



Volume 9, Numéro 1

*Le jeu en temps de pandémie : remède ou échappatoire ?*

Septembre 2023

76-101

---

**Créativité et réflexivité dans *Animal Crossing: New Horizons*  
Quand la situation « en jeu » constitue un remède à la situation pandémique « hors jeu »**

Laureline Chiapello

École des arts Numériques, de l'Animation et du Design (NAD),

Université du Québec à Chicoutimi

**Résumé :** Cet article montre que les jeux de construction, tels qu'*Animal Crossing: New Horizons*, sont des activités de design faisant appel à un agir créatif qui constitue un « remède » face à des situations difficiles comme celle de la pandémie de COVID-19. Pour ce faire, il s'appuie sur une vision pragmatiste de la créativité en design, articulée autour du concept de « situation » provenant des travaux de Donald Schön et d'Hans Joas. Suivant une approche autoethnographique, l'auteure explique comment *Animal Crossing: New Horizons* lui a permis d'être créative et réflexive durant le confinement.

*Abstract in English at the end of the text.*

**Mots-clés :** *Animal Crossing: New Horizons*, pandémie, autoethnographie, design, créativité, réflexivité, pragmatisme

## **Introduction**

Le jeu *Animal Crossing: New Horizons (AC:NH)* a été publié par Nintendo, le 20 mars 2020, sur la Switch. Cette date coïncide avec le début des confinements en Occident dus à la pandémie de COVID-19. Cette conjoncture semble avoir profité à Nintendo, qui a vendu plus de 13 millions de copies en deux mois (Nintendo, 2020). Devenu un titre phare de l'année 2020, *AC:NH* retient

l'attention de la communauté scientifique s'interrogeant sur les liens entre jeu vidéo et pandémie (Comerford, 2020 ; Gandolfi et Gandolfi, 2021 ; Lewis *et al.*, 2021 ; Lin et Su, 2020 ; Scully-Blaker et Flynn-Jones, 2020 ; Zhu, 2021).

Dans la littérature scientifique, ce jeu est principalement examiné sous deux angles en lien avec la pandémie de coronavirus qui a poussé les gouvernements à ordonner le confinement des populations. Puisqu'*AC:NH* propose de créer un avatar qui part vivre sur une île idyllique sans contrainte, il offre un endroit à l'abri de la pandémie. Le jeu est alors analysé sous l'angle de l'évasion (*escapism*) (Comerford, 2020 ; Zhu, 2021). Puisque le jeu donne la possibilité d'avoir des contacts à distance, sans risque sanitaire, il est aussi vu comme une occasion de socialisation. En effet, *AC:NH* permet à huit joueur·se·s de se retrouver sur une même île où plusieurs activités de groupe leur sont proposées telles que pêcher, attraper des insectes ou faire des vœux lors des pluies d'étoiles filantes. Bien que ces rencontres dites « virtuelles » soient parfois considérées comme des ersatz de contacts humains, elles ont été précieuses pour traverser le confinement, réduire l'anxiété et conserver un rôle social (Cmentowski et Krüger, 2020 ; Comerford, 2020 ; Gandolfi et Gandolfi, 2021 ; Lewis *et al.*, 2021). Ces deux fonctions montrent que le jeu a majoritairement joué un rôle positif dans la vie des joueur·se·s durant cette période de crise sanitaire sans précédent.

Cependant, un troisième aspect mérite d'être approfondi : celui de la créativité. En effet, les activités à faire sur l'île tropicale sont limitées et les moments de jeux à plusieurs sont loin de constituer le cœur d'*AC:NH*. Ce nouvel opus de la série *Animal Crossing* est surtout remarquable en raison de l'étendue des possibilités de création qu'il offre par rapport à ses quatre prédécesseurs et aux autres jeux de simulation de vie où il s'agit d'effectuer des tâches quotidiennes et de développer les interactions entre des personnages pour les observer « vivre leur vie ». La grande nouveauté d'*AC:NH* est la possibilité de concevoir une île en totalité. Le terrain n'est, au départ, qu'un vaste champ de mauvaises herbes qu'il faut aménager de fond en comble en plaçant chaque fleur, arbre, lac, pont, banc, chemin et maison. L'intérieur de ces dernières est aussi modifiable : il est possible de choisir les meubles, leurs couleurs, ainsi que les cadres, tapis, tapisseries, luminaires, etc. Le système de « personnalisation » compte des centaines d'objets et de motifs,

permettant à chacun·e de modifier son île comme bon lui semble. Ce système de personnalisation est la raison pour laquelle j'ai passé 600 heures à jouer. *AC:NH* comprend donc à la fois des mécaniques propres à la simulation de vie et des outils sophistiqués d'édition de bâtiments.

Le rôle de la créativité dans la résilience, le bien-être et le maintien d'émotions positives durant la pandémie a été observé par certain·e·s chercheur·se·s (Elisondo et Melgar, 2020 ; Kapoor et Kaufman, 2020). Peindre, faire de la musique ou cuisiner sont autant d'activités que les gens ont pu réaliser quotidiennement pour s'adapter à cette situation difficile et trouver un sens à leur nouvelle vie (Richards, 2010). Certain·e·s auteur·e·s comparent ces activités créatives à un « bouclier face aux conséquences négatives de l'épidémie » (ma trad., Kapoor et Kaufman, 2020, p. 2). Dans cette optique, les jeux vidéo « créatifs » pourraient constituer une part de ces activités créatives quotidiennes. En plus d'aider à oublier certains problèmes en jouant, *AC:NH* permet de créer et, par là même, de réfléchir sur soi, de grandir et d'affronter les événements négatifs.

Hall et ses collègues (2019) proposent trois types de jeux dits « créatifs » : les jeux de réflexion de type puzzle, les jeux comme œuvres d'art et les jeux de construction. Ils estiment que certains jeux de construction se rapprochent du design de jeu : « Games which provide built-in features such as level editors could be argued to support this type of creativity by providing players with the opportunity to pursue their curiosity and explore elements of game design and development » (2019, p. 1240). Or, dans *AC:NH*, le système de jeu est axé sur l'aménagement d'une île, ce que l'on peut envisager comme une pratique de design. En tant que designer de jeu, j'y ai, en effet, retrouvé des fonctionnalités rappelant les logiciels d'édition de jeux vidéo comme le système de terraformation, semblable aux outils de création de niveaux. D'ailleurs, les mécaniques d'un précédent opus de la série, *Animal Crossing: Happy Home Designer* (Nintendo, 2015), ont été largement reprises dans *AC:NH* pour l'aménagement des maisons.

