i>	105
◆ Plusieurs tailles de boucles	
◆ L'exemple des boucles de World of Warcraft	
◆ L'invention du <i>almost</i> par Blizzard	
◆ Qu'est ce qu'une récompense ?	
<i>b - La motivation</i>	115
◆ Axe de la motivation	
◆ Théories de la motivation	
<i>c - Le système de jeu</i>	120
<i>d - Narratif versus systémique</i>	122
◆ La méthode systémique	
◆ La méthode narrative	
◆ Mixer les deux méthodes	
◆ L'aspect <i>consumer centric</i>	
<i>e - Quelle structure de jeu ?</i>	128
◆ L'espace	
◆ Le temps	
◆ La progression	
<i>f - L'accessibilité</i>	135
◆ Éviter la confusion	
◆ Rendre le jeu confortable pour le joueur	
 <i>Chapitre 4</i>	
<i>La représentation</i>	139
A- Le style	140
B- L'ambiance	142
◆ La couleur	
◆ La lumière	
◆ Le son	
◆ La mise en scène	
C- L'habillage	144
◆ Le générique	
◆ Les menus	
◆ Les GUI	
D- L'œil vidéo	146
E- L'univers	147
 <i>Chapitre 5</i>	
<i>Le level design : dernier maillon avant la production</i>	149

A- Processus de conception/fabrication d'un jeu	150
B- Un processus rationnel	152
C- Micro-design	153
D- Macro-design	155

Deuxième partie : processus professionnel de fabrication

Chapitre 6

La conception : sélectionner et valider les idées 157

A- Dénicher des idées	158
B- Constituer une équipe	159
C- Exprimer les idées	160
1 ■ Le mood-board	161
2 ■ Le problème de la documentation de travail	162
3 ■ La nécessité des prototypes	166
◆ Les deux fonctions primaires du prototype	
◆ Les deux fonctions secondaires	
◆ Identifier les risques	
◆ Une méthode de prototypage progressive	
D- Rien ne sert de courir	171

Chapitre 7

La préproduction : une deuxième conception 173

A- Travailler ensemble	174
◆ À quoi sert la préproduction ?	
◆ Processus d'échanges	
B- La préparation à grande échelle	177
◆ L'éradication des risques	
◆ La notion de cahier des charges	
◆ Temps de préproduction	

Chapitre 8

L'artillerie lourde de la production 179

- ◆ Étapes majeures de la production
- ◆ L'aspect industriel
- ◆ La garantie de qualité

Chapitre 9

Vers un processus de création/fabrication hollywoodien **187**

Troisième partie : tous créateurs

Chapitre 10

La création **195**

A- Une culture de masse **196**

B- Réaliser son propre jeu **199**

1 ■ Acteurs et compétences **200**

- ◆ Les professionnels du loisir interactif
- ◆ Les indépendants
- ◆ La génération Y
- ◆ Le grand public
- ◆ Les nouveaux professionnels : le *serious game*

2 ■ Faire un jeu en un jour **205**

- ◆ Utiliser un jeu existant : inventer des niveaux
- ◆ Utiliser un outil « clé en main »

3 ■ Réaliser un jeu en quelques semaines **207**

- ◆ Outils « clé en main »
- ◆ Maîtriser Flash
- ◆ Faire un *mod*
- ◆ Utiliser un moteur de jeu
- ◆ Prendre son temps

4 ■ La vision marketing **209**

- ◆ La concurrence
- ◆ Le public
- ◆ La mise en vente
- ◆ Repérer les éléments forts

C- Diffuser son jeu **211**

- ◆ Le net
- ◆ Les consoles : PlayStation Network et Xbox Live
- ◆ L'App Store
- ◆ L'avenir

Conclusion

Quel avenir pour le game design ? **215**

- ◆ La dématérialisation
- ◆ Vers un game design tangible
- ◆ La progression des méthodologies des studios
- ◆ La convergence des médias
- ◆ De nouveaux champs de création