

[COVID Information Commons \(CIC\) Research Lightning Talk](#)

Transcript of a Presentation by Mingxuan Liu (University of Southern California), May 5, 2022



Title: *Natural experiments with online games: Support, impact, and mitigation during the Covid-19 Pandemic*

NSF Award #: [2035064](#)

[YouTube Recording with Slides](#)

[May 2022 CIC Webinar Information](#)

Transcript Editor: Julie Meunier

---

Transcript

*Slide 1*

Bonjour à tous. Je m'appelle Mingxuan et je suis étudiante en quatrième année de doctorat à l'école de communication et de journalisme de l'USC. Aujourd'hui, je suis très heureux d'être ici pour présenter notre projet : Playing Through the Pandemic : L'utilisation des jeux comme tampon pendant le COVID-19.

*Slide 2*

Aujourd'hui, nous sommes tous réunis ici pour parler d'un combat de guerre contre le COVID. En effet, les années 2019 et 2020 resteront longtemps dans les mémoires comme l'ère du COVID-19, où de nombreuses vies ont été perdues, où l'économie mondiale a été touchée et où toutes les normes quotidiennes ont été perturbées. Au milieu de toutes les perturbations de la pandémie de COVID-19, les jeux vidéo ont été fortement utilisés, dépassant tous les autres médias combinés en termes de revenus, probablement parce qu'ils pouvaient aider à lutter contre l'humeur négative de l'isolement social. Notre étude cherche donc à comprendre l'effet de ce type de jeu sur le bien-être à l'aide d'un exemple particulier : Les joueurs de World of Tanks. Nous cherchons à savoir si les différents types de joueurs modifient les résultats en termes de bien-être pour les joueurs. S'agit-il d'une amélioration du bien-être ou d'une limitation des pertes ?

*Slide 3*

Notre étude s'appuie sur trois courants théoriques : la théorie des usages et des gratifications, la théorie de la gestion des émotions et la théorie de l'autodétermination. Selon la théorie de la gestion des émotions, le choix des médias est motivé par des besoins implicites et hédoniques. Les besoins hédoniques sont donc l'excitation et la stimulation. Si le choix des médias peut satisfaire les besoins intrinsèques, nous éprouverons un plus grand plaisir à utiliser les médias. Plus tard, la théorie de la gestion des émotions intègre également les besoins non hédoniques dans le domaine des besoins

intrinsèques. Les trois besoins non hédoniques sont : l'autonomie, la compétence et la relation, ce qui a été proposé à l'origine dans la théorie de l'autodétermination. Selon la théorie de l'autodétermination, les êtres humains ont trois besoins psychologiques fondamentaux : l'autonomie, la compétence et la relation. La satisfaction de ces trois besoins contribue au bien-être de l'individu et vice versa. Nous nous appuyons également sur la théorie de l'utilisation et de la gratification, car cette théorie tient compte des facteurs socio-économiques et environnementaux plus larges qui influencent l'utilisation des médias par les gens, comme la façon dont le COVID-19, en tant que toile de fond, pourrait influencer l'utilisation des médias par les gens.

#### *Slide 4*

Nous nous sommes appuyés sur ces trois théories pour proposer six hypothèses. Tout d'abord, nous avons proposé que les joueurs du COVID-19 fassent état d'un niveau de bien-être actuel et futur plus élevé que l'échantillon national. En février 2021, Gallup a donc mené une enquête auprès d'un échantillon national pour connaître les niveaux de bien-être actuels et futurs des joueurs. L'une de nos enquêtes a également été réalisée en février 2021. Nous avons intentionnellement utilisé les mêmes échelles de bien-être actuel et futur que celles utilisées dans l'enquête Gallup afin d'effectuer une comparaison parallèle avec l'échantillon national. Nous avons également prédit que les gens passeraient plus de temps à jouer pendant la COVID-19 qu'avant la COVID-19. Et les personnes qui jouent davantage se déclareront plus à l'aise que celles qui jouent moins. Il s'agira d'une relation plus importante que le test précédent. Ensuite, nous nous intéresserons aux comportements des joueurs, en tirant parti de notre accès aux données d'enregistrement des comportements des joueurs. Nous prévoyons que les personnes qui s'engagent dans davantage d'interactions sociales pendant COVID-19 qu'avant COVID-19 feront état d'une plus grande parenté perçue. Et les joueurs qui réalisent de meilleures performances pendant la COVID-19 feront état de leur compétence perçue. L'augmentation du nombre de parties jouées aura une association plus forte avec les besoins non hédoniques et la satisfaction pendant la période pandémique qui la précède. La satisfaction des besoins hédoniques et non hédoniques des joueurs sera positivement associée à leur bien-être.