Cependant, la nature de la créativité dans ces jeux de construction et la caractérisation de ces activités de design n'ont pas encore été véritablement explorées. Les études de la créativité (*creativity studies*) montrent généralement que le jeu vidéo rend plus créatif ou favorise l'apprentissage (Ellison et Drew, 2020 ; Green et Kaufman, 2015), alors que dans les études du

jeu (*game studies*), la créativité des joueur·se·s est généralement abordée sous l'angle du contenu généré par les utilisateur·rice·s (Banks, 2013) et de leur appropriation des éléments de jeu (Barnabé, 2017 ; Bonenfant et Trépanier-Jobin, 2018). L'idée qu'*AC:NH* favorise la création et offre une expérience d'autodétermination a déjà été évoquée (Comerford, 2020), mais la créativité au cœur du système de jeu n'a pas encore été analysée. S'intéresser à l'activité de jeu comme pratique de design, en utilisant des concepts provenant des études du design et des études de la créativité, constitue alors une voie complémentaire et prometteuse.

L'objectif de cet article est ainsi de répondre aux questions suivantes : en quoi les jeux de construction tels qu'*AC:NH* constituent-ils une activité de design et en quoi cette activité peut-elle être un « remède » face à des « situations » difficiles telles que la pandémie de COVID-19 ? Cet article souhaite montrer qu'*AC:NH* peut être vu comme une « activité de design créative » qui permet « d'agir sur une situation » et d'offrir à ceux et celles qui s'y adonnent l'occasion de vivre un moment réflexif et d'en sortir transformé·e·s.

Pour ce faire, je m'appuierai sur une vision pragmatiste de la créativité en design articulée autour du concept de « situation », en utilisant les travaux de Donald Schön (1983) et d'Hans Joas (1992). Il s'agira de définir ce qui est entendu par « créativité », en exposant le concept de « créativité située » et en montrant que le jeu offre des activités de design s'apparentant à une « conversation réflexive avec la situation ». Ce cadre me permettra d'analyser ma propre activité de joueuse à partir d'une approche autoethnographique et de montrer en quoi jouer à *AC:NH* m'a permis d'être réflexive, constituant dès lors un remède à la langueur que je ressentais durant le confinement.

### **Cadre théorique**

Pour développer l'idée de Hall et ses collègues (2019), selon laquelle *AC:NH* est un jeu créatif qui s'apparente à un acte de design, il est nécessaire de définir ce qu'est l'acte de design, d'une part, et la créativité, d'autre part. Cette partie présentera l'évolution des travaux en design puis montrera quelle vision de la créativité peut y être associée. Plus spécifiquement, il s'agit de souligner l'importance du concept de « situation » et de « créativité située », en utilisant les travaux de Schön, en design, et de Joas, en créativité.

*Vers le design de jeux comme « conversation réflexive avec la situation »*

Si les designers ont longtemps été considéré·e·s comme des artistes géniaux (Jones, 1980), les recherches sur les méthodes de design ont, depuis les années 1950, tenté d'explicitier le processus de design (Bousbaci, 2008). Les premières tentatives de théorisation de l'activité de design, en particulier dans les années 1960, étaient trop rigides (Cross, 1981). L'arrivée, en 1983, des travaux de Donald Schön, considérée comme un tournant majeur dans la recherche en design (Galle, 2011), a permis de proposer un modèle de l'acte de design plus flexible, qui est aujourd'hui largement utilisé : celui du design comme « conversation réflexive avec la situation ».

La pensée de Schön s'inspire du pragmatisme, en particulier des travaux de John Dewey (1938) et du concept de « situation », qui se différencie de celui de « problème » (Schön, 1992b). Selon Schön (1983), les théories rationalistes des années 1960 considéraient avant tout le design comme une forme de résolution de problèmes (Simon, 1969). Les designers étaient alors vu·e·s comme des technicien·e·s, qui devaient appliquer la solution adéquate à un problème, solution qui leur était fournie par la recherche académique. Un des changements majeurs apportés par Schön (1983) consiste à ne plus voir le design comme une simple forme de résolution de problèmes, mais plutôt comme un processus impliquant de poser les problèmes et de les définir adéquatement. Il s'agit ainsi d'aborder une « situation » et non un problème déjà formé (Buchanan, 1992 ; Rittel et Webber, 1973 ; Schön, 1983).

Afin de bien différencier ces deux façons d'envisager le design (problème ou situation), Schön (1983) donne l'exemple de la construction d'une autoroute. Si l'on souhaite faire circuler un haut volume de voitures d'un point à un autre, il semble aisé de construire une autoroute multivoie. L'autoroute est une solution bien maîtrisée et, en théorie, il suffit aux urbanistes de l'appliquer avec une équipe d'ingénieur·e·s. Toutefois, un bon designer n'applique pas simplement des solutions : il se questionne sur le problème. Souhaite-t-on véritablement faire circuler plus de voitures ? Quelles conséquences l'autoroute aura-t-elle sur les riverains et sur l'environnement ? Ne doit-on pas appréhender la « situation » au complet avant d'imposer une solution ? Le designer est face à une situation mal déterminée dont il doit extraire des informations afin de poser un

problème. De plus, la situation n'est pas figée : elle évolue au cours du temps, en particulier selon les choix faits par le designer, d'où l'idée d'une conversation (Schön, 1992a). Cette idée d'un designer qui fait face à une situation et non à un problème a eu un grand succès auprès des designers, qui se retrouvent enfin dans un modèle et l'adoptent largement dans leurs travaux (Beck et Chiapello, 2018 ; Cross, 2011 ; Galle, 2011).

Schön (1983) va toutefois encore plus loin en affirmant que les « bons » designers sont ceux·celles qui sont conscient·e·s de cette conversation. Ainsi, il ne s'agit pas simplement de « redresser » une situation, mais aussi de le faire en restant ouvert·e·s aux diverses possibilités, tout en remettant sans cesse en perspective la solution adoptée. C'est pourquoi Schön voit le design comme « une conversation réflexive avec la situation » (1983, p. 76). Cette réflexivité est ce qui permet au designer de constamment améliorer sa pratique, de grandir et de se transformer. Elle lui évite de reproduire une même solution aveuglément sur des projets dont les caractéristiques ne sont jamais exactement identiques.

### ***La créativité en design : vers la « créativité située »***

Affirmer que les designers sont créatif·ve·s semble un pléonasme. Pourtant, il leur a souvent été reproché d'appliquer des solutions toutes prêtes à une situation pourtant unique (Schön, 1983). Théoriser la créativité en design est donc un sujet important qui fait toujours l'objet de débats (Hernández *et al.*, 2018).

En effet, pour définir la créativité des designers, les études en design ont suivi les tendances des études de la créativité (Casakin, 2007). Or, ces dernières ont pendant longtemps vu la créativité comme une activité de résolution de problèmes (Glăveanu, 2010). Le tenant le plus célèbre de cette vision est Osborn (1953), avec sa théorie du CPS (*creative problem solving*), dont le remue-méninges (*brainstorming*) est l'une des étapes fondamentales. On peut aussi citer le « *design thinking* », une approche de résolution de problèmes popularisée par la firme IDEO, sans lien avec les théories du design (Johansson-Sköldberg *et al.*, 2013 ; Puccio et Cabra, 2010). Ces approches de la créativité sont centrées sur la génération de solutions et non sur la formulation du problème

au sein de la situation. Elles sont donc incompatibles avec le modèle du design comme une conversation réflexive avec la situation.

Cependant, un courant plus récent dans les études de la créativité remet en question la vision du design comme la résolution de problèmes et, tout comme Schön l'a fait pour les théories du design, reconnaît l'importance de la situation. On parle alors de « créativité située » (*situated creativity*) (Joas et Kilpinen, 2006). Le modèle pragmatiste de la créativité située proposé par Hans Joas (1992) dans son ouvrage *La créativité de l'agir* s'inscrit dans cette mouvance. Selon lui, la créativité n'est pas une « compétence » que possèdent certains individus ou une catégorie « exceptionnelle » de l'agir, comme c'est le cas dans les modèles antérieurs, mais au contraire une dimension inhérente à tout agir humain :

As noted, pragmatism understands creativity as an anthropological universal in human action, not as the gift of some exceptional individuals. Accordingly, the pragmatic interpretation maintains that whenever we do something, we exercise this universal creativity. (Joas et Kilpinen, 2006, p. 323)

Au lieu de partir de l'idée selon laquelle l'individu a une personnalité plus ou moins créative, il s'agit de voir en quoi les actions posées dans une situation particulière témoignent de cette créativité « universelle ».

Reprenant les idées de Dewey, Joas explique que les êtres humains sont créatifs en action, dans une situation donnée. Tout comme Schön a su dépasser le modèle de résolution de problèmes en design, Joas a su s'en détacher dans le domaine de la créativité. Selon Joas, l'agir humain reste souvent envisagé comme une « poursuite de fins préconçues » (1992, p. 167), imposées de l'extérieur, alors que les philosophes n'ont cessé de démanteler cette vision. On parle généralement du schéma « fin-moyens » : l'action humaine consisterait à trouver les moyens les plus adéquats pour atteindre ses fins, ce qui constitue une forme de résolution de problèmes. Il y aurait d'abord une détermination de buts, de fins, puis une mise en œuvre de l'action pour les atteindre. C'est ce que l'on nomme habituellement une action « instrumentale ». Joas critique cette vision « téléologique » (du grec *télos* qui signifie « but ») de l'action, en rappelant que les fins sont loin

d’être clairement définies dans toute action humaine et qu’elles peuvent souvent changer selon l’évolution de la situation. Il affirme ainsi que les moyens utilisés ont un impact sur les fins :

Cela signifie que l’action, en règle générale, n’est pas d’emblée dirigée vers des fins clairement définies, en fonction desquelles s’effectue ensuite le choix des moyens. Le plus souvent, au contraire, les fins sont relativement indéterminées et ne se trouvent spécifiées que par une décision quant aux moyens à employer. (1992, p. 164)

De ce fait, « la dimension des moyens n’est pas neutre relativement à celles des fins » (1992, p. 165). Les moyens utilisés viennent structurer l’acte présent et le but futur :

En trouvant certains moyens à notre disposition, nous découvrons des fins dont nous n’avions même pas conscience auparavant. Les moyens ne spécifient donc pas seulement les fins, ils élargissent aussi le champ des fins assignables. (1992, p. 165)

C’est par cette possibilité d’être réflexif, de renégocier les fins, de les transformer et de les recréer tout au long de l’action que Joas définit la créativité humaine.

On peut toutefois se demander si toutes les situations permettent la créativité. Les caractéristiques de certaines situations ne dictent-elles pas leurs solutions, « comme si le problème s’imposait [au sujet] inéluctablement et sous une forme entièrement déterminée » (1992, p. 140) ? Joas et Kilpinen utilisent l’exemple de la guerre comme une situation particulière dans laquelle la créativité des victimes est généralement brimée tant l’agir est imposé.

En résumé, selon la vision de la créativité de Joas, l’individu crée sans cesse de nouvelles fins et de nouveaux moyens. Puisque le monde qui nous entoure est complexe et en mutation, nous trouvons toujours de nouveaux buts et réorganisons constamment la situation de manière créative. Dans le modèle de Schön, les designers sont particulièrement créatifs, car ils ont conscience de cette réorganisation et en font le cœur de leur activité. Pour en revenir à *AC:NH*, je souhaite montrer que le jeu offre des situations dans lesquelles une activité de design créative peut se déployer, alors que la situation de la pandémie avait plutôt tendance à la brimer.



## Méthodologie

Afin de mieux comprendre la créativité dans le jeu de « construction » *AC:NH*, je m'appuierai sur ma propre expérience de jeu, en utilisant une approche autoethnographique.

L'autoethnographie est une approche méthodologique déjà utilisée dans les études des loisirs (Anderson et Austin, 2012) et dans les études du jeu (Boudreau, 2012). Comme l'exposent Ellis et ses collègues (2011), l'autoethnographie permet de s'appuyer sur un vécu personnel, afin d'explorer un phénomène sociétal plus général. Il s'agit, pour un individu participant à un phénomène culturel et social, d'avoir une démarche réflexive, afin d'éclairer ledit phénomène (Anderson et Austin, 2012).

Récemment, les travaux d'Anderson ont permis d'esquisser un continuum allant de l'autoethnographie évocatrice à l'autoethnographie analytique. Dans l'autoethnographie évocatrice, l'accent est mis sur la transmission des émotions, avec des descriptions riches et détaillées, à la première personne, permettant de rendre compte des nuances d'une situation (Anderson et Austin, 2012). Ce type de descriptions permet d'accéder à des phénomènes intimes, tels que le deuil ou la maladie, ce qui semble particulièrement pertinent dans le contexte de la COVID-19. L'autoethnographie analytique est moins centrée sur les sentiments et sur l'aspect personnel, mais davantage sur la possibilité de théorisation, voire de généralisation, à partir d'une expérience individuelle. Il ne s'agit pas de rendre compte d'une expérience singulière, mais plutôt d'analyser le phénomène de l'intérieur pour développer des connaissances scientifiques.