Nous situons notre étude dans World of Tanks. World of Tanks est un jeu en ligne de combat de véhicules basé sur le travail d'équipe, qui permet de jouer seul ou en équipe. Nous travaillons donc en coopération avec War Gaming, le développeur de World of Tanks, afin d'avoir accès aux serveurs nord-américains et aux données sur le comportement des joueurs dans le jeu.

#### *Slide 5*

Nous avons mené deux semaines d'enquêtes. La première a eu lieu en avril 2019 et représente la période antérieure à COVID. La deuxième vague a été menée à la fin du mois de janvier et au début du mois de février, ce qui représente la période pendant COVID. Février 2021 est proche du pic des infections et des décès aux États-Unis, comme l'a rapporté le New York Times. Nous avons également fait correspondre les données de l'enquête avec 10 mois de données comportementales. Toutes les données ont été anonymisées et hachées avant d'être envoyées à l'équipe de recherche. Nous sommes en mesure de combiner les données d'enquête des joueurs avec leurs données de comportement dans le jeu en utilisant ce hachage unidirectionnel du joueur comme [inaudible].

#### *Slide 6*

Quelques informations supplémentaires sur le jeu et les caractéristiques démographiques des joueurs : le jeu a un contexte historique très riche, il se situe pendant la Seconde Guerre mondiale et il met davantage l'accent sur le jeu stratégique que sur les temps de réaction. Il attire donc un grand nombre de joueurs d'âges très divers. L'âge varie entre 12 et 80 ans. Environ 30 % de nos participants ont servi dans l'armée américaine.

#### *Slide 7*

Voici quelques-uns de nos principaux résultats : d'une manière générale, notre échantillon de joueurs a effectivement fait état de niveaux plus élevés de bien-être présent et futur par rapport à l'échantillon national. Et nos joueurs sont déjà de grands joueurs. Parmi eux, nous constatons une augmentation significative de la régularité de leur jeu, mais pas de l'intensité du jeu. Bien que nous ayons constaté une augmentation de la pratique quotidienne du jeu chez nos joueurs, il n'y a pas de lien entre cette augmentation et leur bien-être psychologique. Cependant, l'augmentation de l'intensité du jeu était corrélée à un sentiment de compétence accru, lui-même associé à un bien-être psychologique accru. Les joueurs qui ont ressenti des niveaux plus élevés de compétence et de satisfaction des besoins hédoniques pendant la pandémie étaient plus susceptibles de signaler des niveaux globaux plus élevés de bien-être psychologique.

#### *Slide 8*

En conclusion, voici quelques messages à retenir : dans notre échantillon, le jeu a servi de tampon contre les baisses de bien-être, comme un type de maintien psychologique, tandis que notre jeu semble avoir fourni un tampon psychologique à ses joueurs de manière générale. Mais il se peut que des environnements plus sociaux et plus favorables génèrent des résultats plus positifs pour ceux qui recherchent la socialisation, comme le jeu Animal Crossing, au cours de la COVID-19.

#### *Slide 9*

Voici notre équipe.

#### *Slide 10*

Merci de nous avoir écoutés et n'hésitez pas à me faire part de vos questions ou de vos commentaires.