La présente étude se situe à mi-chemin entre ces deux pôles : tout comme l'autoethnographie évocatrice, je me concentrerai sur des moments d'« épiphanie personnelle » (Ellis *et al.*, 2011) qui ne peuvent pas être généralisés. Cependant, grâce à l'utilisation d'un cadre d'analyse clairement établi, les résultats rejoindront ceux d'une ethnographie analytique et devraient contribuer à une meilleure compréhension de la créativité dans les jeux de construction.

Pour ce qui est de la collecte de données, j'ai suivi l'approche d'Ellis et ses collègues (2011) qui combine des outils autobiographiques et ethnographiques. La dimension autobiographique

consiste principalement à noter les moments marquants de l'expérience, à les sélectionner et à les décrire en détail. L'aspect ethnographique consiste à documenter une pratique afin de la rendre intelligible pour des non-initié·e·s :

When researchers do ethnography, they study a culture's relational practices, common values and beliefs, and shared experiences for the purpose of helping insiders (cultural members) and outsiders (cultural strangers) better understand the culture (Ellis *et al.*, 2011, p. 275-276).

Dans mon cas, différents éléments indiquent que j'appartiens à la communauté d'*AC:NH*. J'ai tout d'abord joué plus de 600 heures (voir figure 1 et 2), ce qui m'a permis de débloquent plusieurs « accomplissements » (*achievements*) du jeu : mon île possède cinq étoiles (le nombre maximal), la maison de mon avatar a obtenu les plus hautes récompenses en matière de design d'intérieur et plusieurs personnages non jouables habitant l'île m'ont témoigné leur amitié en m'offrant leur portrait. De plus, en adhérant à des groupes dédiés au jeu, j'ai échangé avec de nombreuses personnes sur le jeu, dont mes étudiant·e·s en design de jeux, mes ami·e·s, ainsi que des inconnu·e·s rencontré·e·s en ligne.



Figure 1 : Mon île au commencement (29 mars 2020)



Figure 2 : Mon île un an après (18 mai 2021)

Les outils habituellement utilisés dans le cadre d'une autoethnographie sont les notes de terrains, les entrevues, l'analyse d'artéfacts, etc. Dans mon cas, j'ai documenté mon expérience de jeu à travers des notes de terrain, mais surtout grâce aux très nombreuses captures d'écran que j'ai prises durant mes séances de jeu. Celles-ci jouent le même rôle que les photographies de personnes ou d'artéfacts collectées par les ethnographes dans les communautés qu'il·elle·s étudient.

Puisque l'approche méthodologique utilisée ici repose grandement sur ma vision et mon interprétation du phénomène, je ne peux prétendre représenter l'expérience de l'ensemble des joueur·se·s d'*AC:NH*. J'espère cependant donner un aperçu d'une expérience de jeu dans laquelle la créativité a joué un rôle de « remède », qui m'a permis de mieux théoriser ce qui fait des jeux de construction des expériences de design créatives et positives en pleine pandémie.

### **Autoethnographie**

À partir d'une approche autoethnographique, je démontrerai qu'effectuer une activité de design et faire preuve de créativité permettent une réflexivité et une transformation du monde et de soi-même, ce qui constitue un remède précieux face à une situation aussi limitative que le confinement.

### ***De la situation hors jeu à la situation en jeu***

J'ai commencé à jouer à *AC:NH* au lendemain de sa sortie, dans cette ambiance particulière d'inquiétude et d'incrédulité caractérisant le début du confinement, alors que je me sentais impuissante et démunie. En suivant le modèle de Joas (1992), on peut en effet dire que la situation

pandémique nous a soudainement empêché·e·s de faire preuve de créativité, particulièrement lors des premières vagues où les tentatives d'action se soldaient trop souvent par des décès. Il n'y avait plus qu'un but, soit protéger notre santé, et les moyens pour y arriver étaient limités : il fallait rester confiné·e·s. La pandémie de COVID-19 a d'ailleurs souvent été décrite comme une « crise » ou une « guerre » (Bossé, 2021 ; Lemarié et Pietralunga, 2020 ; Piketty, 2021 ; Simard, 2021).

Au contraire, la situation dans le jeu est non seulement idyllique, mais surtout largement non téléologique. Certes, des objectifs sont fixés au début du jeu et il faut les accomplir pour débloquent toutes les fonctionnalités, mais différents moyens sont offerts pour y arriver. De plus, une fois ces objectifs atteints, le jeu se défait du concept de but, tout en continuant à offrir énormément de possibilités d'action. Cette phase permet le déploiement de la créativité, comme le mentionne ce guide du jeu :

This is really where *Animal Crossing: New Horizons* stops giving you direct objectives and starts letting you craft your own experience. Terraforming will now be unlocked, so feel free to craft your island however you like it, adding paths, digging rivers, you name it. (Frushtick, 2020)

Bref, selon une perspective pragmatiste de la créativité, la pandémie de COVID-19 se présente comme une situation qui brime la créativité et empêche la conversation avec la situation. Pourtant, même au sein de ce contexte, la créativité a pu se déployer grâce à des activités comme jouer à *AC:NH*. Ce jeu m'a permis de repenser la situation, de la reconstruire sous une forme où je pouvais déterminer mes propres buts et exprimer ma créativité.

### ***Le parcours canadien comme conversation avec la situation***

J'ai ainsi débuté avec la création de ce que j'ai nommé le « parcours canadien », soit une sorte de chemin de randonnée idéalisé semblable à ceux qu'on trouve dans les parcs nationaux de mon pays d'accueil : le Canada. Même si *AC:NH* offre des milliers d'objets, ceux-ci ne peuvent être débloqués que progressivement. Les éléments dans la situation initiale de jeu sont donc peu nombreux et, qui plus est, aléatoires. Mes premières heures de jeu m'ont fourni un ensemble d'objets sur le thème des vacances, de la détente et de la plage, mais aussi de la forêt et du camping, comme un feu de camp et une déclinaison de meubles en rondins de bois (voir figure 3).



Figure 3 : Les débuts de mon aire canadienne (20 avril 2020)

Deux éléments sont venus compléter cet aspect rustique : tout d’abord, un premier pont en billots de bois imposé par le jeu et ensuite, l’arrivée d’un nouvel habitant, un petit ours vert grincheux nommé Murphy qui vit dans une imposante cabane en rondins (voir figure 4). Chaque île peut accueillir un maximum de dix habitants (excluant le·la joueur·se) et si la façade de la maison des joueur·se·s peut être personnalisée, celles des villageois·e·s ne peuvent être changées autrement qu’en achetant et terminant l’extension *Happy Home Paradise* (Nintendo, 2021). J’ai donc vu la cabane de Murphy comme une chance supplémentaire d’évoquer le Canada !



Figure 4 : La cabane en bois de Murphy et le pont en rondins (18 mai 2021)

En effet, plus qu’un simple cadre « forestier », j’ai choisi de créer ma propre interprétation du Canada, idéalisée et kitsch. J’ai expérimenté progressivement en établissant un dialogue entre fin et moyens. Après avoir délimité une zone entre une rivière et une falaise, à proximité de mon pont en rondins, j’ai choisi d’y accoler la maison de Murphy, en ne laissant qu’une petite bande de terre

pour accéder à l'aire délimitée. J'avais ainsi construit une sorte d'entrée semblable à celles des parcs nationaux canadiens. Puisqu'au Canada, les grands parcs sont principalement accessibles par voiture, j'ai choisi d'y placer une pompe à essence et un seau d'eau. La cabane du petit ours vert est donc devenue une sorte de hutte de garde forestier. Dès que j'ai réussi à acquérir les fonds suffisants, j'ai balisé l'entrée du parc au moyen de barrières et de chemins en bois. J'ai également construit un escalier en rondins qui mène à une petite aire d'activité et de pique-nique au milieu des sapins (voir figure 5).



Figure 5 : L'escalier en rondin (18 mai 2021)

J'ai réaménagé cette aire plusieurs fois, ce qui m'a permis d'explorer plusieurs aspects de l'identité canadienne au fur et à mesure que je collectais de nouveaux objets s'inscrivant dans mon thème, comme un motif de chemin de fer créé par un·e joueur·se nommé·e Serai, qui m'a rappelé la voie transcanadienne allant d'un océan à l'autre (voir figure 6).



Figure 6 : La voie de chemin de fer au fond (18 mai 2021)

La couleur rouge du drapeau canadien est apparue progressivement dans ma création grâce à l'ajout d'objets comme des champignons, des pommiers, des fleurs, etc. J'ai même rajouté une double chute d'eau rappelant les chutes du Niagara ou celles de Montmorency (voir figure 7). J'ai finalement été étonnée par le nombre d'éléments me permettant d'évoquer le Canada avec ses forêts, ses lacs, ses chalets, ses chemises de flanelle, etc.



Figure 7 : La double chute d'eau (18 mai 2021)

J'aurais pu concrétiser le Canada dans *AC:NH* de façon bien plus appuyée, en mettant des drapeaux, en dessinant moi-même des plats ou des animaux symboliques du pays, etc. Toutefois, ma démarche était davantage d'explorer ce thème sans le « forcer ». Je voulais maintenir une conversation avec la situation et non imposer ma vision. J'ai pris beaucoup de plaisir à découvrir de nouveaux éléments qui, avec quelques efforts, s'agençaient à ma vision. J'ai eu le sentiment que les possibilités de création offertes par le jeu ont été soigneusement réfléchies, puisqu'*AC:NH* offre des objets génériques, permettant de nombreux agencements, de même que des objets insolites et uniques, permettant à chacun·e d'évoquer sa culture et son identité. C'est ce dialogue que j'ai trouvé particulièrement plaisant et qui contrastait avec ma situation dans la vie hors jeu. À ce moment-là, je me trouvais en effet assignée à résidence, dans une situation qui réduisait considérablement mes possibilités d'action et, par le fait même, ma créativité. Les projets de design que je menais à titre de professeure d'université étaient annulés les uns après les autres et je n'avais aucun contrôle sur la situation.

La seule situation avec laquelle j'ai pu converser était celle fournie par le jeu et composée d'un terrain limité et d'un ensemble d'objets progressivement disponibles, dont certains sont personnalisables. Cette « situation de design » comprenait aussi des éléments architecturaux : les maisons des habitant·e·s, les escaliers, les ponts, les chemins, les barrières, etc. Tous ces objets constituaient un ensemble de possibilités que j'ai progressivement ordonnées et arrangées selon mes intentions. Il ne s'agissait donc pas d'une création complètement libre, mais d'une situation avec ses limites comme on en rencontre dans les projets de design. Il s'agissait bien d'une « situation » et non d'un « problème », puisque le jeu n'impose pas de solution gagnante comme pourrait le faire un jeu de puzzle. Il revient à chacun·e de réfléchir à sa vision du monde et à expérimenter au sein du jeu, comme le feraient des designers de jeu lors des phases de prototypage et d'idéation dans un logiciel d'édition de jeu comme *Unity* ou *Unreal Engine*.

Ce plaisir de converser avec la situation, de se constituer de nouveaux buts, de mener un agir créatif, au sens de Joas, et un agir de design, au sens de Schön, m'a procuré de beaux moments de satisfaction durant la pandémie. J'ai réalisé que je me levais en ne pensant qu'à une chose : quels seraient les nouveaux objets dans mon magasin ? Ces objets constituent en effet des moyens de créer de nouveaux endroits comme un parc pour animaux ou un marchand de glaces (voir figures 8 et 9). Le plaisir du jeu résidait dans l'agir non téléologique qu'il me permettait et dans la découverte de nouveaux buts selon les moyens progressivement offerts. Un moment marquant du jeu pour moi, et pour bien d'autres, a consisté à gagner l'amitié de Sable, la couturière du magasin de vêtements. Outre le fait qu'avoir une nouvelle amie est toujours plaisant, cette amitié s'accompagne d'un cadeau précieux : de nouveaux motifs pour mieux personnaliser les différents objets.





Figure 8 : Marchand de glaces (7 août 2020)



Figure 9 : Parc pour chiens et chats (18 mai 2021)

La création du « parcours canadien » m’a permis d’agir de manière non téléologique, mais il m’a offert aussi un exemple de moment réflexif. Je suis née en France et j’ai émigré au Canada il y a une dizaine d’années. Je suis donc confrontée à des questions liées à mon identité, que l’on peut qualifier de « multiple ». Au moment de la pandémie, mes liens avec l’Europe sont revenus au premier plan puisque, pendant que le Canada était relativement épargné, l’Europe composait déjà avec la situation dramatique engendrée par le virus.

Ma représentation du Canada et de ses grands espaces boisés dans l’espace du jeu ne correspond pas à ma vie au Canada, qui se déroule principalement dans une grande ville, à Montréal. Il y a donc une forme de mise à distance et de réflexion sur ce qu’est le Canada et sur l’image qu’on s’en fait dans ma représentation. Cette vision idyllique du Canada a d’ailleurs pris un goût de plus en plus amer au fur et à mesure que la pandémie progressait dans le pays, révélant les nombreux problèmes du système de santé et des centres d’hébergement pour personnes âgées, dans lesquels

l'armée dut intervenir tant la situation était chaotique. Ma représentation idyllique du Canada m'a alors paru particulièrement ironique.

### ***La création d'un spa comme conversation avec la situation***

Un autre exemple me semble encore plus parlant pour montrer comment le jeu m'a permis de mettre en perspective ma relation avec le design et de faire preuve de réflexivité : la création d'un spa en plein air (voir figure 10).



Figure 10 : Mon spa extérieur (1<sup>er</sup> mai 2020)

Au premier abord, ce spa semble un moyen d'échapper à une situation de plus en plus pesante plutôt qu'un remède à la pandémie. Cependant, ce n'est pas le fait de m'imaginer au bord d'une piscine, mais plutôt le processus de création qui m'a véritablement enthousiasmée et qui m'a donné l'occasion de réfléchir à la situation.

Le processus de création m'a, en effet, permis de mettre en perspective mes valeurs en tant que designer de jeux et ma tendance à « jouer selon les règles ». C'était la première fois que j'utilisais un motif pour le sol qui ne venait ni du jeu lui-même ni de mes propres créations, mais plutôt d'une autre joueuse, soit le motif de carrelage en faïence blanc et bleu créé par *Miranda* et repéré sur Pinterest. Ce motif m'a semblé s'harmoniser et dialoguer avec d'autres éléments du jeu, en particulier avec la piscine blanche et bleue qui coûtait relativement cher et je n'ai achetée qu'après avoir su que je pourrais la mettre en valeur (voir figure 11).



Figure 11 : Le motif de carrelage en faïence blanc et bleu créé par Miranda (1<sup>er</sup> mai 2020)

L'importation de motifs dans *AC:NH* facilite la personnalisation et la mise en scène de thèmes très précis. Cependant, je préfère généralement utiliser ce que le jeu offre par défaut. Je me suis alors questionnée sur cette posture : pourquoi, alors qu'il ne s'agit pas d'un piratage ou de triche, mais bien d'une possibilité du jeu, ai-je tendance à vouloir éviter de sortir du cadre originel créé par les designers de Nintendo ? J'ai réalisé que je me limitais au contenu fourni pour rester dans l'esprit du jeu. Comme joueuse des précédents opus d'*Animal Crossing*, je reste attachée à l'idée de simulation de vie : mon île est un endroit que je construis pour mes habitant·e·s en les imaginant en train de se promener ou d'utiliser ses installations. Ainsi, j'ai l'impression de respecter la vision des concepteur·rice·s. Je m'imagine dialoguant avec eux·elles et j'ai l'impression de rendre hommage à leur travail. Pour moi, la créativité dans *AC:NH* ne consiste pas tant à briser le système ni à repousser ses limites ou à créer mon propre contenu, mais bien à construire avec ce qui m'est fourni. Le plaisir du jeu consiste alors à créer dans la limite imposée, en inventant des buts possibles : c'est là que se situe le défi lié à la conversation avec la situation (et la possible résistance de cette situation) que je retrouve également dans mes projets de design.

Si l'idée de construire une île agréable pour ses habitant·e·s constitue pour moi l'intérêt principal du système de jeu, je ne renie pas pour autant les autres possibilités qu'il offre. J'ai visité des îles magnifiques dont l'aspect visuel était transformé grâce à des compétences artistiques avancées, mais qui ne sont visiblement pas axées sur la qualité de vie des habitant·e·s ni sur l'idée de rester à l'intérieur des limites du monde d'*AC:NH* (à ce sujet, voir l'article d'Élise Choquet, dans ce numéro, sur un hommage à *RuPaul's Drag Race* dans *AC:NH*). J'ai trouvé ces îles fabuleuses et

j'ai découvert différentes façons d'interagir avec le jeu. Finalement, chacun·e garde de la situation de jeu ce qu'il·elle souhaite développer.

La création du spa et mes visites d'autres îles m'ont confirmé qu'aménager mon île est une pratique de design réflexive : en définissant la situation et en conversant avec elle, il est possible, pour chaque individu, de se remettre en question. *AC:NH* est alors un allié précieux pour s'interroger sur notre vision du design, de notre pays ou du monde, en créant des décors à notre image et en voyageant d'île en île.

### **Conclusion**

Ce numéro de *Kinephanos* propose de s'interroger sur le rôle du jeu vidéo durant la pandémie. Plutôt que d'associer *AC:NH* à un jeu qui brise l'isolement en permettant les contacts sociaux ou qui fait oublier la pandémie en offrant un monde idyllique, comme le fait l'article d'Homo Ludens (2023) « Jouer à *Animal Crossing: New Horizon* en temps de pandémie » figurant dans ce numéro, je me suis attardée sur le fait qu'il s'agit d'un jeu de construction faisant appel à la créativité.

Si certaines études démontrent que s'adonner à des activités créatives durant la pandémie est une façon de repousser les émotions négatives, de réfléchir sur soi et de trouver un sens au quotidien face aux difficultés, elles ne montrent pas précisément en quoi jouer à des jeux de construction permet d'être créatif·ve·s. Cet article proposait donc d'illustrer la nature créative de ces activités de design en utilisant un cadre théorique pragmatiste, à l'intersection des études de la créativité (Joas, 1992) et du design (Schön, 1983), et en mobilisant une approche autoethnographique. Je me suis demandée en quoi les jeux de construction, tels qu'*AC:NH*, constituent une activité de design et en quoi ces activités sont des remèdes face à des situations difficiles telles que la pandémie de COVID-19.

Des exemples tirés de ma propre expérience de jeu montrent tout d'abord qu'*AC:NH* présente des similitudes avec l'activité de design de jeu, en particulier celle de construction de niveaux. Sans prétendre que le jeu transforme les joueur·se·s en designers professionnel·le·s, j'ai pu montrer comment ma partie de jeu entrait en résonance avec mes activités de designer de jeu. Dans une

vision pragmatiste de la créativité, tout agir humain est créatif, à l'exception de certains cas où la situation empêche la créativité. On peut donc dire que, d'une certaine façon, la plupart des jeux sont créatifs. Une nouvelle pièce dans *Tetris* (Pajitnov 1984) me fait repenser à ma stratégie ; je renégocie toujours minimalement le but de mon action. La particularité d'*AC:NH* est d'avoir placé l'aspect non téléologique au cœur du jeu, c'est-à-dire de laisser chacun·e définir ses buts et les renégocier selon les moyens mis à sa disposition. Dans ce jeu, il s'agit principalement de poser des problèmes. Certes, le jeu fixe des objectifs, comme celui d'aménager l'île, mais aucun style d'aménagement n'est imposé. Le jeu vérifie simplement le nombre d'objets placés sur l'île pour évaluer à quel point celle-ci est aménagée. C'est donc au gré des découvertes d'objets et de motifs que je me suis fixée de nouveaux buts, comme la création du parcours canadien et du spa.

En me permettant de choisir mes propres buts, *AC:NH* m'a fourni une opportunité de réfléchir sur moi-même et sur la situation du monde. J'ai entre autres pu mettre en perspective mon identité franco-canadienne, ainsi que ma vision du design de jeux. En cela, jouer à ce jeu se rapproche de la pratique du design comme une conversation réflexive avec la situation qui détient un potentiel transformatif. Ceux et celles qui jouent ne seront peut-être pas tout·e·s aussi réflexif·ve·s, mais reste qu'*AC:NH* est un jeu propice à l'émergence de cette attitude grâce à l'accent qu'il met sur l'agir non-téléologique. Je propose donc de voir les jeux de construction centrés sur un agir non téléologique, tels que *AC:NH*, *Minecraft* (Mojan, 2011) ou *The Sims* (EA, 2000), comme des activités de design, car ils encouragent une conversation réflexive avec la situation et reposent sur plus que la résolution de problèmes.

Mon autoethnographie dans *AC:NH* me permet en outre de poser une hypothèse sur la fonction de remède des jeux de construction. Durant mes centaines d'heures de jeu, j'ai vécu des moments d'évasion et d'oubli dans un monde imaginaire (voir figure 12), mais ce n'est pas ce qui a constitué le cœur de mon expérience de joueuse.



Figure 12 : Course sous les cerisiers en fleurs (21 avril 2021)

En offrant une situation de jeu dans laquelle je pouvais mener une activité de design et continuer à exercer ma créativité, *AC:NH* m'a permis de modifier et d'enrichir la situation pandémique face à laquelle je me trouvais démunie dans le monde « hors jeu » et d'être réflexive. Cette hypothèse appuie celle des études qui affirment que la créativité est bénéfique en temps de pandémie (Kapoor et Kaufman, 2020 ; Mercier *et al.*, 2021) et celle des études qui montrent que le jeu encourage l'autodétermination (Comerford, 2020). Le dialogue réflexif que permettent les jeux de construction est, pour moi, ce sur quoi repose en partie leur fonction de remède en temps de pandémie.

Cette proposition soulève des questionnements pour de futures recherches. Il serait pertinent de s'interroger sur la relation entre l'agir non téléologique et le concept de « jouet ». Considérant que la créativité est une dimension de tout agir humain, on pourrait se demander si le design n'en est pas aussi une qui mériterait d'être mise de l'avant, comme le proposent depuis longtemps certains auteur·e·s qui brouillent la frontière entre designer professionnel·le et designer au quotidien (Simon, 1969).

## Bibliographie

ANDERSON L. & AUSTIN M. (2012), « Auto-ethnography in leisure studies », *Leisure Studies*, vol. 31, n°2, p. 131-146.

BANKS J. A. (2013), *Co-creating Videogames*, London, UK, Bloomsbury Academic.

- BARNABÉ F. (2017), *Rhétorique du détournement vidéoludique. Le cas de Pokémon*, (thèse de doctorat), Université de Liège.
- BECK J. & CHIAPELLO L. (2018), « Schön's Intellectual Legacy: A Citation Analysis of DRS Publications (2010-2016) », *Design Studies*, vol. 56, p. 205-224.
- BONENFANT M. & TRÉPANIÉRIER-JOBIN G. (2018), « Effets spéciaux dans les machinimas : le trucage des représentations vidéoludiques », *Écranosphère*, n°3, p. 142-169.
- BOUDREAU K. (2012), *Between Play and Design: The Emergence of Hybrid-Identity in Single-Player Videogames*, (thèse de doctorat), Université de Montréal.
- BOUSBACI R. (2008), « "Models of Man" in Design Thinking: The "Bounded Rationality" Episode », *Design Issues*, vol. 24, n°4, p. 38-52.
- BUCHANAN R. (1992), « Wicked Problems in Design Thinking », *Design Issues*, vol. 8, n°2, p. 5-21.
- CASAKIN H. P. (2007), « Metaphors in Design Problem Solving: Implications for Creativity », *International Journal of Design*, vol. 1, n°2, p. 23-35.
- CHIAPELLO L. (2017), « Epistemological Underpinnings in Game Design Research », in P. Lankoski & J. Holopainen (dirs.), *Game Design Research: An Introduction to Theory & Practice*, Pittsburgh, ETC. Press, p. 15-33.
- CMENTOWSKI S. & KRÜGER J. (2020), « Playing With Friends – The Importance of Social Play During the COVID-19 Pandemic », *Extended Abstracts of the 2020 Annual Symposium on Computer-Human Interaction in Play*, Canada, Association for Computing Machinery.
- COMERFORD C. (2020), « Coconuts, Custom-Play & COVID-19: Social Isolation, Serious Leisure and Personas in Animal Crossing: New Horizons », *Persona Studies*, vol. 6, n°2, p. 101-117.
- CROSS N. (1981), « The coming of post-industrial design », *Design Studies*, vol. 2, n°1, p. 3-7.
- CROSS N. (2011), *Design Thinking*, Oxford, Berg.
- DETERDING S. (2017), « The Pyrrhic Victory of Game Studies: Assessing the Past, Present, and Future of Interdisciplinary Game Research », *Games and Culture*, vol. 12, n°6, p. 521-543.
- DEWEY J. (1938), *Logic: The theory of inquiry*, New York, Holt, Rinehart & Winston.
- ELISONDO R. C. & MELGAR M. F. (2020), « Everyday Creativity in Times of COVID-19: A Qualitative Study from Argentina », *Creativity. Theories–Research–Applications*, vol. 7, n°2, p. 230-250.

- ELLIS C., ADAMS T. E. & BOCHNER A. P. (2011), « Autoethnography: an overview », *Historical social research*, vol. 36, n°4, p. 273-290.
- ELLISON M. & DREW C. (2020), « Using Digital Sandbox Gaming to Improve Creativity Within Boys' Writing », *Journal of Research in Childhood Education*, vol. 34, n°2, p. 277-287.
- FRUSHTICK R. (2020), *Animal Crossing New Horizons guide: second week walkthrough*, <<https://www.polygon.com/animal-crossing-new-horizons-switch-acnh-guide/2020/3/27/21196990/second-week-daily-goals-walkthrough-how-to-unlock-clothing-shop-unlocks-steps>> (dernière consultation 28 mars 2023).
- GALLE P. (2011), « Foundational and Instrumental Design Theory », *Design Issues*, vol. 27, n°4, p. 81-94.
- GANDOLFI E. & GANDOLFI S. (2021), « Playing across the social zone-Animal Crossing, gaming communities and connectedness in a time of crisis », *Academicus International Scientific Journal*, vol. 23, p. 41-51.
- GLĂVEANU V. P. (2010), « Paradigms in the study of creativity: Introducing the perspective of cultural psychology », *New Ideas in Psychology*, vol. 28, n°1, p. 79-93.
- GREEN G. & KAUFMAN J. C. (dirs.) (2015), *Video games and creativity*, Amsterdam, Elsevier Academic Press.
- HOMO LUDENS (2023), « Usages et appropriations du jeu vidéo *Animal Crossing: New Horizons* en contexte de pandémie », *Kinephanos. Le jeu en temps de pandémie : remède ou échappatoire ?*, vol. 9, n°1, p. 37-75.
- HALL J., STICKLER U., HERODOTOU C. & IACOVIDES I. (2019), « Player conceptualizations of creativity in digital entertainment games », *Convergence*, vol. 26, n°5-6, p. 1226-1247.
- HERNÁNDEZ R. J., COOPER R., TETHER B. & MURPHY E. (2018), « Design, the Language of Innovation: A Review of the Design Studies Literature », *She Ji. The Journal of Design, Economics, and Innovation*, vol. 4, n°3, p. 249-274.
- JOAS H. (1999 [1992]), *La créativité de l'agir*, Paris, Les Éditions du Cerf.
- JOAS H. & KILPINEN E. (2006), « Creativity and Society », in J. R. Shook & J. Margolis (dirs.), *A Companion to Pragmatism*, Oxford, Blackwell Publishing, p. 323-335.
- JOHANSSON-SKÖLDBERG U., WOODILLA J. & ÇETINKAYA M. (2013), « Design Thinking: Past, Present and Possible Futures », *Creativity and Innovation Management*, vol. 22, n°2, p. 121-146.



- JONES J. C. (1992), *Design methods* [1980], New York, John Wiley & Sons.
- KAPOOR H. & KAUFMAN J. C. (2020), « Meaning-Making Through Creativity During COVID-19 », *Frontiers in Psychology*, vol. 11, p. 1-8.
- KUITTINEN J. & HOLOPAINEN J. (2009), « Some notes on the nature of game design », *Digital Games Research Association 2009 Conference: Breaking New Ground*, Brunel University, Londres.
- KULTIMA A. (2015), « Game Design Research », *AcademicMindTrek'15*, Tampere, Finlande.
- LEWIS J. E., TROJOVSKY M. & JAMESON M. M. (2021), « New Social Horizons: Anxiety, Isolation, and Animal Crossing During the COVID-19 Pandemic », *Frontiers in Virtual Reality*, vol. 2, n°14, p. 1-7.
- LIN X. & SU S. (2020), « Motivating Learning by Playing Animal Crossing New Horizons: A trending game during the COVID-19 pandemic », *eLearn*, vol. 2020, n°11, p. 1-8.
- MERCIER M., VINCHON F., PICHOT N., BONETTO E., BONNARDEL N., GIRANDOLA F. & LUBART T. (2021), « COVID-19: A Boon or a Bane for Creativity? », *Frontiers in Psychology*, vol. 11, p. 1-10.
- NINTENDO. (2020), *Fiscal Year Ended March 2020 Financial Results Explanatory Material*, <[https://www.nintendo.co.jp/ir/pdf/2020/200507\\_3e.pdf](https://www.nintendo.co.jp/ir/pdf/2020/200507_3e.pdf)> (dernière consultation 28 mars 2023).
- OSBORN A. F. (1953), *Applied Imagination: Principles and Procedures of Creative Thinking reference*, New York, Scribners.
- PUCCIO G. J. & CABRA J. F. (2010), « Organizational creativity », in J.C. Kaufman & R.J. Sternberg (dirs.), *The Cambridge Handbook of Creativity*, Cambridge, MA, Cambridge University Press, p. 145-173.
- RICHARDS R. (2010), « Everyday Creativity », in J.C. Kaufman & R.J. Sternberg (dirs.), *The Cambridge Handbook of Creativity*, Cambridge, MA, Cambridge University Press, p. 189-215.
- RITTEL H. W. & WEBBER M. M. (1973), « Dilemmas in a general theory of planning », *Policy Sciences*, vol. 4, n°2, p. 155-169.
- SCHÖN D. (1983), *The Reflective Practitioner: How Professionals Think in Action*, New York, Basic Books.
- SCHÖN D. (1992a), « Designing as reflective conversation with the materials of a design situation », *Research in Engineering Design*, vol. 3, n°3, p. 131-147.

SCHÖN D. (1992b), « The theory of inquiry: Dewey's legacy to education », *Curriculum inquiry*, vol. 22, n°2, p. 119-139.

SCULLY-BLAKER R. & FLYNN-JONES E. (2020), « Animal Crossing Special Issue Foreword », *Loading...*, vol. 13, n°22, p. 1-6.

SIMON H. A. (2004 [1969]), *Les sciences de l'artificiel*, Paris, Gallimard.

ZHU L. (2021), « The psychology behind video games during COVID-19 pandemic: A case study of Animal Crossing: New Horizons », *Human Behavior and Emerging Technologies*, vol. 3, n°1, p. 157-159.

*Laureline Chiapello (PhD) est professeure de design de jeux, jouabilité et narrativité à l'École des arts Numériques, de l'Animation et du Design (NAD-UQAC). Elle a obtenu son doctorat en design à l'Université de Montréal. Elle est membre du Lab PRAXIS et collabore régulièrement avec des studios de jeux vidéo. Ses recherches portent sur les différentes pratiques des concepteurs de jeux vidéo – leurs processus créatifs, leurs connaissances, leurs rôles et leur formation. Elle utilise une approche pragmatiste du design et de la créativité de manière transdisciplinaire et s'intéresse particulièrement aux fondements épistémologiques des théories en design de jeux.*

### **Abstract**

This article shows that construction games, such as *Animal Crossing: New Horizons*, are design activities involving a creative action that constitutes a “remedy” for difficult situations such as the COVID-19 pandemic. To do this, it draws on a pragmatist approach of creativity in design, articulated around the concept of “situation” from the work of Donald Schön and Hans Joas. Following an autoethnographic approach, the author explains how *Animal Crossing: New Horizons* allowed her to be creative and reflective during the lockdown.

Keywords: *Animal Crossing: New Horizons*, pandemic, autoethnography, design, creativity, reflexivity, pragmatism